



ISSN 1300 - 1469

# Üçüncü Sektör Kooperatifçilik

2007  
Cilt:42  
Sayı: 1

Kooperatiflerde Fiyatın Müşteri Sadakatı Üzerine Etkisine İlişkin  
Bir Model Önerisi: Bir Tarım Satış Kooperatifi Üyesi Olarak  
Fiskobirlik Örneği  
*Hasan AYYILDIZ*

Türkiye'de Buğday Tarımında Süne Mücadelesinin  
Ekonomik Yönden Değerlendirilmesi  
*Harun TANRIVERMİŞ, Cahit Coşkun ALTUNOĞLU*

Tariş Ve Tariş Pamuk Birliği Ortakları Üzerine Bir Değerlendirme  
*Necdet BİLGİN, Halis BAŞEL*

Fermente Edilmiş Süt: KIMIZ  
*Ö.Arslan KALAFATÇILAR, Eren AKÇİÇEK*

Çocukların Tüketim Davranışlarına Anne-Babaların Etkisi  
*A.Fuat ERSOY, Aybala DEMİRCİ, Seher ERSOY*

Sürdürülebilir Kentleşme Olgusu Ve Azerbaycan  
*Halil İbrahim AYDINLI, Eyüp ZENGİN*

**ÜÇÜNCÜ SEKTÖR KOOPERATİFÇİLİK**  
**2007 CİLT:42 SAYI: 1**

**Sahibi**

Türk Kooperatifçilik Kurumu Basın Yayın Araştırma  
Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri İşletmesi Adına  
Prof. Dr. Nevzat AYPEK

Yazışma Adresi(Yönetim Yeri) / Office  
Mithatpaşa Caddesi 38/A 06420 Kızılay - ANKARA  
Tel: 0.312 435 98 99 - 435 96 91 Fax: 0.312 430 42 92  
[www.koopkur.org.tr](http://www.koopkur.org.tr) • [admin@koopkur.org.tr](mailto:admin@koopkur.org.tr)

Türk Kooperatifçilik Kurumu  
Basın Yayın Araştırma Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri İşletmesi  
Yılda 4 Sayı Yayınlanır.  
Fiyat: 6.500.000 TL. - 6,50 YTL.  
Yıllık Abone: 25.000.000 TL. - 25 YTL.  
Yurtdışı: 7 USD - 5 EURO

**Abonelik İçin Banka Hesap Numaramız:**  
T.C. Ziraat Bankası Mithatpaşa Şubesi Hesap No: 7970378 - 5002

**Tasarım & Ctp & Baskı**

Umut Tanı Sağlık Matbaa San. ve Tic. A.Ş.  
Saner Basım Sanayii  
Ostim Org. San. Böl. Turan Çiğdem Cd. No:15  
Tel: 0.312 385 91 03 (PBX)

Yerel Süreli Yayın

**Basım Tarihi**  
15 Mayıs 2007

ISSN 1300 - 1469

**ÜÇÜNCÜ SEKTÖR KOOPERATİFÇİLİK**  
**2007 CİLT:42 SAYI: 1**

**Sorumlu Yazı İşleri Müdürü**  
Prof. Dr. Rasih DEMİRCİ

**YAYIN KURULU**

Doç. Dr. Nurettin PARILTI  
Doç. Dr. Ahmet BAYANER  
Doç. Dr. Hikmet KAVRUK  
Doç. Dr. Mehmet YEŞİLTAS  
Yrd. Doç. Dr. Eriman TOPBAŞ  
Yrd.Doç.Dr. Muharrem ÇETİN

**HAKEM KURULU**

Eyüp AKTEPE - Gazi Üniversitesi  
Osman ALTUĞ - Marmara Üniversitesi  
Burhan AYKAÇ - Gazi Üniversitesi  
Kadir ARICI - Gazi Üniversitesi  
Nevzat AYPEK - Gazi Üniversitesi  
Rasih DEMİRCİ - TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi  
İsmail DUYMAZ - Yıldız Teknik Üniversitesi  
İhsan ERDOĞAN - Gazi Üniversitesi  
Ali Fuat ERSOY - Gazi Üniversitesi  
Ahmet GÖKÇEN - İstanbul Üniversitesi  
İzzet GÜMÜŞ - Gazi Üniversitesi  
İ. Hakkı İNAN - Trakya Üniversitesi  
Eyüp G. İSPİR - Gazi Üniversitesi  
Öznur YÜKSEL - Çankaya Üniversitesi

Üçüncü Sektör Kooperatifçilik Hakemli Bir Dergidir.

## İçindekiler

Kooperatiflerde Fiyatın Müşteri Sadakati Üzerine Etkisine İlişkin Bir Model Önerisi: Bir Tarım Satış Kooperatifi Üyesi Olarak Fiskobirlik Örneği <i>Hasan AYYILDIZ</i>	1
Türkiye'de Buğday Tarımında Süne Mücadelesinin Ekonomik Yönden Değerlendirilmesi <i>Harun TANRIVERMİŞ, Cahit Coşkun ALTUNOĞLU</i>	22
Tarış Ve Tarış Pamuk Birliği Ortakları Üzerine Bir Değerlendirme <i>Necdet BİLGİN, Halis BAŞEL</i>	49
Fermente Edilmiş Süt: KIMIZ <i>Ö.Arslan KALAFATÇILAR, Eren AKÇİÇEK</i>	73
Çocukların Tüketim Davranışlarına Anne-Babaların Etkisi <i>A.Fuat ERSOY, Aybala DEMİRCİ, Seher ERSOY</i>	86
Sürdürülebilir Kentleşme Olgusu Ve AZERBAYCAN <i>Halil İbrahim AYDINLI, Eyüp ZENGİN</i>	102



# KOOPERATİFLERDE FİYATIN MÜŞTERİ SADAKATI ÜZERİNE ETKİSİNE İLİŞKİN BİR MODEL ÖNERİSİ: BİR TARIM SATIŞ KOOPERATİFİ ÜYESİ OLARAK FİSKOBİRLİK ÖRNEĞİ

Hasan AYYILDIZ\*

**Özet:** Fiskobirlik bir Tarım Satış Kooperatifi Birliği üyesi olarak üreticiden belirli bir fiyattan aldığı fındığı ülke içinde ve ülke dışında pazarlamasını yapan bir kooperatiftir. Her ne kadar tüccardan daha fazla fiyat veriyor olsa da son zamanlarda fındık fiyatında meydana gelen düşüşler Fiskobirlik konusunu gündeme getirmiştir. Bu araştırmada Fiskobirliğin fındığa verdiği fiyatın, Fiskobirlik üyesi üreticilerin bu kuruma karşı olan sadakatlerini nasıl etkilediği bir model dahilinde ele alınmıştır. Sonuç olarak, fındığa verilen fiyat gerek doğrudan müşteri sadakatini, gerekse sadakati etkileyen; müşteri tatmini, müşteri değeri ve algılanan kalite gibi faktörleri belirlemek suretiyle müşteri sadakatini etkilemektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Müşteri Sadakati, Kooperatifler, Fiyat Etkisi, Fiskobirlik.

## A Model Suggestion About Price Effect On Customer Loyalty In Cooperative: Fiskobirlik Sample As Membership Of Agriculture Saling Cooperative

**Abstract:** Fiskobirlik is a an agriculture saling cooperative membership that buy nuts from growers with a special price and then marketing them in national and international markets. However, Fiskobirlik bids nuts more than merchants, lately Fiskobirlik came into question because of decreasing nuts price. In this research, how the price which is given by Fiskobirlik effect on nuts grower loyalty from Fiskobirlik will be investigated with a model. It has been found that price that is given nuts effects customers loyalty directly and it effects customer loyalty's antecedents that customer satisfaction, customer value, perceived quality.

**Key Words:** Customer Loyalty, Cooperatives, Price Effect, Fiskobirlik.

### GİRİŞ

Ülkemizde tarımsal işletmelerin küçük ve dağınık olması, söz konusu işletmelerin girdi, finansman, teknoloji, bilgi ve pazarlara erişimlerinin yeterli olmaması, pazarlama kanallarında aracı kademelerin çok sayıda olması, üreticilerin iç ve dış piyasalara yönelik ürün taleplerini ve fiyatları

\* Dr., Gazi Ün. İİBF Kamu Yön. Böl. (ozer@gazi.edu.tr)

yeterince takip edememeleri, fiyatlarda ve üretici gelirlerinde istikrarın sağlanamaması gibi olumsuz durumlardan dolayı tarımsal üreticileri korumak amacıyla tarım satış kooperatifleri kurulmaktadır. Fiskobirlik de tarım satış kooperatiflerinin bir üyesidir.

Günümüzde kalite ve gıda güvenliği bilincinin arttığı ve yasal düzenlemelerle desteklenen bu unsurlar, bir rekabet unsuru olarak görülmektedir. Bu bağlamda, pazarlama karması unsurları olan ürün, fiyat, dağıtım ve tutundurmaya yönelik kararların-stratejilerin doğru zamanda alınması ve uygulanması önem taşımaktadır. Nitekim ürün ne kadar kaliteli olursa olsun, iyi bir şekilde pazarlanamazsa firma, hedeflerine ulaşamayabilir. Tarımsal üretime karar vermeden önce pazar araştırmalarının, daha sonraki dönemlerde ise pazarlama araştırmaları ile gelişmelerin izlenmesi doğru ve güçlü bir pazarlama sistemi ile gerçekleşebilir. Pazarlama hizmetlerini sağlıklı bir şekilde yerine getirebilmek, baskı unsuru oluşturabilmek, yeni teknolojileri ve yasal gelişmeleri izleyebilmek için gelişmiş ve dikey olarak örgütlenmiş bir pazarlama sistemi gereklidir. Üreticiler bu şekildeki bir pazarlama anlayışına sahip olmak için gerekli donanımına sahip değillerdir. Dolayısıyla bir dayanışma halinde yardım alacakları bir örgüte ihtiyaçları vardır. Tarım satış kooperatifleri üreticilere bu anlamda destek vermektedir. Fakat destek bilgi anlamında değil üreticilerin ürünlerini belirli bir fiyattan alarak gerek yurt içi gerekse yurt dışı pazarlara sunmak yoluyla olmaktadır.

Tarım sektörü; istihdam edilen nüfus, ekonomiye katkısı, sanayiye hammadde sağlaması gibi göstergelerden dolayı önemli bir ekonomik sektördür. Tarımsal üretimde verim ve kalitenin artırılması kadar, üretilen ürünlerin sağlıklı ve talep doğrultusunda pazarlanması da zorunludur. Pazarlama, tüketici istek ve gereksinimlerinin karşılanması için yapılan işletmecilik faaliyetlerinin tümü olarak tanımlanmaktadır. Pazarlama sistemleri ise; üretilen ürünlerin üreticiden tüketiciye ulaşmaya kadar geçtiği aşamaları içermektedir. Pazarlama anlayışı ve pazarlama sistemlerindeki gelişmeler, ülkelere ve gelişmişlik düzeyine bağlı olarak değişmektedir. 1950'lerden önce geçerli olan "ne üretirsen satarsın" şeklindeki üretim ve satış anlayışı geçerliliğini kaybetmiştir. Günümüzde geçerli olan global pazarlama anlayışının odak noktası dünya tüketici istek ve gereksinimlerinin karşılanması; araç pazarlama stratejileri ve toplumsal sorumluluk anlayışıdır. Ülkemizde tarımsal ürünlere yönelik farklı pazarlama sistemleri bulunmaktadır. Bunlar; kooperatifler, üretici birlikleri, ihracatçı birlikleri, toptancı haller, ticaret borsaları, sınır ticareti, sözleşmeli üretim, müdahale alımları ve e-ticaretir. Bu makalede tarım satış kooperatiflerinden biri olan Fiskobirlik ele alınacak ve pazarlama karması elemanlarından biri olan fiyatın etkisi Fiskobirliğin potansiyel müşterileri konumunda olan fındık üreticilerinin tatmini ve sadakatini üzerindeki etkisi araştırılacaktır.

### **KAVRAM OLARAK KOOPERATİFLER VE KOOPERATİFÇİLİK**

Kooperatifler, demokratik işletme kuruluşlarıdır. Kooperatiflerde temel amaç kâr değil, işbirliği ve dayanışmadır. Birbirlerine meslek, sanat, toplumsal çıkar bağları olan grupların kendi aralarında kurdukları kuruluşlardır. Amaç, verimli çalışmak, ortak ihtiyaçlarını karşılamak, emek ve



ürünleri değerlendirmektedir. Kooperatif öyle denilebilir ki birlik ruhunun kalesidir. "Birlikten kuvvet doğar" sözü bunu en iyi şekilde açıklamaktadır. İnsanlar bireysel olarak yapamadıkları şeyleri, kooperatifler kurarak ortaklaşa başarabilirler. Bu güç; tek insanın yapamadığı ya da iyi yapamadığı çoğu işin üstesinden gelebilir. Üreticiler, mal üretir. Ürünlerini değeri ile satabilmek, emeklerinin karşılığını alabilmek isterler. Bunu tek başlarına başaramazlar. Tüketiciler de ucuz ve kaliteli mal almak isterler. Kurulmuş bir birlikleri yoksa kalitesiz malları pahalıya almak zorunda kalırlar ([http://yapraklarilkogretim.sitemynet.com/images/belirli\\_haftalar/kooperatifcilik.doc](http://yapraklarilkogretim.sitemynet.com/images/belirli_haftalar/kooperatifcilik.doc)).

Kooperatif, kişilerin ortak, ekonomik, sosyal ve kültürel gereksinim ve özlemlerini müştereken sahip olunan ve demokratik kurullarla yönetilen bir işletme vasıtası ile karşılamak için gönüllü olarak oluşturdukları özerk bir örgüttür. Kooperatifçilik ise; kooperatiflerin yaygınlaşmasını ve gelişmesini ifade eden bir hareketin adıdır. Bugün, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde kooperatifçilik, önemli bir sosyal ve ekonomik hareket olarak kabul edilmekte; demokrasinin, barışın, çevrenin korunmasına ve de istihdam yaratma, kaynakları harekete geçirme, yatırım oluşturma, ekonomiye sürdürülebilir kalkınmaya ve yoksullukla mücadeleye katkıları olduğu görülmekte ve bütünüyle ülkelerin ekonomik, sosyal kalkınma ve gelişmelerinde önemli bir demokratik araç olarak da kullanılmaktadır. Kooperatifçilik tüm bu işlevleri ile toplumsal hayatta kamu ve özel sektörün yanında üçüncü bir sektör olarak kabul ediliyor ve yerini alıyor (<http://www.zmo.org.tr/etkinlikler/usy03/12.pdf>).

Dünyada bugünkü anlayışla ilk kooperatif, kooperatifçiliğin babası kabul edilen İngiliz Robert Owen tarafından 1844 yılında İngiltere'de kurulmuştur. Bu tarihlerde İngiltere'de sert kapitalizm hüküm sürmekte; işçiler ve küçük üreticiler ezilmekte ve sömürülmektedir. Aynı tarihlerde Avrupa'nın diğer ülkelerinde de kooperatifçilik hareketi gelişme göstermeye başlamıştır. Kooperatifçiliğin bugün dünyadaki vardığı büyük gelişmeye baktığımızda; Uluslararası Kooperatifler Birliği'ne (ICA), 2002 yılında toplam 100 ülkeden 749 bin birim kooperatif olduğunu görüyoruz ki bunların toplam ortak sayısı 760 milyondur. Mevcut rakamlar kooperatifçilik hareketinin günümüzde yeryüzünün en büyük sosyo-ekonomik hareketi niteliğini taşıdığıнын en güzel göstergesidir. Kooperatifçilik hareketinin bir diğer özelliği de dünyada 5 kıtaya yayılması, evrensel bir hareket olması, gelişmiş ve gelişmemiş bütün ülkelerde bir biçimde var olmasıdır ([http://tarimsurasi.tarim.gov.tr/10.komisyon\\_raporu.doc](http://tarimsurasi.tarim.gov.tr/10.komisyon_raporu.doc)).

Türkiye'de kooperatifçilik, Mithat Paşa'nın "Memleket Sandukları" denemesiyle 1863 yılında başlamış sayılmaktadır. Ancak bugünkü anlamıyla gerçek kooperatifçilik, Mustafa Kemal Atatürk'ün öncülüğünde Cumhuriyet Türkiye'sinde başlamıştır. Atatürk, kooperatifçilik hareketinin sürekli içinde olmuş, bu hareketin gelişmesinin gerektirdiği yasal düzenlemelere öncülük etmiştir. 21 Mayıs 1931'de İstanbul Üniversitesi bünyesinde "Türkiye Kooperatifçilik Cemiyeti" kurulmuştur. Atatürk, kooperatifçiliği ülkenin kalkınmasında her zaman önemli bir araç olarak görmüş, kooperatiflerin yurt düzeyinde yayılmaları için açık destek vermiş ve ilk kurulan kooperatifin de 1. ortağı olmuştur. Türkiye'de 1950'den sonra, özel sektöre büyük ağırlık

verilmeye başlanmasıyla birlikte, kooperatifçiliğin bir süre tamamen ihmal edildiği görülmektedir. Ancak, 1961 Anayasası'nda kooperatifçiliğin özel bir madde ile yer alması, demokratik kooperatifçiliğin hızla gelişmesini ve üst örgütlerinin kurulmasını sağlamıştır. Türkiye'de kooperatifçilik, çeşitli evrelerden geçtikten sonra 1969 yılında 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu ile kendi kanuna da kavuşmuştur (<http://cc.domainlx.com/kamanmem/Web/dunya%20kooperatifcilik%20gunu.doc>).

İnsanların ihtiyacına göre bu ihtiyacı karşılamak üzere ekonominin her alanında kooperatif oluşturulabilir: tarım, taşımacılık, iletişim, gıda, sigorta, finans vb. Bu bağlamda kooperatif çeşitleri şunlardır: 1-Üyelerine hammadde sağlayan kooperatif, 2-Hizmet kooperatifi (çocuk bakımı, sağlık vb.), 3-Pazarlama kooperatifi (tarım ürünleri), 4-Finansal kooperatif, 5-Tüketici kooperatifi ve 6-İşçi kooperatifi (<http://www.aib.org.tr/proje/kooperatif.doc>).

ICA (Uluslararası kooperatif Birliği) 1963 yılında İngiltere'de toplanarak yeni ihtiyaçlar çerçevesinde değerlendirmeler yapmak üzere bir komisyon kurmuş, bu komisyonun önerileri 1966'da Viyana toplantısında tartışılarak kooperatifçilik ilkeleri yeniden düzenlenmiştir. Bu ilkeler şunlardır: 1-Serbest giriş, 2-Demokratik yönetim, 3-Sermayeye sınırlı faiz verilmesi, 4-Risturn verilmesi ve 5-Kooperatif eğitiminin geliştirilmesi ([http://www.kooppkontder.org.tr/dok1q2w/arrap\\_4.doc](http://www.kooppkontder.org.tr/dok1q2w/arrap_4.doc)).

### **TARIM SATIŞ KOOPERATİFLERİ VE BİRLİKLERİ**

TBBM tarafından 01.06.2000 tarihinde kabul edilen 4572 sayılı Tarım Satış Kooperatif ve Birlikleri Hakkında Kanun, 16.06.2000 gün ve 24081 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. 1935 yılında yürürlüğe giren 2834 sayılı yasa ile yaşamımıza giren tarım satış kooperatifleri 1984 yılında 3186 sayılı yasa ile önemli değişikliğe uğrayarak günümüze gelmiştir. 1935 yılından günümüze gelen süreç içinde 4572 sayılı yasayı üçüncü aşama olarak kabul etmek gerekir (<http://kamyon.politics.ankara.edu.tr/dergi/belgeler/kydd/18.pdf>).

Günümüzde 17 TSKB çatısı altında 670 bini aşkın ortak üretici bulunmaktadır. TSKB'lerin faaliyet konularına giren kimi ürünlerin, 1963 yılından itibaren devlet destekleme alımları kapsamına alınmasıyla, yıllar itibarıyla muhtelif ürünlerde, devlet adına alım yapmışlardır. Bu dönemde yapılan destekleme alımları ve devlet tarafından aktarılan kaynaklar, birliklerin kooperatifçilik faaliyetlerinden uzaklaşmaları ve sınai faaliyetlere ağırlık vermelerine neden olmuştur. Günümüzde 17 TSKB (Tariş İncir, Üzüm, Pamuk, Zeytin ve Zeytinyağı Tarım Satış Kooperatifleri Birlikleri, Çukobirlik, Antbirlik, Karadenizbirlik, Trakyabirlik, Fiskobirlik, Marmarabirlik, Taskobirlik, Kayısbirlik, Güneydoğubirlik, Tiftikbirlik, Kozabirlik, Gülbirlik, Gapbirlik) bulunmaktadır. 2004 yılında 4572 Sayılı Kanun çerçevesinde faaliyet gösteren TSKB kapsamında 340 birim kooperatif (664419 ortak), 17 birlik (335 ortak kooperatif) bulunurken; Tütün Satış kapsamında 68 birim kooperatif (33.000 ortak) bulunmaktadır (TKB, 2004).

### **FİSKOBİRLİK**

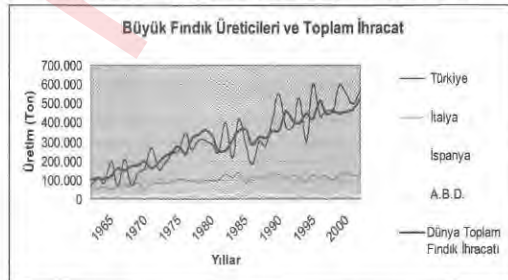
Fiskobirlik, Türkiye'de ve dünyada önemli bir konuma sahiptir. Fın-



dığın yetiştirilmesi, üreticiden alınması, işlenmesi ve tüketime sunulmasında hizmet veren en güçlü kuruluştur. Zaman zaman güçlendirme kredisi ya da avans kredisi adı altında krediler vererek bir kaynak görevini yerine getirmekte, çoğu kez çeşitli araç-gereç ve tarımsal girdi sağlamakta, üretim kültürünü artırıcı, eğitici çalışmalar yapmaktadır. Birlik, tüm fındık üreticilerinin ürünlerini satacağı bir pazar olduğu gibi, fiyat konusunda da garanti verebilmektedir. Üretimin yüksek olduğu yıllarda, özel sektör tarafından alınamayan ürünler, “üreticilerine pazar garantisi veren” Fiskobirlik tarafından alınmaktadır. Türkiye’de fındık rekoltesini ve fındığın toplama tarihini bilimsel olarak saptayan Fiskobirlik, fındık alımlarında belli bir sistem uygulayarak standartları belirlemektedir. Fiskobirlik, ülkemizde üretilen fındığın işlenmesi suretiyle ürün kalitesini ve çeşitliliğini artırmak, damak zevkine yeni tatlar sunmak, hammadde, yarı işlenmiş ve mamul ürünlerle ülke ekonomisine daha büyük katkı sağlamak amacıyla 1981 yılında “Entegre Fındık İşleme Tesisi”ni kurmuştur. Giresun’da toplam 127.000m<sup>2</sup> alan üzerine kurulu tesiste, idare binası, tartı ünitesi, 2.200 ton kapasiteli ön silo, 2.000 ton kapasiteli tasnifli silo, fındık kırma fabrikası, iç fındık silosu, fümigasyon ünitesi, fındık işleme ve paketleme fabrikası, kalite kontrol laboratuvarı, sosyal tesisler, depolar ve lojmanlar yer almaktadır. Bunların haricinde 16 küçük ve orta ölçekte fındık kırma fabrikalarına da daha sahiptir. Fiskobirliğin ürünleri, kabuklu fındık, iç fındık, beyazlatılmış fındık, kavrulmuş fındık, kıyılmış fındık, dilinmiş fındık, fındık unu, fındık yağı, nutkrem, nuga, fındık ezmesi, pralin ve fındık püresidir. Fiskobirliğin değişik illerde 49 kooperatifi ve bu kooperatiflerin toplam 233.820 ortağı vardır. Ayrıca EFİTAŞ, Fiskomar ve Ordu Yağ Sanayi AŞ iştiraklerine sahiptir (www.fiskobirlik.org.tr).

Fındık, bademden sonra dünyada en yaygın yetiştiriciliği yapılan sert kabuklu meyvedir. Fındık üretimi ve arzı bütün büyük üretici ülkelerin ve özellikle en büyük üretici olan Türkiye’nin üretimini artırması nedeni ile artarak devam etmektedir. Dünya fındık üretimi 1960’lı yıllarda yaklaşık 250,000 ton civarında iken aradan geçen süre içinde 570,000 ton/yıl (% 230) artarak 820,000 ton civarına yükselmiştir. 2000’li yıllarda üretimin % 70’ini Türkiye, % 17’sini İtalya % 4’ünü ABD ve % 3’ünü İspanya yapmaktadır.

**Grafik 1 – Fındık Üretimi ve İhracatı**



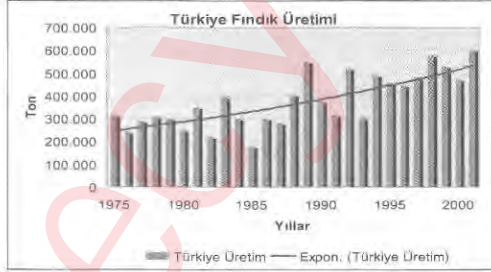
Kaynak: [http://www.arip.org.tr/documents/raporlar\\_makaleler/fındık\\_raporu\\_mart\\_2004.doc](http://www.arip.org.tr/documents/raporlar_makaleler/fındık_raporu_mart_2004.doc)

Dünya fındık ihracatı ve üretimi son on yılda ortalama yıllık % 2,8



oranında artarken Türkiye üretimi son 10 yıldır ortalama yıllık % 3,6 artmaktadır. Arz fazlası olan bir üründe üretim miktarının artırılması sonucunda; Türkiye pazarın % 80'ini elinde tutmasına rağmen pazarı yönlendirme gücünü kaybetmektedir. Türkiye son 10 yıl boyunca ortalama 200.000 ton olan iç fındık ihracatı ile toplam dünya fındık ihracatının % 80'ini gerçekleştirmektedir. Türkiye'de oluşan yurtiçi fındık fiyatları çok az sapmalarla dünya fındık fiyatlarını oluşturmaktadır. Türkiye'nin yüksek fiyatla ihracat yapması durumunda, en büyük rakiplerimiz olan İtalya ve İspanya, AB'nin sağladığı destekler ve navlun giderlerinin düşük olması nedenleri ile Türkiye'ye göre daha düşük fiyatlarla iç fındık satabilmektedir. Netice itibarıyla, fındık üretimi fazla emek ve bakım gerektirmemesi, ürün maliyetinin çok düşük olması, fiyat/alım garantisi veriliyor olması ve bölgede yetiştirilebilecek alternatif ürünlere göre daha kolay satılabilme imkânına sahip olması nedenleri ile hızla artmaktadır. Grafik 2'de son 27 yıldaki üretim miktarları ve büyüme eğilimi sunulmuştur. Grafik 2'de de gözleneceği gibi Türkiye üretimi devamlı yükselmekte ve yükselme eğilimi de artarak devam etmektedir ([http://www.arip.org.tr/documents/raporlar\\_makaleler/fındık\\_raporu\\_mart\\_2004.doc](http://www.arip.org.tr/documents/raporlar_makaleler/fındık_raporu_mart_2004.doc)).

**Grafik 2 - Türkiye'de Fındık Üretim Miktarları**



**Kaynak:**[http://www.arip.org.tr/documents/raporlar\\_makaleler/fındık\\_raporu\\_mart\\_2004.doc](http://www.arip.org.tr/documents/raporlar_makaleler/fındık_raporu_mart_2004.doc)

Devlet, özellikle yüksek kalitede fındığın yetiştirildiği ve tek ürüne (fındık yetiştiriciliğine) bağımlı bulunan klasik üretim bölgesindeki (Trabzon, Giresun ve Ordu illeri) fındık tarımının özendirilmesi, geçimini yalnızca fındık tarımından sağlayan ailelerin refah düzeyinin yükseltilmesi ve meyilli arazi yapısına sahip bölgede fındık yetiştiriciliği sayesinde yağmur erozyonunun önlenmesi amacıyla, 1964 yılında destekleme alımlarına başlamıştır. Destekleme alım görevi de, Fiskobirlik'e verilmiştir. Bu görev ile birlikte destekleme alım fiyatları, ürün bedellerinin ödenmesi, alınan ürünün satışına kadar yapılan masraflar için gerekli kredilerin kaynağı, temin şekli ve ürün bedellerine ait esaslar Yüksek Planlama Kurulu, uygulama esasları ise Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından gösterilmiştir. Alım hizmeti karşılığında da kendisine bir komisyon ödenmiştir. Destekleme alımları sonucunda ortaya çıkan zararlar da, devlet bütçesinden karşılanmıştır. Fiskobirlik'in kendi adına yaptığı alımların kararları ise, Sanayi ve Ticaret Bakanı veya Başbakanın bilgi ve önerileri doğrultusunda Birlik

Yönetim Kurulu tarafından verilmekte, katlanılan zararlar da Hazinece karşılanmaktadır. Destekleme ve Birlik alımları ile üreticilere maliyetlerin üzerindeki fiyatlardan alım garantisi verilmiştir. Böylece, özellikle yüksek rekoltenin gerçekleştiği yıllarda piyasa fiyatlarındaki düşüşler önlenmeye çalışılmıştır. Her pazarlama sezonunun başında (genellikle Ağustos ayında) % 50 randımanlı kuru değirmenlik tombul kabuklu fındık için bir fiyat belirlenmekte ve sivri fındığa ise daha düşük bir fiyat verilmektedir. 1964-1983 döneminde sezon başında belirlenen fiyatlardan yıl boyunca alım yapan Fiskobirlik, 1984-1993 döneminde (1990 yılı hariç) yıl içerisinde kademeli fiyat uygulamış, 1994-1998 döneminde alım fiyatlarını \$ karşılığı TL olarak belirlemiştir. 1994 yılında 1,5 \$/kg olarak ilan edilen alım fiyatları, \$ bazında her yıl artırılarak, 1998 yılında 2,26 \$/kg'a ve aynı alım sezonu içinde daha sonra 2,56 \$/kg'a çıkartılmıştır. Fındık alım fiyatlarının \$ bazında bile önemli oranda (% 70,7) artırılması, alım fiyatlarının belirlenmesinde rekolte, stoklar, dünya fiyatları, rakip ürünlerin üretim ve fiyatları gibi gerekli kriterlerin pek dikkate alınmadığını göstermektedir. 1999 kampanya yılında ise fındık alım fiyatları tekrar TL üzerinden (1.020.000 TL/kg) ilan edilmiştir. Devlet, uyguladığı destekleme fiyat politikasıyla (Fiskobirlik alımlarıyla) fındık üreticilerine 1993-1999 dönemindeki ortalama reel maliyetin % 59 üstünde fiyat vermişken, serbest piyasada maliyetin % 48,1 üstünde fiyat olmuştur (<http://ekutup.dpt.gov.tr/gida/oik642.pdf>).

Fındık üreticileri, üretilen fındığın % 2-5'ini kendi tüketim ihtiyaçlarını karşılamak için ayırdıktan sonra geri kalanı piyasaya sürmektedirler. Üreticiler, genellikle borçlu olmaları, paraya ihtiyaçlarının bulunması, ürünü bekletecek mali güçlerinin olmaması, başka yerde ikamet etmeleri vb. nedenlerle fındığını harman işlemlerinden hemen sonra piyasaya sürmektedirler. Türkiye'deki mevzuata göre üreticilerin fındığını kabuklu olarak pazara sürebilmeleri için fındıkların % 6'dan fazla rutubet taşınamaması gerekmektedir. Üreticiler fındığın fiyat düzeyi, peşin ödeme durumu ve aracılarla borçlü olup olunmamasına göre ya tüccar, kırıcı, işleyicilerden birine (özel sektöre), ya kooperatife ya da hem kooperatife hem de özel sektöre satmaktadırlar. Üreticilerin fındık pazarlama kanalları şöyledir: 1-Üretici-Fındık Tarım Satış Kooperatifi, 2-Üretici-Tüccar, 3-Üretici-Fındık Tarım Satış Kooperatifi ve Tüccar, 4-Üretici-Kırıcı, 5-Üretici-Tüccar ve Kırıcı ve 6-Üretici-İşleyici.

Kooperatifler veya özel sektöre ait firmalar, üreticilerden kabuklu fındığın satın alınmasında % 50 randıman esasına göre fiyat vermektedirler. Çeşit özelliğine ise, fındık alım fiyatlarının belirlenmesinde gereken önem verilmektedir. Randımanın % 50 olması, kabuklu fındık kırılarak içi çıkartıldığında, kabuğun ağırlığı ile iç ağırlığının eşit olması demektir. Üreticilerin piyasaya sürdükleri fındığın randımanı % 40 ile % 60 arasında değişebilmekle beraber genellikle % 50 veya bunun 1-2 puan üzerindedir. Her fazla randıman için alış fiyatına % 1 ilave, noksan randıman için fiyattan % 1 tenzilat yapılmaktadır. Tüccar ve kırıcılar, üreticilerden fındığı satın alırlarken randımanı genellikle laboratuvar şartları dışında subjektif yöntemlere göre belirlemektedirler. Hasat döneminde tüccar, kırıcı ve işleyicilere borçlanan ve borcuna karşılık ürün teslim taahhüdüne giren üreticiler, ürünün satışı aşamasında pazarlık güçlerini de kaybetmektedirler (<http://ekutup.dpt.gov.tr/gida/oik642.pdf>).



## MÜŞTERİ SADAKATI VE MÜŞTERİ SADAKATINI ETKİLEYEN FAKTÖRLER

### Müşteri Sadakati

Müşteri sadakati, bir müşterinin belirli bir işletmeye, bir satıcıya onun ürün veya hizmetlerine karşı geliştirdiği hissettiği, edindiği içten, duygusal bağlılık, süreklilik, istikrarlık, vefa ve duyulan güven gibi kavramlar demetidir. Müşteri sadakati müşterinin bir marka ya da işletme hakkında geliştirdiği olumlu tutumlardır. Buna göre tüketici, memnun olduğu marka, ürün ya da işletmenin sürekli kullanıcısı olması söz konusudur. Bir tüketicinin alternatifsizlik nedeniyle hep aynı markayı satın alması tek başına müşteri sadakati olarak değerlendirilemez. Tüketicinin sadık olması alternatif marka, ürün ya da işletmeler arasında kendisiyle duygu, düşünce ve davranış olarak uzun süre birliktelik kurma eğilimidir. Burada özellikle tüketicinin duygusal olarak bağ kurması sadakat olarak yorumlanmaktadır. Müşteri memnuniyeti müşteriyi sadık hale getirmenin ilk adımı olarak görülür. Pazarlama yöneticileri müşteri memnuniyeti ve müşteri sadakati sağlama yoluyla işletmelerin gelirlerini daha uzun süreli ve istikrarlı hale getirmeyi amaçlamaktadırlar (Altunışık vd., 2004: 11). Müşteri sadakati bir tutumdur, çünkü müşteri tesadüfi olmayan bir eğilime sahiptir. Tutum ise genel olarak insanların çevresindeki herhangi bir objeye veya nesneye karşı sahip oldukları tepki eğilimini ifade eder. Tutumlar psikolojik bir düşünsel oluşum içinde ve toplumsal değer, norm ve ilişkilerin etkisiyle oluşur (Güney, 2000, 298).

### Müşteri Tatmini

Müşteri tatmini, geçmiş 25-30 yıllık dönemde üzerinde en çok durulan ve araştırmacıların başlıca konusu olmuş bir kavramdır. Önceki çalışmalarda müşteri tatmini müşterilerin üründen algıladığı performans olarak kavramlaştırılmıştır. Daha sonra yapılan çalışmalarda ise müşteri tatmininin müşterinin birtakım standartlar ile üründen algıladığı performansı kıyaslamasının bir fonksiyonu olarak gösterilmiştir. Kıyaslama sonucundaki karşılaştırmanın doğru <dan etkisinin yanında müşterinin hem marka performansından beklentilerinin, hem de marka performansı ile ilgili algılamalarının tatmin üzerinde doğrudan etkisi olduğu saptanmıştır (Bayuk, 2004: 22).

Müşteri tatmini mübadeleyi izleyen süreçte tüketicinin satın aldığı ürünün tüketici istek ve ihtiyaçlarına uygunluğu ve ihtiyaçları karşılama derecesinin bir ölçüsü olarak tanımlanabilir. Müşteri tatmini tüketicinin subjektif değerlendirmesi sonucu oluşur ve tüketim spesifiktir. Dolayısıyla her müşterinin belirli bir ürün veya markaya ait müşteri tatmin seviyesi değişebilmektedir. Çünkü müşteri tatmininde tüketicinin duygusal ve kişisel faktörleri ile katlandığı fedakârlıkları algılama biçimleri farklı olabilir. Pazarlama açısından önemli olan müşteri grupları veya tek tek müşteriler bazında müşteri tatmin düzeyini sağlamak ve yükseltmeye çalışmaktır (Burgeson, 1998: 129).

### Algılanan Değer

Müşteri değeri, bir yaklaşıma göre firmanın mal ya da hizmetlerini kullanmış ve ürün veya hizmet ile ilave bir değere sahip olduğunu düşünen

müşteriler ile tedarikçi firma arasında kurulan duygusal bağ olarak tanımlanır (Acuner, 2001: 48).

Müşteri tatmini oluşturma, müşteri için meydana getirilen değere bağlı olduğu için müşterilerin katlanacağı toplam maliyet veya ödünlere de bağlı olacaktır. Kısaca müşteri için değer oluşturma, müşterinin bir ürün veya hizmetten ne kazandığı ve ne gibi ödünlerde bulunduğu arasındaki değiş tokuşu kapsamaktadır. Bir başka deyişle değer verilen ile elde edilenlerin algılanmalarına bağlı olarak bir ürünün yararının müşteri tarafından genel değerlendirilmesidir. Müşteri değeri ya da müşteri için değer yaratma kavramı, müşterilerin ne istedikleri ve ürün ya da hizmeti satın alıp kullandıktan sonra ne elde ettikleri ile ilgili yaklaşımdır ve algılamadır. Yani, değer, müşterinin işletmeyi, satıcıyı ya da ürün veya hizmeti tercih etmekle elde ettiğine inandığı ve algıladığı yararlar (Odabaşı, 2000: 51).

### **Algılanan Kalite**

Kalite, bir ürün veya hizmetin geliştirilmesi gereken bir veya daha fazla karakteristik özelliğidir. İş hayatında başarı, büyüme, rekabetçi ortamda ayakta kalma, kaliteyi anlama ve uygulamaya bağlıdır (Montgomery, 1997: 2). Kalite; günümüz işletmelerinin en çok konuşulan kavramlarından birisidir. Çünkü kalite sadece teknik bir yöntem olmaktan çıkmış, işletmelerin müşterilerini memnun etmeye ve işletme içinde tüm birimlerin optimizasyonunu sağlamaya yönelik bir işletme yönetim aracı olarak kabul görmeye başlamıştır (Berthod, 1996: 30).

Algılanan kalite ise hizmeti veya ürünü satın alan kişi veya kurumun ilgili satışı veya hizmeti yerine getiren kuruluş hakkındaki algılaması, tutumu ve oluşan genel düşüncesidir. Varki ve Colgate (2001) yaptıkları çalışmalarda algılanan hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti açısından önemli bir unsur olduğunu belirtmişlerdir. Daha sonraki çalışmalarında Brady ve Cronin (2001) hizmet kalitesinin müşterilerde tekrar satın alma güdüsünde önemli bir etki yarattığını ortaya koymuşlardır.

### **Performans**

Performans yönetimi başlangıcı ve sonu olan bir anlayış olmayıp değişen sosyal, kültürel, teknolojik ve iktisadi şartlar çerçevesinde kuruluşun kendi konumunu güçlendirmesi amacıyla sürekli iyileştirmeyi esas alan döngüsel bir süreçtir. Performans ölçümü sonucunda elde edilen sonuçların tatmin edici bulunmasının yanında hedeflerle uçurumların ortaya çıkması durumunda bir iç değerlendirme yapılması zarureti ortaya çıkaracaktır. Yapılacak bu değerlendirme ile yönetim tarafından hayati bulunan alanlarda yeniden yapılandırma kararı alınabilmektedir. Performans ölçüleri performansın ölçülmesine ilişkin olarak tespit edilmiş ifadelerdir. Performans ölçüleri miktar veya süre belirtebildiği gibi büyüklükler arasındaki oranı da gösterebilir (Köseoğlu, 2005: 15).

### **Fiyat**

Modern pazarlama anlayışına göre fiyat, yönetimin pazarlama çabalarında yararlanabileceği ve kontrolü altında tutabileceği bir araçtır. Fiyat, hem işletmeler açısından hem de tüketiciler açısından çok önemlidir. İşlet-



meler açısından pazardaki konumunu, pazar payını, pazardan elde edeceği geliri ve karını belirlemede önemli bir etkidir (Yükselen, 1998, s. 139). Fiyat, pazarlama faaliyetlerinin yürütülmesinde de önemli bir değişkendir. İşletmenin pazarlama programının devlet düzenleme ve müdahalelerinden en fazla etkilenen bölümüdür. İş hayatını düzenleyen çeşitli yasaların her ülkede fiyat ve fiyatlandırma konusundaki sınırlayıcı etkileri genellikle diğer alanlardan daha çok kendini hissettirir. Mamule veya hizmete işletmenin koyduğu fiyat, o mamule ya da hizmete olan talebi geniş ölçüde etkiler. İşletmenin rakipler karşısındaki durumunu ve pazar payını etkilemesi ve sonuçta daha öncede belirttiğimiz gibi gelirler ve karlar üzerinde etkisini gösterir (Mucuk, 1997, s. 158).

## **ARAŞTIRMA**

### **Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmanın amacı Fiskobirliğin potansiyel müşterileri olan fındık üreticilerinin müşteri sadakatini (Fiskobirlik açısından) ölçen bir model belirleyerek fiyatın müşteri sadakati üzerindeki etkisini bu model çerçevesinde belirlemektir. Son günlerde medyadan da bildiğimiz gibi Fiskobirliğin fındık ürününü verdiği fiyat üreticilerin tepkisini çekmiştir. Bu durumun üreticilerin bu kuruma karşı olan sadakatlerini değiştirip değiştirmediği de model kapsamında araştırılacaktır.

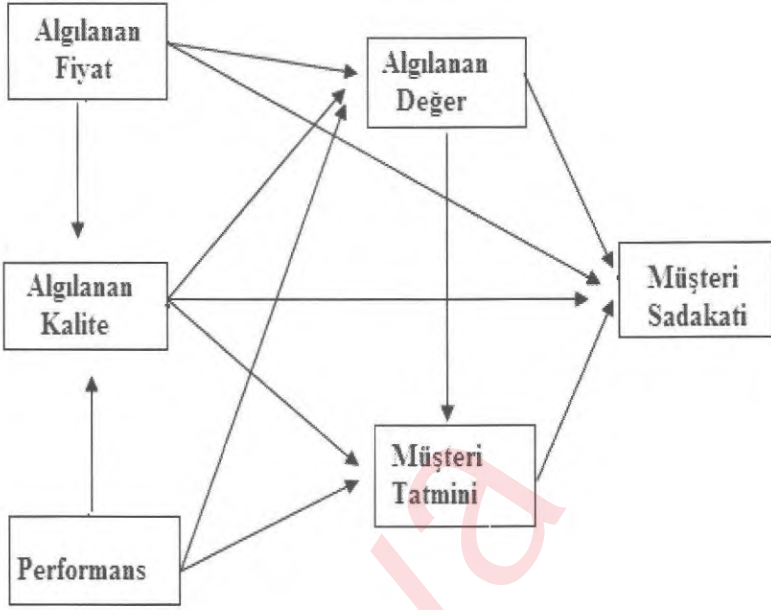
### **Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi, Model ve Hipotezleri**

Dodds ve Monroe (1985), Dodds vd. (1991) ve Monroe ve Chapman'a (1987) göre algılanan fiyat algılanan değeri ve algılanan kaliteyi olumlu yönde etkilemektedir. Aynı araştırmacılara göre algılanan kalite, algılanan değerle ve algılanan değer, müşteri tatminiyle pozitif yönde ilişkilidirler. Oh ve Parks'a göre (1997) performans, algılanan kalite, algılanan değer ve müşteri tatminin olumlu yönde etkilemektedir. Yine Oh ve Parks'a göre müşteri tatminiyle müşteri sadakati arasında da pozitif yönlü bir ilişki vardır. Bojanic (1996), Teas ve Agarwal (1997) ile Fornell vd.'lerine göre (1996) algılanan değer müşteri tatmini pozitif yönde etkilemektedir.

Hallowell (1996) müşteri tatmininin algılanan değer tarafından pozitif yönde etkilendiğini, algılanan değer de, algılanan fiyat ve algılanan kalite tarafından belirlendiğini tespit etmiştir. Benzer şekilde Athanassopoulos (2000), müşteri tatmininin algılanan değer ile sıkı bir ilişki içinde olduğunu ve müşteri tatmininin fiyat ile kalite tarafından da etkilendiğini belirtmiştir. Rust ve Oliver (1994) algılanan değer de, algılanan kalite tarafından etkilendiğini, algılanan değerinde müşteri tatminini doğrudan etkilediğini tespit etmiştir. Bagozzi'nin (1992) modeli satın almada satın alma öncesindeki hizmet değerlendirme durumunun duygusal bir reaksiyona neden olacağını bu reaksiyonun da davranışları belirleyeceğini belirtmiştir. Yani algılanan değer, performans ve algılanan kalite tarafından etkilenirken, müşteri tatmini de algılanan değer tarafından belirlenmektedir.

Yukarıda belirtilen ilişkilerin varlığından yola çıkarak aşağıdaki şekil 1'deki model geliştirilmiştir.





Şekil 1. Araştırma modeli

Şekil 1'deki modele bağlı olarak araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

**H1.**Algılanan fiyat algılanan değeri doğrudan olumlu yönde etkilemektedir.

**H2.**Algılanan fiyat algılanan kaliteyi doğrudan olumlu yönde etkilemektedir.

**H3.**Algılanan fiyat müşteri sadakatini doğrudan olumlu yönde etkilemektedir.

**H4.**Performans algılanan kaliteyi doğrudan olumlu yönde etkilemektedir.

**H5.**Performans müşteri tatminini doğrudan olumlu yönde etkilemektedir.

**H6.**Performans algılanan değeri doğrudan olumlu yönde etkilemektedir.

**H7.**Algılanan kalite algılanan değeri doğrudan olumlu yönde etkilemektedir.

**H8.**Algılanan kalite müşteri sadakatini doğrudan olumlu yönde etkilemektedir.

**H9.**Algılanan kalite müşteri tatminini doğrudan olumlu yönde etkilemektedir.

**H10.**Algılanan değer müşteri tatminini doğrudan olumlu yönde etkilemektedir.

**H11.**Algılanan değer müşteri sadakatini doğrudan olumlu yönde etkilemektedir.

**H12.**Müşteri tatmini müşteri sadakatini doğrudan olumlu yönde etkilemektedir.

### **Araştırmanın Örneklem Yöntemi**

Araştırmanın örnekleminde tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri olan kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın ana kütlesi Giresun ilinde yaşayan ve Fiskobirliğe fındık satışı yapmış veya yapmakta olan fındık üreticileridir. Bu bağlamda 324 kişi ile görüşme yapılmıştır. Tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden biri kullanıldığı için araştırma sonuçları genellenemez, sadece örneklem içinde bulunan üreticiler için geçerlidir.

### **Araştırma Analizi Yöntemi**

Bu araştırmada Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) kullanılmıştır. YEM, ekonomistler, eğitim araştırmacıları ve pazarlama araştırmacıları gibi sosyal bilim alanında faaliyette bulunan bilim adamları tarafından kullanılan ve çok değişkenli istatistiksel tekniklerin birleşiminden meydana gelen yeni ve çok kuvvetli bir analiz tekniğidir. YEM, istatistiksel bağımlılığa dayalı modellerle ilgili karma hipotezlerin içindeki değişkenlerin sebep-sonuç ilişkisini açıklayabilen ve teorik modellerin bir bütün olarak test edilmesine olanak veren etkili bir model test etme ve geliştirme yöntemidir. Araştırmacının zihnindeki, araştırma henüz yapılmadan önce var olan değişkenler arası ilişkilere ait bir modelin, araştırmadan elde edilen veriler aracılığı ile sınanmasına dayanmaktadır (Yu, 2004).

YEM, birden fazla regresyon analizini bir arada yapan genel regresyon analizinin bir uzantısı olup geleneksel modellerin testinde kullanılabilir. Fakat farklı olarak daha karmaşık ilişkilerin ortaya çıktığı durumlarda da (doğrulayıcı faktör analizi, zaman serileri vb.) yararlı olan bir metottur (Information Technology Services, 2004). İlgili alanı, gizil değişkenler tarafından temsil edilen teorik yapılardır. Temel olarak faktör analizi ve regresyon analizinin birleşimidir. Teorik yapıya göre oluşturulan tahmini kovaryans matrisinin gözlenen verilerin kovaryans matrisine uygunluğunu irdeler (Hox and Bechger, 1995: 356). YEM, regresyon analizine daha çok benzetilebilir, etkileşimleri modelleyen, doğrusal olmayan durumlarla baş edebilen, bağımsız değişkenler arası korelasyona izin veren, ölçüm hatalarını modele dahil eden, aralarında korelasyon olan ölçüm hatalarını dikkate alan ve her biri birden fazla gözlenen değişkenle ölçülen çoklu bağımsız ve bağımlı gizil değişkenler arası ilişkileri ortaya koyan ve test eden çok güçlü bir istatistiksel tekniktir. Diğer çok değişkenli istatistik yöntemleri açıklayıcı (exploratory) özellik taşıırken YEM, doğrulayıcı (confirmatory) bir yapı arz eder. Bu da hipotez testinde YEM'in üstün tarafını ortaya koyar. Aynı zamanda diğer çok değişkenli istatistik türleri hata ölçümlerini (measurement error) tayin edemez ve bunu düzeltemezken YEM, hemen hemen bütün ölçüm parametrelerini işleme dahil eder ve sonucu buna göre gerçekleştirir (Anderson, 2004).

Verilerin girilmesinde SPSS 13, Yapısal Eşitlik Modeli analizinde ise

AMOS 4.0 programları kullanılmıştır.

#### **Araştırma Verilerinin Toplama Yöntem Ve Aracı**

Araştırmada veri ve bilgilere ulaşmada yüz yüze anket yöntemi kullanıldı. Araştırma anketi 11.09.2006 ve 11.11.2006 tarihleri arasında uygulandı. Anket formunun ilk bölümünde araştırmanın amacı ve kapsamı ile ilgili bilgilere, ikinci bölümünde ise araştırma modelinin testini yapmak amacıyla gerçekleştirilen ölçeklere yer verilmiştir. Bu son bölümde 5'li Likert ölçeği (5; Kesinlikle katılıyorum,.....,1; Kesinlikle katılmıyorum) kullanılmış ve cevaplayıcılardan sorulan her bir ifadeye ne derecede katılım/katılmadıklarını belirtmeleri istenmiştir. Ölçeklerde yer alan ifadelerin İngilizce aslından Türkçe'ye çevrilmesinde işletme bölümü öğretim üyelerinin de görüşü alınmış, daha sonra da tekrar İngilizce'ye çevrilerek aralarındaki farklılıklar irdelenmiştir. Ankette yer alan ifadelerin anlaşılabilirliği, kapsamı, uzunluğu, akıcılığı gibi özellikler örneklemdeki bireylerden rasgele belirlenen 25 kişiye yüz yüze anket yöntemiyle ön test yapılarak tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre anket formunda gerekli düzeltmeler yapılmıştır.

#### **Araştırmanın Değişkenleri**

Araştırma modelinin bütün ölçekleri tek soru (item) ile ölçülmüştür. Bunun nedeni model testinde faktörün değişkenlerinden ziyade faktörler arası ilişkilerin incelendiği durumlarda faktörlerin genel bir soru şekliyle ve tek soruyla belirlenmesinin yararlı olmasıdır. Yabancı literatüre bakıldığında da benzeri ölçüm teknikleri kullanılmaktadır. Sadece performans ölçeğini ölçmek için fazla soru belirlenmiş ve sorulmuştur. Fakat araştırma kısmında bu sorular faktör analizine tabi tutularak faktör skoru bulunmuş ve bu faktör skoru analize dahil edilmiştir. Dolayısıyla tek değişkenli bir ölçek gibi analizde muamele görmüştür.

Araştırma modeli testi için gerekli olan ölçekleri içeren araştırma maddeleri:

Algılanan fiyat (Oliver, 1981):

-Fiskobirliğin genel olarak fındığa verdiği fiyatlar uygundu.

Algılanan kalite (Parasuraman vd., 1994; Hartline ve Ferrel, 1996)

-Fiskobirlikte sunulan hizmetin kalitesi genel olarak yüksekti.

Performans (Saleh ve Ryan, 1991; Knutson, 1988)

-Fiskobirlik fındık bedellerini zamanında teslim ediyor.

-Fiskobirliğin sunduğu güvenceler tatmin eder düzeyde.

-Fiskobirlik çalışanları cana yakındı.

-Fiskobirlik'te işlemler hızlı bir şekilde yerine getiriliyor.

-Fiskobirlik çalışanları konularında bilgili kişilerdi.

-Fiskobirlik binaları temiz ve işlemler açısından kolay bulunur şekil de dizayn edilmiş.

Algılanan değer (Woddruff, 1997)

-Fiskobirlik ile aramda duygusal bir bağ (güven, saygı, itibar, vb.



özellikleri içerir) var.

Müşteri sadakati (Oh, 1999)

-Fındığımı tekrar Fiskobirliğe satacağım.

Müşteri tatmini (Oh, 1999)

-Fiskobirlik'in hizmetlerinden ve faaliyetlerinden genel olarak tatmin oldum.

### **Araştırmanın Kısıtları**

Zaman ve maliyet kısıtlarından dolayı araştırma evreni Türkiye'deki bütün fındık üreticilerini kapsayacak şekilde ele alınmamış, sadece tesadüfi olmayan örnekleme metotlarından biri olan keyfi örnekleme metoduyla belirlenen belirli bir örnekleme uygulanmıştır. Dolayısıyla bu araştırmanın sonuçları yalnızca kapsam içindeki bireyleri ve bu bireylerin bulunduğu Giresun ilini kapsamaktadır.

Araştırmada ilişkili oldukları öne sürülen yapılar birden fazla değişkenle ölçülmek yerine literatürdeki diğer araştırmalar gibi tek ifadeyle ölçülme yoluna gidilmiştir. Bir yapıyı birden fazla değişkenle ölçmek hata oranını azaltacaktır ama bu araştırmadaki amaç ilgili yapıları açıklamaktan çok bu yapılar arasındaki ilişkileri belirlemek olduğundan bu yola başvurulmuştur.

### **Bulgular ve Yorum**

#### **Ölçüm Modeli**

Normalde, YEM'e başlamadan önce yapıların geçerlilik ve güvenilirliğini denetleyen ölçüm modelinin irdelenmesi gerekir. Fakat bu araştırmada yapılar tek bir ifadeyle ölçüldüğü için yapıların ilgili değişkenlerle ne derece ölçüldüğünü gösteren ölçüm modeli kullanılmamıştır. Zaten tek bir ifadeyle ölçülen bir yapıda ölçüm hatasından bahsedilemez, çünkü ölçülemez. Araştırma modeline bakıldığında bu şeklin YEM'in atası olan rota diyagramı olduğu görülmektedir. Yapısal eşitlik modeli rota diyagramını da kapsadığı için rota diyagramı çözümü kullanmak yerine yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır.

#### **Yapısal Eşitlik Modeli**

YEM'de önceden belirlenen modelin (teorik) elde edilen veriyi ne kadar iyi açıkladığı uyum iyiliği indeksleri ile belirlenir. Uyum iyiliği testleri modelin kabul edilmesi veya reddedilmesi kararının verildiği aşamadır. Eğer modelin tamamı uyum iyiliği testleri sonucunda reddedilirse model içindeki katsayıların veya parametrelerin bir önemi kalmaz ve bunlar değerlendirilmez. Öncelikle bir modelin tamamının kabul edilmesi gerekir ki bunun ardından katsayıların anlamlılığı irdelenebilsin (Kim-Rojewski, 2006). Uyum iyiliği indeksleri konusu henüz gelişme aşamasında olan bir alandır. Her bir uyum iyiliği indeksinde belirli bazı kritik limit noktaları vardır. Ama bunlar kesin olmayıp birer kabullenmedir. Yeni gelişmekte olan alanlarda oluşturulan bir modelin uyum iyiliği indekslerinin kritik limitlerin altında kalması normaldir. Çok fazla sayıda uyum iyiliği indeksleri olmakla birlikte

uygulamada bunlardan ancak 5-6 tanesi kullanılmaktadır (Garson, 2004). Bu araştırmada diğer araştırmalarda en fazla kullanılan uyum iyiliği indeksleri kullanılmıştır ve tablo 1'deki sonuçlar alınmıştır.

**Tablo 1.** Araştırma Modelinin Uyum İyiliği İndeksleri Sonuçları

Model Uyum İndeksleri	Değerler
X <sup>2</sup> (Chi Square)(Ki Kare).....	9,991
P (Anlamlılık Düzeyi).....	0,06
Goodness of fit index, GFI, (Uyum İyiliği İndeksi).....	0,985
Incremental fit index, IFI, (Artırımlı Uyum İyiliği İndeksi).....	0,994
Comperative fit index, CFI, (Karşılaştırmalı Uyum İyiliği İndeksi).....	0,994
Normed fit index, NFI, (Normlanmış Uyum İyiliği İndeksi).....	0,996
Relative fit index, RFI, (Göreceli Uyum İyiliği İndeksi).....	0,973
Root Mean Square Error of Approximation, RMSEA, (Yaklaşım Hatasının Kök Ortalama Karesi).....	0,05

Ki Kare (Chi square), orjinal değişken matrisinin varsayılan matris-ten farklı olup olmadığını test eder. Bu test regresyon katsayılarının işaretine ve anlamlılık düzeyine bakar ve modelin ayrı ayrı parçaları hakkında bilgi verir. Aynı zamanda bu testle modelin tamamının doğruluğu da ölçülebilir. Bu testte normal Ki Kare testinin tersi olarak Ki Kare değerinin mümkün olduğunca düşük olması arzulandır. Ki Kare testi normal kullanılışında gözlenen verilerle tahmin edilen veriler arasındaki farkı test eder. Diğer istatistik testlerinde sıfır hipotezi gözlenen verilerle tahmin edilen veriler arasında bir ilişki yoktur şeklindedir ve bu testlerde H<sub>1</sub> hipotezi yani ilişki vardır sonucu aranmaktadır. Dolayısıyla Ki Kare değerinin anlamlı çıkması ve değerinin büyük olması arzulandır ki H<sub>1</sub> hipotezi kabul edilebilsin. Diğer taraftan YEM'de gözlenen verilerle teorik veriler arasındaki fark araştırılırken arada bir farkın olmaması gerekir ki model verilere uygun ve doğrulanabilir olsun. Dolayısıyla YEM'de sıfır hipotezinin kabul edilmesi istenir. Bu nedenle Ki Kare değerinin anlamsız ve değer olarak küçük bir rakam çıkması arzulandır. Ki Kare değerinin anlamsız çıkması modelin kabul edildiği anlamına gelmez diğer bazı uyum iyiliği testlerinin de uygulanması gerekir. Ayrıca Ki Kare değerinin anlamlı ve yüksek çıkması da modelin reddedildiği manasına gelmez. Çünkü bunun muhtemel en önemli nedeni alınan örnek büyüklüğünün küçük olmasıdır. Normalde YEM'de örnek büyüklüğünün 200-500 arasında olması istenilir. Bu değerlerden aşağı bir değer Ki Kare değerini olumsuz yönde etkileyecektir (Flehandbones, 2004). Bu araştırmada Ki Kare değeri anlamsız (0,05 anlamlılık düzeyinde) ve değer olarak düşük çıkmıştır (X<sup>2</sup>=9,991 p=0,06). Fakat diğer indekslerin de sonucuna bakmak ve buna göre karar vermek gerekir.

GFI (Goodness of fit Index)(Uyum İyiliği İndeksi), varsayılan modelce hesaplanan gözlenen değişkenler arasındaki genel kovaryans miktarını gösterir. Regresyon analizindeki R<sup>2</sup> gibi açıklanabilir. Aralarındaki fark R<sup>2</sup> (determinasyon katsayısı) hata varyansı ile ilgili iken GFI gözlenen kovaryans yüzdesiyle ilgilidir. Örnek hacminin yüksek olması GFI değerini yükselterek doğru sonuç alınmasını önleyebilir. GFI değeri 0 ile 1 arasında değişir.



GFI'nın 0,90'ı aşması mükemmel bir model göstergesi olarak alınmaktadır. Bu durum gözlenen değişkenler arasında yeterince kovaryansın hesaplandığı anlamına gelmektedir (Mels Gerhard, 2004). Tablo 1'de görüldüğü gibi bu model için söz konusu değer 0,985'tir.

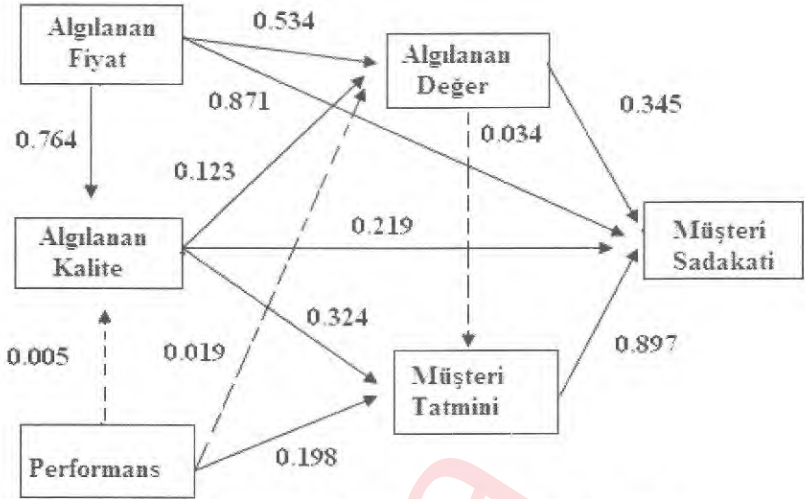
CFI (Comparative Fit Index)(Karşılaştırmalı Uyum İyiliği İndeksi), aynı zamanda Bentler Comparative Fit İndeks olarak da bilinir. Mevcut modelin uyumu ile gizil değişkenler arası korelasyonu ve kovaryansı yok sayan sıfır hipotez modelinin uyumunu karşılaştırır. Yani model tarafından tahmin edilen kovaryans matrisi ile sıfır hipotezli modelin kovaryans matrisini karşılaştırır. CFI, 0-1 arası değişen değerler alır. 1'e yaklaştıkça uyum iyiliğinin arttığını gösterir veya daha yüksek CFI'ya sahip modelin daha güçlü uyum içinde olduğunu vurgular. CFI, NFI'ya benzer ama aralarındaki fark CFI'nın örnek büyüklüğünden etkilenmesidir. CFI'nın kabul edilebilmesi için 0,90'ın üzerinde bir değer alması gerekir (modeldeki kovaryans ve korelasyon matrisinin % 90'ının gözlenen veriler tarafından tekrar oluşturulabilme oranını ifade eder) (Demerouti, 2004). Araştırmamızda CFI değeri 0,994 bulunmuştur.

IFI (Incremental Fit Index) (Artırımlı Uyum İyiliği İndeksi), DELTA2 olarak da bilinir. Bazı koşullarda 1'in üzerinde değer alabilir bu durumda 1'e eşitlenir. 0.90'ın üstünde olması istenilir. Tablo 1'de görülebileceği gibi araştırma modelindeki IFI değeri 0,994'tür.

NFI (Normed Fit Index)(Normlanmış Uyum İyiliği İndeksi), Bentler ve Bonett, karşılaştırmacı uygunluk indeksi adını verdikleri bir dizi test geliştirmişlerdir. Bu indeks varsayılan modelin temel ya da sıfır hipoteziyle olan uygunluğunu araştırır. Amaç, varsayılan modelin kullanılmasıyla iyileşen uygunluk miktarını belirlemektir. Diğer bir deyişle sıfır hipotezinin uygunluğu ile karşılaştırıldığında varsayılan modeli kullanarak elde edilen uygunluktaki artış miktarını gösterir ve 0-1 arası değer alır. Bulunan değer 0.90'ın üzerinde olması gerekir ve 1'e ne kadar yaklaşırsa o kadar fazla uyum iyiliğine sahiptir. NFI'nın dezavantajı modeldeki parametre sayısının artmasıyla doğru orantılı olarak artmasıdır bu da doğru olmayan bir modelin kabulüyle sonuçlanabilir (DELTA 1 olarak da adlandırılmaktadır). Araştırmadaki NFI değeri 0,996 çıkmıştır.

RFI (Relative Fit Index)(Göreceli Uyum İyiliği İndeksi), RHO1 olarak bilinir. 0-1 arası değişen değerler alır (bazen bu değerlerin dışına çıkabilir). 0.90'dan yüksek bir değer alması istenilir (Demerouti, 2004). Tablo 1'de görüldüğü gibi bu değer 0,973'tür.

RMSEA'nın (Root Mean Square Error of Approximation) (Yaklaşım Hatasının Kök Ortalama Karesi) modelin uygun olabilmesi için 0.05 veya daha düşük bir değer alması gereklidir. RMSEA değeri 0.05 ile 0.08 arası bir değer alan modelin uyumu yeterlidir, 0.10 ve daha üstünde ise modelin uygunluğu zayıftır. Araştırma modelinde RMSEA 0,05 bulunmuştur. Tablo 1'deki uyum iyiliği indekslerine bakıldığında modelin bir bütün olarak mükemmele yakın uyum sağladığı söylenebilir.



Şekil 2. Araştırma Modeli Testinin AMOS çıktısı

Şekil 2, önerilen araştırma modelinin YEM ile test edilmesi sonucu ortaya çıkan AMOS programı çıktısıdır (Kesikli çizgilerle gösterilen yol okları anlamlı çıkmayan regresyon katsayılarını göstermektedir).

Tablo 2’de, Şekil 2’deki bütün standardize yol (regresyon) katsayıları görülmektedir. Standardize yol katsayıları (MLE)(maksimum likelihood estimation), bağımsız değişkendeki bir standart birimlik değişimin bağımlı değişkende kaç standart birimlik değişmeye neden olacağını veren değerlerdir. Tablo 2’de görüldüğü gibi H4, H6 ve H10 hipotezleri 0,05 önemlilik düzeyinde anlamlı bulunmamış ve reddedilmişler, diğer hipotezler ise anlamlı bulunmuş ve kabul edilmiştir. Kabul edilmeyen hipotezler (anlamlı bulunmayan regresyon katsayıları) Şekil 2’de kesikli yol oklarıyla gösterilmiştir.

Tablo 2. Araştırma Modelindeki Hipotez Testi Sonuçları

Hipotezler	Standardize Yol Katsayıları (MLE)	SH	t	Sonuç
H1	0.534	0.023	23.17	Kabul
H2	0.764	0.041	18.63	Kabul
H3	0.219	0.023	9.52	Kabul
H4	0.005	0.673	0.007	RED
H5	0.198	0.012	16.5	Kabul
H6	0.019	0.432	0.043	RED
H7	0.123	0.004	30.75	Kabul
H8	0.219	0.067	3.260	Kabul
H9	0.324	0.099	3.27	Kabul
H10	0.034	0.198	0.343	RED
H11	0.345	0.109	3.165	Kabul
H12	0.897	0.08	11.12	Kabul

## SONUÇ

Tarım ve gıda sektörü sahip olduğu özellikler nedeniyle ülke ekonomisindeki önemini korumaktadır. Ancak sektörün gelişimini etkileyen



yapısal sorunlar ülke tarımının önünü tıkamaktadır. Bu durum sektördeki gelişme hızını olumsuz yönde etkilemekte, sektörün rekabet gücünün arzulanan düzeye ulaşmasını engellemektedir. Dünyadaki acımasız rekabet ortamı ülke tarımının zarar görmesine yol açmaktadır. İçinde bulunduğumuz yüzyılda uluslararası anlaşmalarına getirdiği yükümlülükler karşısında sektörün daha güçlü konuma gelmesi zorunlu hale gelmiştir.

Tarım ve gıda sektörünün güçlü konuma getirilmesi örgütsel yapının güçlendirilmesine ve kısa zamanda çözümler üretilmesine bağlıdır. Nitekim tarımda gelişmiş Avrupa Birliği (AB) ülkelerinin rekabet gücünü artıran unsurların başında örgütsel yapının güçlü olması gelmektedir. Güçlü tarımsal örgütlenme tarım ve gıda sektöründe rekabet gücünü artıran en önemli unsur olmuştur.

Tarım ve gıda sektörünün sorunlarının çözümü ülkemizdeki ekonomik ve sosyal sorunların da çözümünde büyük rol oynayacaktır. Özellikle AB'ye üyelik müzakerelerinin başlayacağı önümüzdeki dönemde en önemli konuların başında tarım sektörü gelmektedir. Nitekim en zor müzakereler de tarım ve gıda sektöründe yaşanacaktır.

Bu sürece, tarım ve gıda örgütlenmesinde güçlü bir örgütsel yapı ile girilmesi, rekabet gücümüzü güçlendirecek, toplulukla bütünleşme sürecini hızlandıracaktır. Türkiye'de ekonomik ve mesleki amaçlı bir çok kuruluş olmasına rağmen gerek ekonomik gerekse yasal engeller nedeniyle tarımın sorunlarının çözümünde arzulanan sonuçlara ulaşamamıştır. Dolayısıyla örgütlenmede yaşanan sorunlar tarımın sorunlarının çözümünü olumsuz yönde etkilemiştir.

Ülkemizde fındık alanında söz sahibi olan Fiskobirlik bir tarım satış kooperatifi olarak görevini yerine getirmektedir. Fakat son zamanlarda fındık için Fiskobirlik tarafından belirlenen fiyat düzeyi üreticiyi büyük bir hayal kırıklığına uğratmıştır. Bunun farklı sebepleri olabilir. Araştırmadaki amaç, fındığın fiyatının Fiskobirliğin müşterisi konumunda olan üreticilerin bu kuruma olan bağlılıklarını ne şekilde etkilediğini bir model dahilinde tespit etmektir.

Elde edilen araştırma modelinde de anlaşılabilceği gibi fındık açısından Fiskobirliğin verdiği fiyatın algılanan düzeyi, Fiskobirliğin algılanan değerini (H1,  $r=0.534$ ) orta düzeyde, algılanan kalitesini (H2,  $r=0.764$ ) orta-yüksek düzeyde ve Fiskobirliğin müşterilerinin sadakatini (H3,  $r=0.219$ ) düşük düzeyde etkilemektedir. Fiskobirliğin göstermiş olduğu performans ise Fiskobirliğin algılanan kalitesini (H4,  $r=0.005$ ) etkilememekte, müşteri tatminini (H5,  $r=0.198$ ) düşük düzeyde etkilemekte, algılanan değeri ise (H6,  $r=0.019$ ) etkilememektedir. Fiskobirliğin algılanan kalitesi, algılanan değeri (H7,  $r=0.123$ ), ve müşteri sadakatini (H8,  $r=0.219$ ) düşük derecede etkilemekte, müşteri tatminini ise (H9,  $r=0.324$ ) düşük-orta düzeyde belirlemektedir. Fiskobirliğin algılanan değeri müşteri tatminini (H10,  $r=0.034$ ) etkilememekte, müşteri sadakatini ise (H11,  $r=0.345$ ) orta düzeyde etkilemektedir. Fiskobirlik müşterilerinin müşteri tatmini, müşteri sadakatini (H12,  $r=0.897$ ) yüksek düzeyde etkilemektedir.

Araştırma modeli sonuçlarından da anlaşılabilceği gibi fiyat, müşteri tatmini modelinin önemli bir değişkeni durumundadır. Fiskobirlik müşterisi konumunda olan fındık üreticilerinin Fiskobirlik'ten bekledikleri en

önemli şey de ürettikleri fındığa uygun fiyat verilmesi ve fındık bedellerinin de erken tarihte hesaplarına yatırılmasıdır. Özellikle fiyat, Fiskobirliğin algılanan kalitesini önemli düzeyde etkilemektedir. Fiyat, müşteri sadakatini doğrudan düşük düzeyde etkilemesine karşılık dolaylı etkisine de bakıldığında önemli bir etken olmaktadır. 2006 yılında olduğu gibi fındığa verilen düşük fiyat üreticileri fındık tüccarlarına yönlendirmektedir. Gerçi fındık tüccarları da fındığa Fiskobirlik'ten fazla bir fiyat vermemektedirler. Bunun nedeni ise fındık alımının sadece birkaç büyük tüccar tarafından yapılması, dolayısıyla fındığın fiyatının belirlenmesinde sadece birkaç kişinin rol olmasıdır. Tüccar sayısının artması ve rekabetçi piyasanın oluşturulması fındık fiyatlarının artmasına ve üreticinin rahatlamasına sebep olacaktır.

### KAYNAKÇA

- Acuner, Ş.(2001), **Müşteri Memnuniyeti ve Ölçümü**, MPM Yayınları, No:655.
- Altunışık, R. (2004), **Modern Pazarlama, Değişim Yayınları**, 4. Baskı, İstanbul.
- Anderson, J.G., (2004), "The Basic of Structural Equation Model", web.ics.purdue.edu/~janders1/Soc681/Soc%20681%20Basics%20of%20Structural%20Equation%20Modeling%202002.ppt. (Erişim Tarihi: 07.02.2005).
- Athanassopoulos, Antreas D. (2000), "Customer Satisfaction Cues to Support Market Segmentation and Explain Switching Behavior," *Journal of Business Research*, Vol.47, pp.191-207.
- Bagozzi, R., (1992), "The Self Regulation of Attitudes, Intentions, and Behavior," *Social Psychology Quarterly*, Vol.55, pp.178-204.
- Bayuk, N. (2004), "Müşteri Sadakati ve Bankacılıkta Müşteri Sadakatinde Sosyo-Kültürel ve Psikolojik Faktörlerin Rolü", KTU Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Trabzon.
- Berthod, G. (1994), "Toplam Kalite ve İnsan Kaynakları", (Çev: Özlem Rodoplu), *Kalite Dergisi*, Kal-Der Yayını, Sayı 6, Ocak, ss.30-32.
- Bojanic, D.C., (1996), "Consumer Perceptions of Price, Value and Satisfaction in The Hotel Industry: An Exploratory Study", *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, Vol.4(1), pp.5-22.
- Brady, M.K., Cronin, J.J.(2001), "Customer Orientation: Effects on Customer Service Perceptions and Outcome Behaviors", *Journal of Service Research*, Vol.3, No.3, pp.241-251.
- Burgeson, C.D. (1998), "Managing Customer Loyalty", *Solid State Technology*, Vol.41, Issue: 1, pp. 128-130.
- Demerouti E. (2004), "Structural Equation Modeling", www.dmst.aueb.gr/gr\_2/diafora2/Prosopiko2/visitors\_ppts/Demerouti1.ppt:(Erişim Tarihi: 02.05.2005).
- Dodds, W.B., Monroe, K.B., (1985), "The Effect of Brand and Price Information on Subjective Product Evaluations. in: Hirschman, E., Holbrook, M. (Eds.), *Advances in Consumer Research*, vol. 12, Association for Consumer Research, Provo, UT, pp. 85-90.
- Dodds, W.B., Monroe, K.B., Grewal, D., (1991), "Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers, Product Evaluations", *Journal of Marketing Research*, Vol.28, pp.307-319.



- Flehandbones, (2004), "Path Analysis and Structural Equation Modeling", [http://64.233.183.104/search?q=cache:PAtoEgWmQVMJ:www.flehandbones.com/readingroom/pdf/946.pdf+Path+Analysis+and+Structural&hltr:\(ErişimTarihi 02.05.2005\)](http://64.233.183.104/search?q=cache:PAtoEgWmQVMJ:www.flehandbones.com/readingroom/pdf/946.pdf+Path+Analysis+and+Structural&hltr:(ErişimTarihi 02.05.2005)).
- Fornell, C., Johnson, M.D., Anderson, E.W., Cha, J., Bryant, B.E., (1996), "The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings", *Journal of Marketing*, Vol.60, pp.7-18.
- Garson, D. (2004), "Structural Equation Modeling", <http://www2.chass.ncsu.edu/garson/pa765/structur.htm>: (Erişim Tarihi 02.05.2005).
- Güney, S. (2000), **Davranış Bilimleri**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Hallowell, R. (1996). "The Relationship of Customer Satisfaction, Customer Loyalty, and Profitability: An Empirical Study," *The International Journal of Service Industry Management*, Vol.7 (4), pp.27-42.
- Hartline, M.D., Ferrell, O.C., (1996), "The Management of Customer-Contact Service Employees: An Empirical Investigation", *Journal of Marketing*, Vol. 60, pp.52-70.
- Hox, J.J., Bechger, T.M, (1995), "An Introduction to Structural Equation Modeling", *Family Science Review*, 11, pp.354-373.
- Information Technology Services, (2004), "Structural Equation Modeling Using AMOS: An Introduction", <http://www.utexas.edu/its/rc/tutorials/stat/amos/01.05.2005>.
- Kim, H., Rojewski, J. W., (2006), "Using Structural Equation Modeling To Improve Research In Career And Technical", <http://scholar.lib.vt.edu/ejournals/JVER/v27n2/kim.html>.
- Knutson, B.J., (1988), "Ten Laws of Customer Satisfaction", *The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, Vol.29, pp. 14-17.
- Köseoğlu, M.A. (2005), Kamu İktisadi Teşebbüslerinde Performans Ölçümü, Uzmanlık tezi, Yıllık programlar ve Konjonktür Değerlendirme Genel Müdürlüğü Kit ve Sosyal Güvenlik Dairesi Başkanlığı, Haziran.
- Mels, G. (2004), "Getting Started with The Student Edition of Lisrel 8.53 for Windows", <http://www.psikolojiktestler.hacettepe.Edu.tr/l.doc> :02.05.2005.
- Monroe, K.B., Chapman, J.D., (1987), "Framing Effects on Buyers: Subjective Evaluations. in: Anderson, P.,Wallendorf, M. (eds.), *Advances in Consumer Research*, Vol. 14. Association for Consumer Research, Provo, UT, pp. 193-197.
- Montgomery, D.C. (1997), **Introduction to The Statistical Quality Control**, 3<sup>rd</sup> Edition, John Wiley&Sons Inc., Newyork.
- Mucuk, İ. (1997), **Pazarlama İlkeleri**, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Odabaşı, Y. (2000), **Satış ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi**, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Oh, H., Parks, S.C., (1997), "Customer Satisfaction and Service Quality: A Critical Review of The Literature and Research Implications for The Hospitality Industry", *Hospitality Research Journal*, Vol.20(3), pp.35-64.
- Oh, Haemoon (1999), "Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective", *Hospitality Management*, Vol.18, pp.67-82.



- Oliver, R.L., (1981), "Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings", *Journal Of Retailing*, Vol.57(3), pp.25-48.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., Berry, L.L., (1994), "Alternative Scales for Measuring Service Quality: A Comparative Assessment Based on Psychometric and Diagnostic Criteria", *Journal of Retailing*, Vol.70(3), pp.201-230.
- Rust, Roland T., Richard L. Oliver. (1994). "Service Quality: Insights and Managerial Implications from the Frontier." pp. 1-19 in *Service Quality: New Directions in Theory and Practice*. Roland T. Rust and Richard L. Oliver (Eds.). New York: Sage Publications, Inc.
- Saleh, F., Ryan, C., (1991), "Analyzing Service Quality in The Hospitality Industry Using The Servqual Model", *The Service Industries Journal*, Vol.11, pp.324-343.
- Teas, R.K., Agarwal, S., (1997), "Quality Cues and Perceptions of Value: An Examination of The Mediation Effects of Quality and Sacrifice Perceptions", *Iowa State University Working Paperd* 37.6: Iowa State University.
- TKB, (2004). Tarım ve Köyişleri Bakanlığı 1994-2004 Kayıtları, Ankara.
- Varki, S., Coltage, M. (2001), "The Role of Price Perceptions in an Integrated Model of Behavioral Intentions", *Journal of Service Research*, Vol.3, Nr.3, pp.232-240.
- Woodruff, R.B., (1997), "Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.25(2), pp.139-153.
- Yu, C.H. (2004), "Structural Equation Modelling", <http://seamonkey.ed.asu.edu/~alex/teaching/WBI/SEM.html>:01.05.2005.
- Yükselen, C. (1998), **Pazarlama İlkeler Yönetim**, Detay Yayıncılık, Ankara.  
<http://www.kamyon.politics.ankara.edu.tr/dergi/belgeler/kydd/18.pdf>  
[http://www.yapraklarilkogretim.sitemynet.com/images/belirli\\_haftalar/kooperatifcilik.doc](http://www.yapraklarilkogretim.sitemynet.com/images/belirli_haftalar/kooperatifcilik.doc).  
[http://www.koopkontder.org.tr/dok1q2w/arrap\\_4.doc](http://www.koopkontder.org.tr/dok1q2w/arrap_4.doc)  
[http://www.tarimsurasi.tarim.gov.tr/10.komisyon\\_raporu.doc](http://www.tarimsurasi.tarim.gov.tr/10.komisyon_raporu.doc)  
<http://www.zmo.org.tr/etkinlikler/usy03/12.pdf>  
<http://www.cc.domaindlx.com/kamanmem/Web/dunya%20kooperatifcilik%20gunu.doc>  
[http://www.arip.org.tr/documents/raporlar\\_makaleler/findik\\_raporu\\_mart\\_2004.doc](http://www.arip.org.tr/documents/raporlar_makaleler/findik_raporu_mart_2004.doc)  
<http://www.aib.org.tr/proje/kooperatif.doc>  
<http://www.ekutup.dpt.gov.tr/gida/oik642.pdf>  
<http://www.fiskobirlik.org.tr>

## TÜRKİYE'DE BUĞDAY TARIMINDA SÜNE MÜCADELESİNİN EKONOMİK YÖNDEN DEĞERLENDİRİLMESİ

Harun Tanrıvermiş\* Cahit Coşkun Altunoğlu\*\*

**Özet:** Bu çalışmada, Türkiye'de buğday tarımında süne mücadelesinin ekonomik yönü, ilgili kuruluşların kayıtlarından derlenen veriler kullanılarak incelenmiştir. Süne mücadelesi 1928 yılından beri devlet tarafından yapılmakta ve günümüzde buğday ekilen 9,4 milyon ha arazinin yaklaşık yarısında her yıl süne mücadelesine yönelik arazi kontrolleri sürdürülmektedir. Süne mücadele yöntemlerinde zaman içinde önemli değişim olmakla birlikte ağırlıklı olarak kimyasal mücadele yapılmış ve uzun süre bu çalışmalar devlet tarafından yürütülmüştür. 2000'li yıllardan sonra bireysel üreticilerin süne mücadelesine katılmaları ve mücadele çalışmasını kendi kendine yapabilmeleri teşvik edilmiştir. Buğdayda süne mücadelesinin yapılmaması halinde ürün verimi ortalama % 70 oranında azalmakta ve salgın durumunda bu oran % 100'lere ulaşmaktadır. 2005 yılında 7.254.802 YTL harcama ile 865.052 ha alanda ilaçlı mücadele yapılmış, illere göre mücadele masraflarının 11 kat ile 21 katı arasında değişen düzeyde net ekonomik fayda elde edilmiş ve bu yolla 521.280.396 YTL ulusal ekonomiye katkı sağlanmıştır. Buğday tarımında süne mücadelesi ekonomik yönden yapılabilir olmakta ve mücadele yapılmadan buğday üretimi sürdürülebilir görülmemektedir. Süne mücadelesinin teknik yönünün önemli olması nedeniyle mücadelenin devletin kontrol ve desteğinde üretici ve üretici örgütlerince yürütülmesi, mücadele çalışmasının etkinliğinin artırılmasına katkı yapacaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Buğday, süne, fayda-maliyet analizi, net ekonomik fayda

### The Economic Assessment Of Sunn Pest Control In Wheat Farming In Turkey

**Abstract:** This study examines the economic aspect of sunn pest control in wheat farming, using data collected from the public and private organizations in Turkey. Sunn pest control has been carried out in Turkey since 1928 by the state, and today sunn pest control operations are maintained on approximately half of the 9.4 million ha of wheat fields. Over time there have been significant changes in sunn pest control methods, most of which

\* Doç. Dr., Ank. Üniv. Ziraat Fak. Tarım Eko. Böl. tanriver@agri.ankara.edu.tr; tanrivermis@gmail.com

\*\* Ziraat Yüksek Müh., Tarım ve Köyişleri Bak. Koruma ve Kontrol Genel Müd., Bakanlıklar, Ankara.



have been chemical control methods, implemented by the state for a considerable length of time. After the year 2000, individual producers were encouraged to participate in sunn pest control and to be able to carry out control operations by themselves. If sunn pest control is not applied to wheat farming, an average of 70% of the produce will be lost and the figure will reach to 100% in the event of an epidemic. In 2005, 7,254,802 TL was spent on the chemical control of 865,052 ha of land; the resulting net economic benefits varied from 11 to 21 times the cost depending on the region, and in this way an additional 521,280,396 TL was contributed to the national economy. Sunn pest control in wheat farming is economically feasible, and it does not appear possible to maintain wheat farming without such control. As the technical aspect of sunn pest control is important, the implementation of control operations by producers and production organizations with state control and support will contribute to their effectiveness.

**Key Words:** Wheat, sunn pest, benefit-cost analysis, net economic benefit

## GİRİŞ

Birçok ülkede doğrudan insan ve hayvan beslenmesinde kullanılan buğday, aynı zamanda un ve unlu mamuller sanayinin temel hammaddesidir. Buğday insan beslenmesinde temel besin maddesi olup, özellikle kişi başına gelir düzeyi düşük olan ülkelerde hububata dayalı beslenme alışkanlığı yaygındır. Buğday, birçok ülkede halkın temel besin maddesi olması, yerine kullanılacak az sayıda ürün olması ve arzının yetersizliğinin olağandışı dönemlerde açlık riskine neden olması gibi özellikleri dikkate alındığında "stratejik ürün" niteliği taşımaktadır. Buğdaya dayalı beslenme alışkanlığının yaygın olduğu ülkelere, güvenlik stoku bulundurulması ve halkın gereksinimlerini karşılayabilecek düzeyde buğdayın ülke içinde üretimi ve üretilen nispeten yüksek maliyetli ürünün dünya borsası fiyatlarının üzerindeki destekleme alım fiyatlarıyla devlet tarafından satın alınarak üreticilerin korunması, buğday tarımının önemini ortaya koymaktadır. Tarımdaki yeni gelişmeler, artan ürün çeşitliliği ve beslenme alışkanlıklarındaki değişimlere rağmen, buğdayın insan beslenmesindeki önemi azalmamıştır (Miller and Morse, 1996). Türkiye'de üretilen 21 milyon ton buğdayın yaklaşık 4/5'i iç tüketime konu olmakta ve kalan kısmı ise diğer şekillerde değerlendirilmektedir (Erkuş vd., 1995). Kırsal ve kentsel kesimde kişi başına buğday tüketim miktarı, dünya ortalamasından oldukça yüksektir. Kırsal kesimden kentlere geçildikçe kişi başına buğday tüketimi azalmakta ve hayvansal ürünlerin tüketim miktarı artmaktadır. Dengeli beslenmek için gerekli olan günlük toplam protein alımının % 70'e yakın kısmını hala bitkisel kaynaklar oluşturmaktadır.

Türkiye tarım işletmelerinde buğday üretim faaliyetine ağırlıklı olarak yer verilmektedir. Buğday, ekim alanı ve üretici sayısı en fazla olan bitkisel üründür. 2001 Genel Tarım Sayımı sonuçlarına göre ülkemizde toplam 1.783.314 adet tarım işletmesi 64.789.090 da alanda buğday tarımı yapmakta olup, buğday tarımı yapan işletmelerin toplam içindeki oranı



% 57,96 ve buğday ekim alanının toplam tarım alanı içindeki payı % 35,14 olmuştur. Tarımsal üretim değeri içinde buğday üretiminin payı % 11,54 ve bitkisel üretim değeri içinde buğday tarımının payı ise % 15,63'dür. Bireysel ürün olarak buğday, tarımsal üretim ve bitkisel üretim değeri içinde önemli bir yer tutmaktadır. Güneydoğu Anadolu, Orta Anadolu ve Marmara Bölgeleri'nde yoğun olmak üzere Akdeniz, Ege ve Karadeniz Bölgesi İlleri tarım işletmelerinde buğday tarımı başlıca ekonomik faaliyetlerden biridir. Nadas hariç ekili arazinin % 77,83'ünde kuru tarım yapılmakta ve bunun ¼'ünü hububat oluşturmaktadır. Buğday üreticilerinin % 55,75'i ve buğday ekili arazinin ise % 67,34'ünde tarımsal mücadele yapılmakta ve işletmelerin % 92,12'si ve buğday üretilen arazinin % 93,79'unda kimyasal gübre kullanılmaktadır (Anonim, 2004). Buğday üretim alanı içinde özellikle kuru koşullarda buğday tarımı yapılan alanlar ağırlıklı pay almakta olup, bu bölgelerde buğday tarımı ana gelir kaynağı özelliğine sahiptir.

Buğday tarımında üretimi miktar ve kalite yönlerinden etkileyen; toprak işleme, sulama, tohumluk, kimyasal gübre, hastalık ve zararlılarla mücadele gibi birçok faktör bulunmaktadır. Ülkemizde yetersiz yağış ve sulamada karşılaşılan güçlükler ile hastalık ve zararlılarla mücadele, üretimi sınırlandıran faktörlerin başında gelmektedir. Buğday üretimini tehdit eden ana zararlıın süne (*Eurygaster spp.*) olduğu bilinmektedir. Hastalık ve zararlılarla mücadele yapılması, verimi artırıcı bir işleminden çok, hedeflenen verimi veya üretim düzeyini koruyucu bir özellik taşımaktadır. Tarımsal mücadelenin ekonomik analizinde, mücadele maliyetleri ve faydalarının birlikte analizi gerekli olmaktadır (Tanrıvermiş, 2000). Mücadele yapılmaması durumunda, ürünlere göre % 35-36 dolayında kayıp olması beklenmektedir (Pimental and Lehman, 1992). Bu oran alınan verim üzerinden saptanmakta olup, alınması hedeflenen verim üzerinden hesaplanırsa % 45-50 düzeyine ulaşmaktadır (Ecevit ve Mennan, 1998). Ülkemizde hastalıklar, zararlılar, yabancı otlar ve diğer etmenlerin ürünlerde ortalama % 40 dolayında zarara neden olduğu ifade edilmektedir (Yurdakul vd., 1994). Buğday tarımında süne, ürün veriminde % 20 ile % 70 arasında değişen oranlarda hasara neden olmakta, zamanında ve etkin mücadele yapılmaması ve salgın olması halinde ise zarar % 100'e ulaşmaktadır (Miller and Morse, 1996). Süne zararlısı ile etkin kültürel, kimyasal veya biyolojik mücadele yapılarak ürün verim ve kalitesi korunabilmektedir.

Türkiye'de süne mücadelesi çalışmaları 1928 yılından beri değişik yöntemlerle genellikle Devlet tarafından yapılmıştır. Günümüzde süne mücadelesi 24.05.1957 tarih ve 6968 Sayılı Zirai Mücadele ve Zirai Karantina Kanunu çerçevesinde devlet yardımı olarak yapılan mücadele şeklinde Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı (TKB) Tarım İl Müdürlüklerinin ve ilgili bölge zirai mücadele ya da tarımsal araştırma enstitüsü müdürlüklerinin teknik kontrolünde yürütülmektedir. Hububat tarımında büyük oranda zarar yapan süne zararlısına karşı yapılan mücadele programlarının maliyetleri ve

bunların bireysel üretici ve ülke ekonomisine yaptığı katkı konusunda yeterli araştırma olmadığı gibi, ilgili kişi ve kuruluşlar arasında görüş birliği de bulunmamaktadır. Bu çalışmada öncelikle literatür ve ikincil verilere dayalı olarak buğday üretimi, üretim alanı ve verimindeki gelişmeler, süne mücadelesi yapılan alanlar, mücadele yöntemleri, mücadele çalışmalarının organizasyonu ve tarafların (kamu ve özel sektör) rolleri, mücadele programı, uygulama sonuçları, mücadele maliyetleri ve sağlanan faydalar kısaca incelenmiştir. Araştırmada gerek seçilen iller (Ankara, Konya, Tekirdağ ve Şanlıurfa) düzeyinde, gerekse ülke ortalaması olarak kuru koşullarda buğday tarımında üretim maliyetleri, süne mücadele maliyetleri, mücadele çalışması ile kazanılan verim artışı, mücadele yapılması ve yapılmaması durumunda elde edilecek ürün verimleri, üretici eline geçen fiyatlar, gayrisafi üretim değeri, brüt ve net gelir düzeyleri ile uygulanan mücadele çalışmasının net ekonomik faydası ve ulusal ekonomiye olan katkısı ana hatlarıyla ortaya konulmuştur. Tarımda başlıca girdilerden biri olan mücadele ilacı kullanımının ekonomikliği ile ilgili araştırma bulguları olmadan, hastalık ve zararlılarla mücadelede rasyonel politikaların tespiti ve etkin olarak uygulanması olanağı bulunmamaktadır.

#### **MATERYAL VE METOD**

Bu çalışmada ikincil veriler kullanılarak ülke ve seçilen iller düzeyinde buğday tarımında süne mücadelesinin ekonomikliği değerlendirilmiştir. Araştırmada TKB Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü, Tarımsal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Ziraî Mücadele Araştırma Enstitüleri, Tarımsal Araştırma Enstitüleri, Tarım İl Müdürlükleri ve diğer kamu ve özel kuruluşların verileri kullanılmıştır (Anonim, 2006a,b,c,d,e). Bu çalışmada 2005 yılında yürütülen mücadele çalışmalarının sonuçları değerlendirmede dikkate alınmıştır.

Araştırmada hem Ankara, Konya, Şanlıurfa ve Tekirdağ illeri'nde, hem de ülke genelinde buğday üretim maliyetleri, verimlilik, karlılık ve süne mücadele çalışmasının fayda-maliyet analizi yapılmıştır. Buğday ekim alanı ve üretim miktarının ülke ekim alanı ve üretimi içinde payının yüksek olduğu 4 il ve ülke ortalaması düzeylerinde değerlendirme yapılması tercih edilmiştir. Buğdayın birim ürün maliyeti bileşik hesaplama yöntemiyle saptanmıştır (Kıral vd., 1999). Buğday üretim maliyeti, gayrisafi üretim değeri, brüt ve net kar, 2005 yılı üretim faktör ve ürün fiyatları üzerinden tespit edilmiştir. İşletmelerde buğdayın üretim maliyetleri, brüt ve net kar düzeyleri belirlenmiş, değişen ve toplam üretim masrafları, gayrisafi üretim değeri içinde mücadele giderlerinin payı saptanmış ve süne mücadelesinin üretici refahına katkısı değerlendirilmiştir. Buğday tarımında gayrisafi üretim değerinden değişen masraflar çıkarılarak brüt kar ve üretim masrafları çıkarılarak net kar saptanmıştır (Tanrıvermiş, 2000). Buğday tarımında süne mücadelesinin ekonomik etkileri fayda maliyet analizleri ile ortaya konulmuş ve bu analizde üretici ve devlet tarafından yapılan mücadele



masrafları toplamı kullanılmıştır. Süne mücadelesinde kamu kesimince yapılan harcamalar olarak TKB 2005 yılı “Süne Mücadele Projesi” harcamaları dikkate alınmış ve üretim maliyetleri ise, doğrudan seçilen illerin Tarım İl Müdürlükleri'nin kayıtlarından derlenmiştir.

Üretim faaliyetlerinin hacmi veya üretim yöntemlerindeki bazı değişikliklerin karlılık üzerindeki etkisi, sabit masrafların bu değişikliklerden etkilenmemesi nedeniyle sadece brüt kardaki değişmelerin analiziyle tahmin edilebilmektedir (Webster and Bowles, 1996). Bu araştırmanın amacı, buğday tarımında süne zararlısıyla kimyasal mücadele uygulamasının üretici refahına etkilerini analiz etmektir. Ülkemizde tarımda ilaç kullanımının ekonomik analizinin yapıldığı bilimsel araştırmalar (Akbay, 1991; Erkuş vd., 1992; Yurdakul vd., 1994; Şengül, 1996; Kavak, 1998, Tanrıvermiş 2000, Koç vd., 2001, Yücesoy 2001), neoklasik ekonomi teorisinin ortaya koyduğu varsayımlara göre yapılmıştır. Net ekonomik fayda analizinde, buğday tarımında süne mücadelesi yapılmaması (projesiz durum) ile mücadele yapılması (projeli durum) arasındaki (varsa) pozitif fark değerlendirilmede kullanılmıştır. Süne zararlısıyla kimyasal mücadelenin üretici refahına etkisinin analizinde; buğday tarımında gayrisafi üretim değerleri ile üretim maliyetleri arasındaki fark olan net karın (iktisadi kar) birime düşen miktarı ile aynı zararlıya karşı kimyasal mücadele yapılmaması halinde birim alana sağlanacak net kar arasında karşılaştırma yapılmıştır. Net ekonomik fayda analizinde, buğdayda süne mücadelesinin yapılamaması halinde ürün kaybı ve üretici geliri ile mücadele yapılması halindeki gelir ve maliyetler karşılaştırmalı olarak analiz edilmiştir. Buğday tarımında süne zararlısına karşı uygulanan kimyasal mücadelenin net ekonomik faydası, ilaçlama yaparak elde edilen rant (gayrisafi üretim değeri-üretim maliyeti) olup, saptanan sonuçlar, süne mücadelesinin üretici refahına yaptığı katkıyı ürün bazında ortaya koymaktadır.

## **ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA**

### **Buğday Tarımındaki Gelişmeler ve Üretimi Etkileyen Başlıca Faktörler**

Dünyada 2005 yılında yaklaşık 216 milyon ha alanda 628 milyon ton buğday üretimi yapılmış ve ortalama verim 291 kg/da olmuştur. Toplam buğday ekim alanının yaklaşık % 4'ünün süne zararına maruz kaldığı bilinmektedir (Miller and Morse, 1996). Dünya nüfusu 1970'lerde 3,7 milyar kişi iken, 2003 yılında 6,3 milyar kişi olmuş ve dünya nüfusu son 35 yılda yaklaşık 2 kat artmıştır. Ancak 1970-2005 döneminde buğday tarımına ayrılan ve hasat edilen buğday ekili arazi miktarı hemen hemen aynı düzeyde kalmıştır. Bu dönemde buğday üretimi iki katına çıkmış olup, verimlilik artışı ile sağlanan üretim artışı, büyük ölçüde açlık sorununu hafifletebilmiştir. Üretici ülkelerde buğday tüketimi, nüfus artışına paralel artış göstermekle birlikte, kişi başına tüketim miktarı, ülkelerin gelişmişlik düzeyleri ve kültürel faktörlere göre değişmektedir. Düşük gelirli ülkelerde besin güvenliğinin sağlanması

için hububat üretiminin en azından nüfus artış hızı kadar artırılması zorunludur.

Türkiye’de hızla artan nüfusun talebini karşılayacak düzeyde buğday üretimi artırılmamıştır. Bu nedenle her yıl değişen miktarlarda ithalat yapılması kaçınılmaz olmaktadır. Toplam 77,9 milyon ha arazi varlığının 26,3 milyon hektarı veya % 33,76’sı tarım arazisinden oluşmaktadır. 2001 Genel Tarım Sayımı sonuçlarına göre işlenen tarım alanının % 68,64’ü (18.087.000 ha) ekilen alan olup, tarla alanının % 76’sı (13.834.000 ha) tahılların yetiştiriciliğine ayrılmıştır. Tahıl arazisinin % 67’sinde (9.350.000 ha) buğday üretimi yapılmaktadır. Hububat üretimi oldukça geniş üretici kitlesini ilgilendirmektedir. Buğdayın toplam tarımsal üretim değeri içindeki payı % 11,54 ve bitkisel üretim değeri içindeki payı % 15,63 oluşturmaktadır (Anonim, 2005b,c). Buğdayın tarımsal üretim değeri içindeki payı yıllara göre verim ve fiyatlardaki değişmelere bağlı olarak dalgalanmaktadır. Türkiye’nin dünya buğday ekim alanı içindeki payı % 4,3 ve üretim miktarındaki payı ise % 3,3’dür. Ülkemizde tahıl ekim alanı 2005 yılından 13.893.241 ha olup, bunun % 66,6’sını buğday oluşturmaktadır. Tahıl üretimi 36.231.600 ton ve buğday üretimi ise 21.500.000 ton ile tahıl üretiminde % 59,3 oranında pay almıştır (Anonim, 2006g).

Buğday tarımına ayrılan arazi, üretim miktarı ve verimi 1928-1950 döneminde oldukça stabil bir gelişme göstermiştir. 1950’lerden sonra tarımda artan mekanizasyon düzeyine paralel olarak eğimli araziler, çayır ve mera arazisi ve orman alanlarının tarıma açılmasıyla buğday ekim alanı da hızla yükselmiş, ancak üretimde verimlilik artışı sınırlı düzeyde kalmıştır. 1928-1950 döneminde buğday ekim alanı 1,6 kat ve üretim miktarı 2,4 kat ve 1950-1960 döneminde ekim alanı 1,7 kat ve üretim miktarı ise 2,2 kat artış göstermiştir. 1970-2005 döneminde üretim alanı artışı oldukça sınırlı kalmış olmasına karşın, üretim miktarındaki artışın oldukça yüksek olduğu görülmektedir. 1970-2005 döneminde üretim alanı artışı 1,1 kat ve üretim miktarındaki artış ise 2,1 kat olmuştur (Tablo 1). 1970’lerden sonra benimsenen yeşil devrime yönelik politikalar, buğday tarımında verimliliğin artırılmasına olumlu katkı yapmıştır. Ancak buğday tarımında verimlilik artışının -gelişmiş ülke ve bölgelere oranla- düşük düzeyde kaldığı ve bunun da üretim maliyetlerinin düşürülmesi girişimlerini olumsuz etkilediğinin vurgulanması gerekir. Ülkemizde tarım bölgeleri arasında buğday üretimi, verim ve üretim maliyetleri yönünden önemli farklılık olduğu bilinmektedir.

Günlük kalori talebinin % 60’ının buğdaydan sağlanması, buğdayın insan beslenmesindeki önemini göstermektedir. Gelişmiş ülkelerde buğday tüketimi nispeten düşük düzeyde olmasına karşın, kişi başına düşen gelirin düşük olduğu ülkelerde ve ülkemizde hububata dayalı beslenme oldukça yaygındır. Türkiye’de 1980 yılında kişi başına buğday tüketimi 304,6 kg iken, bu değer 2003 yılında 261,4 kg olmuş olup, artan gelir ve yaşam koşullarına bağlı olarak buğday tüketiminde düşük



düzyeyde olsa gerileme gözlenmiştir. Aynı dönemde dünyada kişi başına buğday tüketimi 88,7 kg iken, 2003 yılında kişi başına tüketim miktarı 82,0 kg olmuştur (Tablo 2).

**Tablo 1. Türkiye’de Buğday Üretimi ve Verimi**

Yıllar	Hasat Edilen Alan (Ha)	Üretim (Ton/Yıl)	Verim (Kg/Da)
1928	2.842.500	1.641.072	58
1950	4.477.200	3.871.900	86
1960	7.700.000	8.450.000	110
1970	8.615.500	10.081.000	117
1975	8.450.000	14.750.000	159
1980	8.956.000	16.554.000	185
1990	9.432.309	20.022.000	212
2000	9.400.000	21.008.600	224
2001	9.350.000	19.007.000	203
2002	9.300.000	19.508.000	210
2003	9.100.000	19.008.200	209
2004	9.300.000	21.000.000	226
2005	9.300.000	21.000.000	226

Kaynak: FAO & DİE

Buğday üretiminde toprak işleme, ekim zamanı, sıklığı ve derinliği, gübreleme, tarımsal mücadele ve sulama gibi işlemlerin tekniğine uygun yapılması üretim miktarı ve kalitesini etkiler. Sertifikalı tohumluk kullanımı ve sulama, verimi doğrudan etkileyen başlıca faktörlerdendir. Buğday tarımında sertifikalı tohumluk kullanımının yeterli olmaması, uygun çeşitlerin uygun yerlerde kullanılamaması, yetiştiriciliğin genellikle kuru koşullarda yapılması, yıllık yağış ve vejetasyon dönemindeki yağış miktarının yetersizliği nedeniyle hala hububat-nadas münavebesinin yaygın olarak uygulanması, üretimin miktar ve kalite olarak artırılmasını sınırlamaktadır. Buğday, ılıman ve serin iklim ve sulama yapılan sıcak iklim koşullarında başarıyla yetiştirilebilmektedir. Yıllık yağış miktarı 350-1500 mm arasında olan bölgelerde buğday tarımı kolaylıkla yapılabilir. Buğday, sıcak ve nemden hoşlanmayan bir serin iklim tahılıdır. Gelişmenin ilk dönemlerinde sıcaklığın 8-10 °C arasında ve nispi nemin % 60’ın üzerinde olması gerekir (Kün, 1988).

**Tablo 2. Dünyada ve Türkiye’de Buğday Tüketimi**

Yıllar	Tüketim (Ton)		Nüfus (1000 Kişi)		Kişi Başına Tüketim (Kg)	
	Dünya	Türkiye	Dünya	Türkiye	Dünya	Türkiye
1980	393.451	14.051	4.435	46.132	88,7	304,6
1985	453.988	15.301	4.831	51.855	94,0	295,1
1990	544.529	19.858	5.264	57.593	103,5	344,8
1995	491.759	16.529	5.674	63.070	86,7	262,1
2000	542.171	17.924	6.071	68.281	89,3	262,5
2001	543.237	15.969	6.148	69.303	88,4	230,4
2002	531.288	18.339	6.225	70.318	85,3	260,8
2003	516.961	18.646	6.301	71.325	82,0	261,4

Kaynak: FAO

Buğday gelişme dönemine dağılmış 600-700 mm’lik yağış yüksek verim için yeterlidir (Kün, 1988). Buğdayın en fazla su tükettiği

dönemler; sapa kalkma, başaklanma ve süt olum dönemleri olup, özellikle kuru tarım bölgelerinde bu dönemde yağış yetersiz olduğundan, su yetersizliği üretimi kısıtlayan başlıca faktördür. Türkiye’de yıllık ortalama yağış miktarının 400 mm’nin altında olduğu bölgelerde kuru tarım yapılmakta ve kuru tarım bölgelerinde buğday bitkisinin yıllık ortalama 500 mm suya ihtiyacı bulunmaktadır. Yağış yetersizliği veya yağışın istenilen dönemlerde olmaması üretimi olumsuz etkilemektedir. Ancak yağış ve sulama suyu ile süne zararı arasında bilinen bir ilişki söz konusudur. Kuru tarım bölgelerinde kuru koşullarda buğday tarımında süne zararının oldukça düşük düzeyde olduğu gözlenmiştir (Miller and Morse, 1996).

Tarım işletmelerinde buğday üretimini kısıtlayan diğer önemli faktör de tohum ekiminden itibaren buğdayın rekabet gücünü zayıflatan hastalıklar, zararlılar ve yabancı otlardır. Etkin mücadele yapılmadığı durumlarda hastalık, zararlılar ve yabancı otlar üretimde % 100'lere ulaşan oranlarda kayba neden olur. Buğdayın ana zararlısı süne olup, süneyle genellikle kimyasal mücadele yapılmaktadır. Tarımda girdi kullanımı, diğer faktörler yanında işletme sermayesi miktarı ile yakından ilişkilidir. Özellikle kimyasal gübre, tohumluk ve tarım ilacı gibi üretim girdilerinin birim fiyatlarının yüksek olması, girdi kullanım düzeyini sınırlamakta ve bu durum verimi ve üretim faaliyetinin ekonomikliğini olumsuz etkilemektedir.

### **Süne Zararlısının Yayılış Alanları ve Mücadele Yöntemleri**

Süne, ülkemizde buğday üretimini kalite ve miktar yönünden olumsuz etkileyen başlıca zararlıdır. Sünenin yaşam süresi bir yıl olup, yılda bir döl verir. Erginlerin yaşamı aktif ve pasif olmak üzere iki döneme ayrılır. Kışı, dağlarda (kışlaklarda) ağaçların yere dökülen yapraklarının altında veya değişik bitkilerin kök bölgelerinde toprak içinde geçirir. İlkbaharda hava sıcaklığındaki artışa paralel olarak uykudan çıkan erginlerin ovalara göçü başlar. Süne iklim koşullarına göre ilkbaharda hava sıcaklığının 15 °C'ye erişmesiyle birlikte Mart ayının ortası ile Nisan ayının ilk üç haftası arasında, kışlaklardan hububat ekili alanlara doğru göç eder ve bir hafta içinde kışlakları terk ederler. Hububat ekili alanlara gelen kışlamış ergin süneler beslenir ve çiftleşerek yumurta bırakırlar. Bir dişi 150 kadar yumurta bırakabilir. Yumurtalar kısa bir sürede açılır ve çıkan nimfler bir ay gibi bir sürede gelişmelerini tamamlayarak hasatla birlikte ergin durumuna gelirler ve kışı geçirmek üzere kışlak alanlarına göç ederler. Haziran ayında yeni nesil erginler yaz sıcaklarının artması ve hasat işleminin başlamasıyla kışlama alanlarına çekilirler (Anonim, 1995; Kansu, 1990; Miller and Morse, 1996).

Süne dünyada oldukça geniş bir alana yayılmıştır. Süne zararlısının etkili olduğu bölge; batıda Trakya ve Yunanistan, kuzeyde Kafkasya ve Moskova'nın kuzeyi, doğuda Türkistan ve Özbekistan, güneyde ise Şiraz, Bağdat ve Şaneş'i kapsar. Süne; Türkiye, Batı Avrupa,



Yakındoğu ve Ortadoğu Ülkeleri'nde buğday ve arpanın önemli zararlılardan biridir. Ülkemizde süne türleri Karadeniz Bölgesi'nin birkaç ili hariç bütün bölgelerde etkili olmakta ve kimyasal mücadele yapılması gerekmektedir. İlk defa 1927-1929 döneminde Güney Anadolu ve 1939-1941 döneminde Güneydoğu Anadolu Bölgesi'nde süne salgını olmuş ve salgınlar aralıklı olarak günümüze kadar sürmüştür.

Sünenin zarar derecesi ve şekli; zararlının yoğunluğu, biyolojik dönemleri, iklim koşulları, ürünün çeşidi ve fenolojik durumuna göre değişir. Nimf ve erginler, çeşitli fenolojik dönemlerde bulunan buğdaygilleri hortumlarıyla sokup emerek zarar yaparlar. Emilen buğdaygil sapsal zamanla sararır, kurur ve başak bağlamazlar. Bu zarar şekline "**kurtboğazı zararı**" denir. Bitkilerin yukarı kısımlarında beslenen kışlamış erginler; başaklar henüz yaprak kılıfı içinde iken, çiçek döneminde ve tane bağlarken yine sapsal beslenerek başakların beyazımsı bir renk almaları, kurumaları ve bunların tane bağlamasına engellerler. Kışlamış erginlerin yaptığı zarara "**akbaşak zararı**" adı verilir. Bir m<sup>2</sup> buğday arazisinde ortalama bir adet kışlamış ergin % 7 kurtboğazı ve % 1,9 akbaşak zararı yapar. Yeni nesil ergin oluncaya kadar m<sup>2</sup>'de 10 adet nimf yoğunluğu olan tarlalarda buğday tanelerinde ortalama % 2,26 oranında ürün kaybı olur. Yeni nesil ergin görüldükten bir hafta sonra zarar % 4,78 ve hasat döneminde ise % 7,03'e ulaşır. 4. ve 5. dönem nimf ve yeni nesil ergin yoğunluğu fazla olan yıllarda mücadele yapılmaması durumunda, ürün verimi ve kalitesinde % 100'e ulaşan oranlarda kayıp olabilmektedir (Kansu, 1990; Anonim, 1995).

Sünenin zarar verdiği buğdayın toplam protein miktarında azalma, proteaz ve amilaz aktivitesinde artma ve çimlenme kapasitesinde ise azalma olmaktadır. Süne ve kımıl buğday tanesini delerek protein ve nişastayı parçalayıcı enzimler bırakmakta ve buğdayın fiziksel ve kimyasal özelliklerini değiştirmektedir. Süne enzimi, süne emgili taneler öğütüldüğünde una karışır ve unda düşük rutubette herhangi bir etkisi görülmez. Enzimin aktif hale geçip faaliyet gösterebilmesi için, ortamın nem ve sıcaklığının uygun olması ve belli bir süre geçmesi gerekir. Mücadelede hedef, sünenin yok edilmesi yerine populasyon yoğunluğunu doğal dengeye zarar vermeden ekonomik zarar düzeyinin altında tutmaktır. Mücadelede aşağıdaki yöntemler kullanılabilir (Anonim, 1995; Kansu, 1990; Miller and Morse, 1996; Toros vd., 1999):

**(i) Kültürel mücadele:** Erkenci hububat çeşitleriyle erken ekim, arazinin iyi hazırlanması, nadasın iyi yapılması, yabancı otlarla iyi mücadele, hasatın mümkün olduğu kadar erken yapılması, polikültür tarıma ağırlık verilmesi ve süne populasyonunun yoğun olduğu bölgelerde buğday-arpa münavebe sisteminin uygulanması gibi önlemlerle kimyasal ilaç kullanılmadan zararlı yoğunluğu ve zarar düzeyinin azaltılması mümkündür.

**(ii) Biyolojik mücadele:** Sünenin doğada üremesi; besin, ekolojik koşullar ve doğal düşmanlarla sınırlanabilir. Sünenin doğal düşmanları; yumurta parazitoitleri (*Trissolcus* spp.), yumurta predatörleri,

erginlerin iç ve dış parazitoitleri, ergin veya nimflerin predatörleri ile hastalık yapan etmenlerdir. Keklik, serçe, güvercin ve leylekler nimf ve ergin predatörüdür. Biyolojik mücadelede kolay toplanmaları ve yetiştirilebilmeleri nedeniyle yumurta parazitoitleri üzerinde fazla durulmaktadır. Biyolojik mücadele, ilaç kullanılmaması nedeniyle çevre koruma yönünden de önemli görülmektedir.

**(iii) Kimyasal mücadele:** Mücadelede tahmin ve uyarı çalışmaları önemli yer tutmaktadır. Sonbahar ve ilkbahar aylarında bir sonraki yılın süne popülasyonunu tahmin etmek için belirli kışlakların her yıl aynı yerlerinde sayımlar yapılarak süne yoğunluğu saptanır. Sonbaharda kışlaklarda m<sup>2</sup>'de veya bitki başına 25-30 arasında süne bulunması durumunda gelecek yıl salgın beklenir. Salgının şiddeti, zararının yoğunluğu ve iklim koşullarına göre değişmekte olup, mücadele yapılacak alanların tespiti için tarlada sırasıyla; kaba arazi kontrolleri (kaba survey), kışlanmış ergin değerlendirme kontrolleri, parazitlenme ve nimf arazi araştırmaları yapılır. Araştırma sonucunda m<sup>2</sup>'de 10 adet ve üzerinde nimf yoğunluğu olan alanlar ile mücadele yapılacak yerler saptanır. Süne mücadelesinde, uygulamanın etki oranını saptamak için ilaçlı ve ilaçsız kısımlarda 4.-5. dönem nimflerin popülasyondaki payı yaklaşık % 70 olduğunda 1/4 m<sup>2</sup>'lik çerçevelerle tarla büyüklüğüne göre uçakla mücadele yapılan yerlerde en az 40, yer aletiyle mücadele yapılan alanlarda ise en az 12 sayım yapıp canlı bireyler sayılır ve değerlendirilir. Hasat zamanında mücadele yapılan arazilerden 1 kg'lık ürün örnekleri alınarak emgi açısından incelenir.

Türkiye'de süne mücadelesi doğrudan devlet tarafından yapılmakla birlikte, salgın yıllarında ve yoğun ürün zararının olduğu yerlerde, dolaylı olarak üreticiler de bazı önlemleri almaktadırlar. Konya, Karaman, Aksaray, Ankara, Kayseri, Balıkesir, Çanakkale, Tekirdağ, Kırklareli, Kahramanmaraş, Kilis, Diyarbakır, Şanlıurfa, Mardin ve Adıyaman illerinde yürütülen bir araştırmada, çiftçilerin süne zararından korunmak için bireysel önlem aldıkları saptanmıştır. Sünenen zarar gören üreticilerin % 63,27'si buğday ekim alanını daraltıp arpa arazisini artırmış ve % 21,43'ü ise yetiştirilen buğday çeşidini değiştirmiştir. Süne mücadelesinin kolay yapılabilmesi amacıyla buğday parsellerinin belirli bir bölgede toplanması, erken ekim, geç ekim ve seyrek ekim gibi önlemlere düşük düzeyde de olsa başvurulmaktadır (Küçükongar vd., 2006).

### **Süne Mücadelesine Yönelik Çalışmaların Gelişimi ve Bugünkü Durumu**

Türkiye'de süne mücadele çalışması 1928 yılında başlamıştır. İlk yıllarda bilgi birikimi ve teknolojik yetersizlik nedeniyle çiftçiler kendilerine göre mücadele metotları uygulamışlardır. 2000'li yıllara kadar tamamen ve bu tarihten sonra büyük ölçüde devlet yardımı biçiminde yürütülen süne mücadelesinde zaman içinde farklı yöntemlerin kullanıldığı görülmektedir. 1941-1954 döneminde sünenin



kışladığı bitkiler, alev makinası ve gazyağı ile yakılmış, ancak bu yöntem doğa tahribi ve toprak erozyonunda artışa neden olduğundan terk edilmiştir. 1954 yılına kadar el, kalbur ve atrap ile toplanan süne para karşılığı devlet tarafından üreticiden satın alınmış ve süneyle mekanik bir mücadele çalışması yapılmıştır. 1955 yılından sonra tarımsal mücadelede oluşan bilgi birikimine paralel olarak yer aletleri ve uçakla kimyasal mücadeleye başlanmış, 1957 yılından itibaren de geniş çapta uçakla süne mücadelesine geçilmiştir. Uygulamada 1967 yılına kadar toz ilaçlar kullanılmış, 1967 yılından sonra toz ilaçların yanında sıvı formülasyonlu ilaçlar da kullanılmıştır. 1987 yılında uçakla geniş alanlarda ULV (Ultra Low Volume) formülasyonlu pestisitler kullanılmaya başlanmıştır. Bu uygulama doğal dengenin bozulması ve kirliliğe neden olduğu için birçok kişi ve kuruluş tarafından sıklıkla eleştirilmiştir. Havadan yapılan ilaçlamanın dışsal etkileri nedeniyle 2001 yılından itibaren süne mücadelesinde, süne yumurta parazitoitlerinin etkin ve yaygın olduğu bölgelerden başlamak üzere yer aletleriyle mücadeleye geçilmiştir.

Süne mücadelesinde 1928-1987 döneminde Güneydoğu Anadolu Bölgesi dışında, süne yoğunluğunun mücadele eşiğinin altında olması nedeniyle kimyasal mücadele yapılmamıştır. Süne; 1987 yılından itibaren Trakya, Orta Anadolu, İç Ege Bölgeleri'nde salgınlar yaparak hububatın en önemli zararlısı durumuna gelmiştir. Bu tarihten sonra kimyasal mücadele yapılan alanın sürekli artması nedeniyle ULV uygulamasına geçilmiştir. Bu uygulamanın faydaları ve zararları birlikte değerlendirilmiş olup, ULV ilaçlarının havada askıda kalması, rüzgarla sürüklenerek süneyi kontrol altında tutan faydalıların ölümüne ve doğal dengenin bozulmasına neden olması gibi nedenlerle kademeli olarak ULV uygulamalarının azaltılması ve polikültür tarım alanlarında ULV uygulamasından vazgeçilmesi benimsenmiştir.

Süne zararlısının yoğunluğu ve yaptığı zararın miktarı ile mücadeleyöntem ve tekniğindeki gelişmelere paralel olarak zaman içinde mücadele yaklaşımlarında önemli değişim gözlenmektedir. Mücadele yapılan alanın 1955 yılında % 90'ı uçakla ilaçlanmış olup, bu pay, 1970 ve 1980 yıllarında % 77, 1990'da ULV ile % 92 olmuştur. 2000 yılından sonra uçakla mücadele yerine yer aletleriyle mücadelenin geliştirilmesi için TKB tarafından bir çalışma başlatılmış ve bu doğrultuda 2001 yılında Ege ve Marmara Bölgesi'nde, 2002 yılında Trakya Bölgesi'nde, 2003 yılında İç Anadolu Bölgesi'nde, 2004 yılında Adıyaman, Diyarbakır ve Şanlıurfa İlleri hariç bütün ülkede ve 2005 yılında ise Şanlıurfa İli hariç diğer illerde uçakla mücadele uygulamalarına son verilmiştir (Tablo 3). Uçakla yapılan konvansiyonel ilaçlamadan 2004 yılından sonra tamamen vazgeçilmiş ve ULV ile ilaçlama ise 2005 yılında % 10 düzeyine kadar gerilemiştir. 2000'li yıllarda yer aletleri kullanılarak yapılan süne mücadelesinin toplam ilaçlanan alan (865.052 ha) içindeki payı % 90'a ulaşmıştır. Bu yöntem özellikle su kaynakları ve doğal çevrenin korunması ve çevrede varsa organik ürünlere bulaşma riskinin kontrolü

bakımından önemli görülmektedir.

Kademeli olarak yer aletleriyle mücadeleye geçiş sağlanmış olup, ilk yer aletleriyle mücadele Trakya Bölgesi'nde başlamıştır. Uçakla mücadelenin kaldırılması ve yer aletleriyle mücadelenin başlaması çiftçinin mücadelede daha aktif rol oynamasını gerektirmektedir. Devlet tarafından yapılan ilaçlama artık çiftçiye bırakılmakta, fakat üretici destekleri (ilaç, kontrol, eğitim, makine) devam etmektedir. Çiftçilere göre yer aletleriyle ilaçlamadaki en önemli sorun, tarlada buğday bitkilerinin çiğnenmesi sonucu oluşan kayıplar (% 25,56), yeterli ilaçlama makinesinin olmaması (% 13,17), çiftçiler ilaçlamayı kendileri yapacakları için bazı yerlerde toplu mücadele yapılmasındaki zorlukların ilaçlama yapan kişi aleyhine gelişmesi (% 10,15), ilaçlama zamanının uygun olmaması (% 4,11), ilaçlamayı yapan kişinin ilaç uygulaması sırasında ilaçtan zarar görmesi (% 3,75), mücadeleyi doğru yapacak bilinçli üreticilerin veya tarım işçilerinin olmaması (% 3,14), yeterli ilaç verilmemesi (% 2,90), yeterli eğitim verilmemesi (% 1,63), süne sayımında ekiplerin hassas davranmamaları (% 0,54), tarım teşkilatları ile çiftçi arasında diyalog eksikliği (% 0,48), ilaçlamanın doğal dengeyi bozması (% 0,42) ve yeterli kontrol olmaması (% 0,42) olarak saptanmıştır. Üreticilerin % 22,48'i bu konuda görüş belirtmemiş ve % 11,25'i ise herhangi bir sorun olmadığını belirtmişlerdir (Küçükongar vd., 2006). İlaçlamayı yapan kişinin gerekli sağlık önlemlerini alması ve ilaçlamayı doğru yapması gerekir. Tarım İl/İlçe Müdürlüklerinin ilaçlama konusunda çalışan kişilere eğitim vermeleri ve sertifikalı ilaçlama işçilerinin bu işi yapmaları sağlanmalıdır. Böylece hem yanlış uygulamaların neden olabileceği yüksek ürün kayıpları, hem de ilacın insan sağlığı ve çevre kalitesine olabilecek zararları minimuma indirilebilecektir.

**Tablo 3. Türkiye'de Süne Mücadelesi Yapılan Alanlardaki Gelişmeler**

Yıllar	Yer Aletleri		Mücadele Yapılan Alan (Ha)				Toplam
	Alan	Oran (%)	Uçak		ULV		
			Konvansiyonel	Oran (%)	ULV	Oran (%)	
1955	2.446	10	2.214	90	-	0	24.660
1960	794	100	-	0	-	0	794
1970	0.970	23	241.756	77	-	0	312.726
1980	7.592	23	25.298	77	-	0	32.890
1990	7.365	8	-	0	85.134	92	92.499
2000	69.697	8	155.700	19	572.665	73	803.062
2001	182.735	16	555.733	19	372.665	14	1.111.179
2002	582.743	39	395.849	50	513.697	34	1.492.289
2003	1.039.823	55	84.304	4	758.766	40	1.882.893
2004	905.325	64	-	0	498.766	36	1.404.091
2005	781.719	90	-	0	83.333	10	865.052

Kaynak: Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü, 2005.

Süne mücadelesi için TKB bütçesinden ayrılan ödenek, cari ve reel olarak 2004 yılından sonra, mücadele yöntemindeki değişime paralel olarak azalmıştır. Önceki yıllarda genellikle ayrılan ödeneğin tamamı kullanılmış ve ödeneğin etkin mücadele için yeterli olmadığı



sıklıkla vurgulanmıştır. Ancak yer aletleriyle mücadele çalışmasına başlanmasıyla –diğer faydalar yanında- mücadele maliyetinde tasarruf sağlanmış ve ayrılan ödenekten bile 2004-2006 döneminde % 56 ile % 85'i kullanılmıştır. 2004 yılından sonra mücadele çalışmasına halkın katılımının sağlanmasıyla mücadele ödeneğinin miktarı azaltılmıştır. Süne mücadele ödeneğinin TKB bütçesindeki payı da 2000-2006 döneminde % 3,23'den % 0,18'e kadar gerilemiş olup, bu amaçla ayrılan ödenek bakanlık bütçesi içinde önemli bir pay almamaktadır (Tablo 4).

### **Süne Mücadelesi Yapılan İller ve Mücadele Çalışmalarının Etkileri**

Süne mücadelesi için her yıl olduğu gibi, 2005 yılında da geniş kapsamlı bir organizasyon yapılmış, 1.686 teknik personel ile 554 ekip oluşturulmuş ve 102 kontrolör görevlendirilmiştir. Mücadele çalışmalarının en önemli iki kısıtı; gerekli mali kaynaklar ve nitelikli personel yetersizliğidir. Tarım İl/İlçe Müdürlüklerinde süne konusunda yetişmiş eleman sayısının her geçen yıl azalması nedeniyle arazi araştırmaları yapılan alanın genişliği ile orantılı sayıda teknik ekip oluşturulamamakta ve bir ekip başına düşen araştırma (survey) alanı yüksek olmaktadır. Her teknik ekibe daha fazla iş hacmi düştüğünden, survey çalışmalarından sağlıklı sonuç alınması zorlaşmaktadır. Bazı il/ilçelerde üreticiler bilgi yetersizliği nedeniyle mücadele çalışmasına mesafeli yaklaşmakta ve üreticiler mücadele yapılmadığı zaman oluşabilecek ürün zararını ancak tecrübe ederek yaşamaktadırlar.

Türkiye'de süne mücadele çalışmalarında; kimyasal mücadele ağırlıklı olarak kullanılmakta, biyolojik ve kültürel mücadele oldukça kısıtlı koşullarda yapılmaktadır. Kültürel mücadele, daha çok tarımsal yayım kuruluşlarının yönlendirmesine bağlı olarak bireysel üreticilerce alınan önlemleri kapsamakta ve bu işlemde ilaç kullanılmamaktadır. Biyolojik mücadelede ise, süne yumurta parazitoitleri üretimi yapılarak buğday ekili alanlara salımı yapılmaktadır. TKB'nce 2005 yılında 5 milyondan fazla ve 2006 yılında ise 6,65 milyon yumurta parazitoiti (*Trissolcus* spp.) üretilerek doğaya salımı yapılmıştır (Anonim 2005a). Parazitoit salımı için doğal ortamı uygun olmayan bölgelerde ise, altyapı oluşturulmasına yönelik Çevre ve Orman Bakanlığı ile işbirliği içinde ortak bir çalışma olarak ağaçlandırma faaliyetleri yürütülmektedir. Bu yolla altyapısı oluşan bölgelerde faydalı böcek salımı daha sonra yapılacaktır. Genel ve kısıtlı ekonomik değerlendirmenin sonuçlarına göre biyolojik mücadele daha ekonomik olmakta, ancak biyolojik mücadele için gerekli koşulların sağlanması uzun zaman almaktadır. Tarımın neden olduğu çevre sorunlarının azaltılması ve sürdürülebilir tarımın geliştirilmesine önem ve öncelik verildiği günümüzde biyolojik mücadele tercih edilmesi gereken bir yöntem olacaktır.

**Tablo 4. Süne Mücadelesi Projesi Ödenekleri**

Yıllar	Süne Mücadelesi			Bakanlık Toplam Bütçesi (YTL)	Süne Mücadelesi Ödeneğinin TKB Bütçesindeki Payı (%)
	Bütçe Ödeneği (YTL)	Harcanan (YTL)	Harcanan Miktarın Ödeneye Oranı (%)		
2000	7.640.000	7.640.000	100,00	236.816.000	3,23
2001	8.500.000	8.500.000	100,00	317.613.000	2,68
2002	10.139.000	10.139.000	100,00	530.282.000	1,91
2003	12.700.000	12.700.000	100,00	730.374.000	1,74
2004	12.700.000	7.124.000	56,09	915.723.000	1,39
2005	10.000.000	7.254.802	72,55	4.410.170.000	0,23
2006	9.300.000	7.954.802	85,54	5.156.802.000	0,18

Kaynak: Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, 2007, Ankara.

Ülkemizde süne zararlısına karşı 1928 yılından bu yana ağırlıklı olarak kimyasal mücadele yapılmış, zaman içinde sadece kimyasal mücadelede kullanılan ilaçlama yönteminde değişiklikler olmuştur. Kimyasal mücadele çalışması yapılacak il/ilçelerin tespiti için; sonbahar mevsiminde kışlak araştırması yapılacak surveyleri ve geçmiş yıllardaki epidemiyoloji durumu dikkate alınarak araştırma yapılacak alan saptanır. 2005 yılında Adıyaman, Bingöl, Diyarbakır, Elazığ, Malatya, Mardin, Muş, Siirt, Şanlıurfa, Batman, Şırnak, Kilis, Gaziantep, Hatay, Kahramanmaraş, Edirne, İstanbul, Kırklareli, Tekirdağ, Bursa, Balıkesir, Çanakkale, Manisa, İzmir, Ankara, Kırşehir, Kayseri, Nevşehir, Konya, Aksaray, Kırıkkale, Eskişehir, Yozgat, Afyonkarahisar, Niğde, Karaman ve Sivas İlleri'nde 18.868.000 da hububat ekili arazide mücadelenin gerekebileceği, Tunceli, Adana, Antalya, Osmaniye, Mersin, Aydın, Muğla, Kütahya, Uşak, Denizli, Burdur, Çankırı, Çorum, Isparta, Bilecik, Kocaeli, Sakarya, Yalova ve Ağrı İlleri'nde survey yapılması, Amasya, Samsun ve Tokat İlleri'nde ise süne konusunda gözlemlerin sürdürülmesi sonucuna ulaşılmıştır.

Süne zararlısına karşı 2005 yılında 83.333 ha uçakla ve 781.719 ha alanda yer aletleriyle olmak üzere toplam 865.052 ha alanda kimyasal mücadele yapılmıştır. Toplam 19 ilde ilaçlama yapılmış olup, ilaçlama 1 ilde uçak ve yer aleti, 18 ilde ise sadece yer aletleriyle yapılmıştır. Yer aletleriyle mücadele yapılan alanın toplam süne mücadelesi yapılan alan içindeki payı % 90 olmuştur. Yer aletleriyle ilaçlamaya geçilmesi özellikle çevre koruma ve ilaçlama etkinliğinin yükseltilmesi bakımından önemli görülmektedir. Bununla birlikte süne zararlısı ile mücadele çalışmalarının (kimyasal ve biyolojik mücadele, uçak ve yer aletleriyle mücadele ve bunların ekonomik, sosyal ve çevresel etkilerinin) detaylı analizlerinin yapılması ve bunun sonuçlarına göre gerekli olması durumunda politika değişikliğine gidilmesi gerekir. Süne mücadelesi yapılan 865.052 ha buğday arazisinde, 117.036 lt Alphacypermethrin 100 EC, 177 lt Zetacypermethrin 100 EC ve 125.000 lt Alphacypermethrin 10 ULV olmak üzere toplam 242.213 lt kimyasal ilaç kullanılmıştır (Anonim, 2002a; Anonim, 2005a; Anonim 2006f). Kimyasal mücadele yapılan arazilerdeki kontroller süne zararının büyük ölçüde kontrol edildiğini göstermektedir. Geçmiş yılların aksine, sanayi



işletmelerinin yöneticilerinin süne zararı görmüş buğday konusundaki şikayetlerinin azalması ve sırf süne zararı gerekçe gösterilerek kaliteli buğday ithalatının yapılması yönündeki girişimlerinin de azaldığı gözlenmiştir.

Yer aletleriyle mücadelenin; ilaç kullanımının azaltılması, süne zararının azaltılması ve üretici memnuniyeti yönlerinden de değerlendirilmesi gerekir. Küçükongar vd. (2006) tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarına göre; yer aletleriyle mücadeleye geçişle çiftçilerin % 46,09'una göre süne zararında bir azalma olmuş, % 17,55'ine göre herhangi bir değişim olmamış ve kalanlar ise bu konuda görüş belirtmemiş veya cevap vermemiştir. Yer aletleriyle mücadelede ilaç desteğinin yapılması, çiftçilerin mağdur olmaması için TKB ve birçok kuruluş tarafından üreticilerin kullanımı için yer aletleri alınması ve eğitim desteğinin verilmesi sağlanmıştır. Çiftçilerin % 68,98'i desteklemenin yeterli ve % 28,98'i yetersiz olduğunu ve % 2,04'ü ise destekleme konusunda yeterli bilgisinin olmadığını vurgulamıştır. Üreticilere göre yer aletleriyle mücadelede zamanlama ve ilaçlamada doz ayarı daha iyi yapılmakta ve ilacın hedef zararlıya ulaşma oranı daha yüksek olmaktadır.

### **Buğday Tarımında Süne Mücadelesinin Maliyetleri ve Faydalarının Analizi**

Süne mücadelesi yıllarca devlet tarafından yapılan harcamalarla yürütülmüş olup, yapılan harcamaların maliyet etkin olup olmadığı genellikle değerlendirilmemiştir. Devlet tarafından yapılan mücadele bir anlamda sübvansiyon olarak görülmüş, ancak bu yolla yapılan harcamaların tutarı ve sağlanan ekonomik faydanın ölçülmesi genellikle ihmal edilmiş veya basit olarak değerlendirilmiştir. Son yıllarda ağırlıklı olarak yer aletleriyle mücadeleye geçilmiş olup, bu süreçte arazi kontrolleri gibi teknik desteklerle ilaç gibi aynı yardımlar devletçe sağlanmakta ve ilaçlama işçiliği bireysel çiftçilerce karşılanmaktadır.

Araştırmada buğday tarımında devlet ve üreticilerce yapılan ve hesaplanan masraf unsurları ile buğday tarımının gelirleri dikkate alınarak süne mücadelesinin ekonomik yönü incelenmiştir. Bu amaçla kuru koşullarda buğday üretimi yapılan ve süne mücadelesinin yoğun olarak yürütüldüğü Ankara, Konya, Tekirdağ ve Şanlıurfa İlleri'nde buğday üretim maliyetleri ile toplam maliyetler içindeki süne mücadelesi maliyetinin payları, ortalama ana ve yan ürün verimleri, üretici eline geçen ürün fiyatları, gayrisafi üretim değerleri, brüt ve net kar düzeyleri karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Mücadelenin ekonomiye katkısı -ilaçlama yapılan illerdeki buğday ekim alanı ve üretim miktarları üzerinden- ve ilaçlamanın net ekonomik faydası incelenmiştir.

2005 yılında 7.254.802 YTL harcanarak 5.601.900 ha alanda süne mücadelesi için arazi kontrolleri (survey) yapılmış ve bunun sonucunda 865.052 ha alanda mücadele çalışması yapılmıştır. Yer aletleriyle yapılan mücadelede EC formülasyonlu kimyasal ilaçlar

kullanılmıştır. Kullanılan ilacın dekara maliyeti 0,07 YTL'dir. Traktörle çekilen pülverizatörle ilaçlama (yer aletleriyle) gideri ortalama 1 YTL/da olarak saptanmıştır. ULV formülasyonlu ilacın ise dekara maliyeti 205,50 YTL'dir. Uçakla yapılan ilaçlamada dekara ilaçlama bedeli 0,27 YTL olmuştur. Süne zararlısına karşı mücadele yapılmaması halinde buğday veriminde ortalama % 70 kaybın olacağı varsayılmış (teknik inceleme sonuçlarında belirlenen oran) ve bu durumda ilaçlama giderleri üretim maliyetinden düşülerek maliyet yeniden hesaplanmıştır. Süne mücadelesi yapılarak ve yapılmadan buğday üretim maliyetlerinin analizinde, süne ve diğer hastalık ve zararlılara karşı yapılan mücadele çalışması dışındaki bütün işlemlerin aynı (sabit) olduğu varsayılmıştır.

Gayrisafi üretim değerinin analizinde; süne zararı olan ve olmayan ürün fiyatları ile ortalama ana ve yan ürün verimleri çarpılmıştır. Sanayicilerin genellikle buğday alımında % 2-3 süne emgi sınırını esas almakta ve emgi oranlarına göre alım fiyatlarını saptamaktadırlar. Un ve mamulleri sanayisi tarafından alınan üründe ortalama % 2 emgi oranına kadar fiyatta % 9,40'a ve % 3'ün üzerinde emgili olan ürün fiyatında düşme % 21,38'e ulaşmaktadır. Ekonomik değerlendirmede yerel sanayi ve ticaret işletmelerinin ortalama alım fiyatları bilinmediğinden, TMO'nin ortalama alım fiyatları kullanılmıştır. Ekonomik değerlendirmede süne zararı görmüş ürün fiyatı, TMO'nin Temmuz-Ağustos 2005 döneminde % 4-20 arasında emgili ürün için uyguladığı fiyat (0,27 YTL/kg) ile buğday destekleme primi (0,03 YTL/kg) toplamı (0,30 YTL/kg) kullanılmıştır. Bu dönemde süne zararı olmayan veya ihmal edilebilecek düzeyde süne zararı olan ürünlerin fiyatı olarak TMO'nin Anadolu kırmızı sert ve beyaz sert buğday alım fiyatı (0,36 YTL/kg) ile destekleme primi (0,03 YTL/kg) toplamı (0,39 YTL/kg) alınmıştır (Ek-1). Ekonomik değerlendirmede, üreticiye ürünün birimi başına ödenen destekleme primi dikkate alınmış ve ürün satışı sırasında üreticiden tahsil edilen stopaj (satış fiyatı üzerinden % 4), bireysel işletme düzeyinde değerlendirme yapılmaması veya değerlendirmenin makro düzeyde yapılması nedeniyle ürün fiyatından düşülmemiştir.

TKB tarafından 2005 yılı süne mücadelesi ekiplerinde görevli araçların akaryakıt, yağ giderleri, yedek parça ve bakım onarım giderleri ile taşıt kiralama giderleri, ilaç ve ilaçlama giderleri, pülverizatör alım giderleri ve araştırma giderleri ayrıntılı olarak incelenmiştir. Mücadele masrafları içindeki tarla pülverizatörü alım giderlerinin (pülverizatör uzun ömürlü bir yatırım sermayesi olduğundan) amortisman payı (1/10) yıllık masraflara eklenmiştir. Devlet tarafından yapılan harcamaların mücadele çalışması yapılan arazinin dekarına düşen miktarı 0,71 YTL olmuştur (Tablo 5). Devlet harcamalarından yedek parça, araştırma, tarla pülverizatörü amortismanı, tarımsal yayım ve yayın giderleri sabit ve diğerleri değişen masraf olarak alınmıştır. Toplam sabit masraf 0,09 YTL/da ve kalan 0,62 YTL'lik kısmı ise değişen masraf niteliğindedir.

Mücadele yapılması ve yapılmaması durumunda elde edilen brüt



gelir ayrı ayrı saptanmış, her iki durumda gayrisafi üretim değeri ve maliyet arasındaki fark olan net kar düzeyleri tespit edilmiştir. İlaçlama yapılması ve yapılmaması alternatiflerinin dekara düşen net kar düzeyleri arasındaki mutlak (aritmetik işaretler dikkate alınmaksızın) fark, mücadelenin ekonomik faydası olarak yorumlanmıştır. Ekonomik analizde; buğday tarımında süne zararlısı dışındaki kuraklık, toprak işleme, kaliteli tohumluk ve gübreleme gibi faktörlerin tekniğine uygun, yeterli ve zamanında yapıldığı varsayılmış ve süne mücadelesiyle ürünün % 100'ünün kurtarıldığı düşünülmüştür. Mücadele yapılması halinde ilaç ve ilaçlama giderleri hesaplamalara dahil edilmiş, yapılmaması halinde ise bu giderler üretim maliyetinden düşülmüştür. Mücadele yapılmaması durumunda ürünün % 70'inin zarar gördüğü ve kalan % 30'nun ise kurtarıldığı varsayılmıştır.

**Tablo 5. Devlet Tarafından Yapılan Mücadele Harcamaları (2005 Yılı)**

Maliyet Unsurları	Harcama Tutarı (YTL)	Birim Maliyet (YTL/da)	Yıllık Masraflara Eklenen Miktarı (YTL/da)
Akaryakıt-Yağ Bedeli	2.567.728	0,046	0,046
Yedek Parça ve Tamir Bakım Giderleri	1.300.725	0,023	0,023
Yurtiçi Geçici Görev Yolulukları ve Yolluk Tazminatları	1.252.550	0,022	0,022
Taşıt Kiralaması Giderleri	578.100	0,010	0,010
Araştırma Giderleri (Laboratuvar Araçları)	544.378	0,063	0,063
EC Formülasyonlu İlaç Bedeli (117.257 lt-4,30 YTL/lt)	504.205	0,064	0,064
Uçakla ULV Formülasyonlu İlaçlama Bedeli (1.8276 YTL/lt)	228.450	0,274	0,274
ULV Formülasyonlu İlaç Bedeli: (125.000 lt-1,37 YTL/lt)	171.250	0,206	0,206
Tarla Pülverizatörü Alım Gideri (1.469,10 YTL-60 Adet )	88.146	0,001	0,0001
Tarımsal Yayım ve Yayın Giderleri	19.270	0,0003	0,0003
<b>TOPLAM</b>	<b>7.254.802</b>	<b>0,710</b>	<b>0,7084</b>

*Kaynak: Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü verilerinden yararlanılarak saptanmıştır.*

Buğday tarımında ortalama ürün verimi, geliri etkileyen en önemli faktörlerden biridir. Diğer faktörler sabit tutulduğunda, verimin yüksek olması halinde, ekonomik analiz sonuçları büyük ölçüde değişmektedir. Birim alana buğday üretiminden elde edilen gayrisafi üretim değerlerinden buğday üretimi için yapılan değişen masrafların çıkarılmasıyla birim alana düşen brüt kar ve üretim masrafları çıkarılarak net kar tespit edilmiştir. Maliyet hesaplamalarında buğday verimi Türkiye için 210 kg/da, Ankara için 200 kg/da, Konya için 250 kg/da, Tekirdağ için 520 kg/da ve Şanlıurfa için 310 kg/da olarak alınmıştır (Ek 1). Buğday tarımında üreticilere yapılan tarımsal mücadele maliyetinin değişen masraflar içindeki payı ülke ortalamasına göre süne mücadelesi yapılmaması halinde % 4,80 ve yapılması halinde % 6,02; toplam üretim masrafları içindeki payı ise süne mücadelesi yapılmaması halinde % 4,14 ve yapılması halinde % 5,20 olmaktadır. Buğday tarımında üreticilerin yaptıkları ilaçlama ve devletin süne mücadelesi için yaptığı toplam mücadele maliyetinin değişen masraflar içindeki payı % 7,22 ve üretim masrafları içindeki payı ise % 5,98 olmuştur (Tablo 6; Ek-1). Buğday tarımında mücadele giderlerinin değişen masraflar ve üretim masrafları içindeki paylarının, özellikle sebze ve endüstri bitkilerine oranla daha düşük olduğu saptanmıştır (Erkuş vd., 1992; Tanrıvermiş, 2000; Koç vd., 2001).

Buğdaytarımında süne mücadelesi yapılmaması durumunda pozitif net kâr elde edilememekte ve hatta üretim eşiği bile aşılamadığından, süne ile kimyasal mücadele yapılmadan buğday üretiminin ekonomik yönden sürdürülebilir olmadığı –özellikle salgın yıllarında- açıkça ortaya çıkmaktadır. Birim alana düşen brüt ve net kar (net üretim fazlası) pozitif olmadığına göre, süne mücadelesi yapılmaması durumunda üreticilerin buğday üretim faaliyetinden vazgeçmeleri gerekir. Buğdayın stratejik ürün özelliği göstermesi, halkın temel besin maddesi olması ve çok sayıda üretici kitlesini ilgilendirmesi nedeniyle mücadele yapılmaması halinde, üretim faaliyetinden vazgeçilmesinin yaşamsal sosyal ve ekonomik sonuçları olabileceğinden, süne mücadelesi devlet tarafından yürütülmüştür. Süne zararlısına karşı kimyasal mücadelenin yasaklanması veya mücadelede ilaç kullanımının kısıtlanması durumunda, işletmelerde buğday üretim alanında daralma olacak ve üretim faaliyeti üreticilerce sürdürülse bile ekonomik yönden önemli bir avantaj sağlamayacaktır. Ayrıca kimyasal mücadele yapılmaması durumunda, zararlı yoğunluğunun gelecek yıllarda artma olasılığı da değerlendirilmelidir.

Proje veya politikaların ekonomikliğinin değerlendirilmesinde fayda-maliyet analizi sıklıkla kullanılmaktadır (Erkuş ve Rehber, 1998). Bu teknik iki veya daha fazla alternatif arasından optimal olanın seçilmesi için kullanılır (Gittinger, 1984). Bu yöntem, genellikle projeli ve projersiz durum arasında karşılaştırma yapılmasına dayanır. Bu karşılaştırmada sosyal refahın bir göstergesi olarak tüketici fiyatlarının kullanılması ile üreticilerin her iki faaliyetten (ilaç kullanan ve kullanmayan) sağladıkları refah artışı değerlendirilir. Ancak bireysel üreticilerin optimal zararlı mücadele yaklaşımları, toplumsal yönden optimum olan çözümden farklı olabilir. Bu durum özellikle pestisitlerden kaynaklanan ve değerlendirilmesi zor olan dışsal veya çevresel maliyetlerle ilgilidir. Bu maliyetler politika analizinde doğrudan doğruya kantitatif olarak genellikle dikkate alınmamaktadır (Tanrıvermiş, 2000).

Ülkemizde 2005 yılında uygulanan süne mücadelesi çalışmalarının sonucunda elde edilen net gelirlerle, yapılan harcamaların tamamı karşılandığı gibi, oldukça yüksek ekonomik fayda sağlanmıştır. Süne mücadelesinin yapılmaması halinde, gerek ülke ortalaması, gerekse seçilen illerde buğday tarımının gayrisafi üretim değeri ile değişen masraflarının bile karşılanamadığı veya üretim eşiğinin aşılamadığı saptanmıştır. Süne ile mücadele yapılmaması halinde buğday tarımının işletmecilik yönünden sürdürülmesi uygun olmayacaktır. Buğday tarımında dekara düşen net ekonomik fayda ülke ortalaması olarak 60,26 YTL, üretici ve devlet tarafından yapılan mücadele maliyeti 5,46 YTL olup, mücadele çalışmaları için ayrılan kaynağın 11 katı kadar ekonomik fayda elde edilmiştir. Buğday tarımında dekara sağlanan ekonomik fayda Ankara İli'nde 58,09 YTL, Konya'da 72,08 YTL, Tekirdağ'da 153,25 YTL ve Şanlıurfa'da 89,96 YTL olmuştur. Buğday üretim faaliyetinde ortalama ürün verimi yüksek olan illerde net ekonomik faydanın yüksek olduğu saptanmıştır. Süne mücadelesinin



yapılması halinde Ankara İli'nde buğday ekili arazinin dekara başına 58,09 YTL/da net ekonomik fayda sağlanmaktadır (Tablo 6).

Süne mücadele maliyetinin (devlet ve üreticilerce yapılan maliyetlerin toplamı) 4,90 YTL/da olduğu dikkate alınır, süne mücadelesi için ayrılan kaynağın 11,86 katı kadar fayda yaratılmış olacaktır. Konya İli'nde buğday üretiminde süne mücadelesinin yapılması halinde arazinin dekara başına 72,08 YTL net ekonomik fayda sağlanmıştır. Toplam süne mücadele maliyeti 5,46 YTL/da olup, süne mücadelesi için ayrılan kaynağın 13,20 katı ekonomik faydanın sağlandığı saptanmıştır. Tekirdağ İli'nde dekara 153,25 YTL net ekonomik fayda sağlanmış ve süne mücadele maliyeti 7,21 YTL olmuştur. Mücadele için ayrılan kaynağın 21,36 katı ekonomik fayda elde edilmiştir. Şanlıurfa İli'nde buğday tarımında 89,96 YTL/da net ekonomik fayda elde edilmiş ve süne mücadele maliyeti 6,65 YTL/da olduğundan, mücadele çalışmasına ayrılan kaynağın 13,53 katı kadar fayda sağlanmıştır (Tablo 6).

Buğday tarımında süne mücadelesinin yapılması halinde illere göre dekara 4,90 YTL ile 7,21 YTL arasında masraf yapılarak, yapılan harcamanın 11 kat ile 21 katı kadar fayda yaratılmış olmaktadır. Araştırmanın varsayımlarının gerçek yaşamda geçerli olması halinde, ülkemizde süne zararlısı ile kimyasal mücadele yapılması ekonomik yönden fizibil görünmekte ve bu yolla ulusal ekonomiye oldukça yüksek katkı yapılmaktadır. Ancak ekonomik analizde pestisit kullanımının insan sağlığı ve çevrede neden olabileceği zararlar dikkate alınmamıştır. Süne mücadelesinin sosyal fayda ve maliyetlerinin ölçülmesi halinde, kimyasal mücadelenin sosyal maliyetleri de analize ekleneceğinden, kimyasal mücadelenin sağladığı fayda azalacak, ancak pozitif olacaktır.

**Tablo 6. Süne Mücadelesinin Net Ekonomik Faydası (2005 Yılı)**

Gelir ve Maliyetler (YTL/Da)	İller								Türkiye	
	Ankara		Konya		Tekirdağ		Şanlıurfa		I	II
	I*	II**	I	II	I	II	I	II		
<b>Üretici Maliyeti</b>	<b>92,90</b>	<b>94,10</b>	<b>89,05</b>	<b>91,26</b>	<b>148,41</b>	<b>150,45</b>	<b>91,36</b>	<b>93,69</b>	<b>89,23</b>	<b>91,26</b>
☐ Değişen Masraflar	75,63	76,80	76,75	78,89	100,40	102,38	64,43	66,69	76,92	78,89
☐ Sabit Masraflar	17,27	17,30	12,30	12,37	48,01	48,07	26,93	27,00	12,31	12,37
<b>Devlet Harcamaları</b>		<b>0,71</b>		<b>0,71</b>		<b>0,71</b>		<b>0,71</b>		<b>0,71</b>
☐ Değişen Masraflar	-	0,62	-	0,62	-	0,62	-	0,62	-	0,62
☐ Sabit Masraflar	-	0,09	-	0,09	-	0,09	-	0,09	-	0,09
<b>Toplam Maliyet</b>	<b>92,90</b>	<b>94,81</b>	<b>89,05</b>	<b>91,97</b>	<b>148,41</b>	<b>151,16</b>	<b>91,36</b>	<b>94,40</b>	<b>89,23</b>	<b>91,97</b>
☐ Değişen Masraflar	75,63	77,42	76,75	79,51	100,40	103,00	64,43	67,31	76,92	79,51
☐ Sabit Masraflar	17,27	17,39	12,30	12,46	48,01	48,16	26,93	27,09	12,31	12,46
<b>Gayrisafi Üretim Değeri</b>	<b>36,20</b>	<b>96,20</b>	<b>31,30</b>	<b>106,30</b>	<b>58,90</b>	<b>214,90</b>	<b>38,90</b>	<b>131,90</b>	<b>31,00</b>	<b>94,00</b>
☐ Ana Ürün Geliri	18,00	78,00	22,50	97,50	46,80	202,80	27,90	120,90	18,90	81,90
☐ Yan Ürün Geliri	18,20	18,20	8,80	8,80	12,10	12,10	11,00	11,00	12,10	12,10
<b>Brüt Kar</b>	<b>-39,43</b>	<b>18,78</b>	<b>-45,45</b>	<b>26,79</b>	<b>-41,50</b>	<b>111,90</b>	<b>-25,53</b>	<b>64,59</b>	<b>-45,92</b>	<b>14,49</b>
<b>Net Kar</b>	<b>-56,70</b>	<b>1,39</b>	<b>-57,75</b>	<b>14,33</b>	<b>-89,51</b>	<b>63,74</b>	<b>-52,46</b>	<b>37,50</b>	<b>-58,23</b>	<b>2,03</b>
<b>Net Ekonomik Fayda</b>	<b>58,09</b>		<b>72,08</b>		<b>153,25</b>		<b>89,96</b>		<b>60,26</b>	

\* (I): Mücadele yapılmaması halinde; \*\* (II) Yer aletleriyle mücadele yapılması halinde

Süne mücadelesinde devlet tarafından yapılan harcama miktarı

arazinin dekarı başına ortalama 5,46 YTL olarak tespit edilmiştir. 2005 yılında süne mücadelesi için 19 ilde buğday tarımı yapılan 8.650.521 da arazide ilaçlama yapılmıştır. Ülke ortalamasına göre ilaçlama yoluyla dekara 60,26 YTL ekonomik fayda sağlandığına göre, ilaçlama yoluyla ulusal ekonomiye sağlanan net fayda **521.280.396 YTL** olarak tahmin edilmiştir. Buğday tarımında yapılan mücadele çalışmaları ile önlenen ürün kaybının parasal değeri dikkate alındığında, mücadele giderleri işletme ve ülke ekonomisine bir yük getirmemekte, aksine yüksek düzeyde fayda sağlamaktadır. TKB tarafından yürütülen çalışmaların sonuçlarına göre süne mücadelesi için harcanan kaynakların oldukça verimli şekilde kullanıldığı ve bu yolla ulusal ekonomiye önemli katkı sağlandığını belirtmek gerekir. Bununla birlikte çiftçi ve diğer kuruluşların katılımı ile yer aletleriyle yapılan süne mücadelesinin TKB bütçesine önemli bir yük getirmediğinin de ayrıca vurgulanması gerekecektir.

Bitkisel üretimde hastalık ve zararlılarla mücadelede kar eşiği (gain threshold) başlıca karar ölçütlerinden biridir. Kar eşiği kavramı, ekonomik olarak zararın başladığı noktayı ifade etmek için kullanılmakta olup, bu eşik "*kar eşiği (kg/da) = mücadele masrafı (TL/da) / ürün fiyatı (TL/kg)*" formülüyle saptanabilir (Tuncer, 1999). Kar eşiği belirli bir alana düşen pazarlanabilir ürünün birimi cinsinden ifade edilmektedir. Bireysel üretici ve devlet tarafından 4,90 YTL/da ile 7,21 YTL/da arasında değişen mücadele masrafı yapılarak, hastalık ve zararlılardan korunan veya ilaçlama ile sağlanan verim artışı Ankara'da 140 kg/da, Konya'da 175 kg/da, Tekirdağ'da 364 kg/da, Şanlıurfa'da 217 kg/da ve ülke ortalamasında ise 147 kg/da (kimyasal mücadele yapılması ve yapılmaması durumları arasındaki verim farkı) olarak tespit edilmiştir. Buğdayın üretici eline geçen ortalama fiyatı (destekleme primi dahil) 0,39 YTL/kg olduğundan, kar eşiği; 12,56 kg/da ile 18,49 kg/da arasında değişecektir. Diğer bir ifadeyle buğday tarımında süne ve diğer zararlılara karşı kimyasal mücadele uygulamasının karlı olabilmesi için, dekar başına minimum 13-19 kg ürün artışı sağlanmalıdır. Üretici ve devlet tarafından yapılan mücadele işletme ve ülke ekonomisine 13-19 kg/da buğdaya eşdeğer maliyet getirmektedir. Araştırma sonuçlarına göre, buğday tarımında süne mücadelesiyle kar eşiğinin 11-28 kat üzerinde ürün artışı sağlandığından, mücadele yapılması gereken bir işlem olacaktır.

### **Süne Mücadelesinde Alternatif Politika Arayışları ve Gerekliliği**

Süne mücadele çalışmaları 1950'lere kadar tamamen mekanik ve kültürel önlemlerle sürdürülmüş ve 1950'lerden sonra yeşil devrimin etkisiyle kimyasal mücadeleye başlanmıştır. Bu tarihten sonra 2000'li



yıllara kadar sürdürülen büyük ölçüde uçakla mücadele çalışmasının fayda-maliyet analizleri yapılmamış olmakla birlikte, mücadele programının fayda ve maliyetleri sürekli tartışılmıştır. 2000'li yıllarda başlayan yer aletleriyle kimyasal mücadele çalışmasında faydalılar daha az etkilenmiş, ilacın biyolojik dengeye verdiği zarar minimum düzeye indirilebilmiş, polikültür tarım yapılan yerlerde komşu parsellerdeki ürünlerin zarar görme olasılığı azaltılmış, bitkilerin alt kısımları ve yaprak altlarında yaşayan hareketsiz zararlılarla da etkin mücadele yapılması mümkün olmuştur. Artan enerji nakil hatları, faunanın değişmesi, polikültür tarım ve su havzalarının korunması gibi nedenlerle zorunlu olarak yer aletleriyle mücadeleyi yaygınlaştırmak gerekli görülmüştür. Süne mücadelesinde aynı aktif maddeli insektisitler uzun yıllardan beri kullanıldığından, ilaçlara karşı süne dayanıklılık oluşma olasılığı bulunmaktadır.

Süne mücadelesinin bütün paydaşların katılımı ile entegre mücadele ilkeleri kapsamında ele alınması gerekli olacaktır. Bu programın finansmanı ve ar-ge hizmetlerinin maliyeti devlet tarafından karşılanmalı, program üreticiler, üretici örgütleri, sanayicileri ve meslek örgütleri ile TKB merkez ve taşra örgütlerinin katılımıyla yürütülmelidir. Kooperatifler ve ziraat odalarının süne mücadelesine aktif olarak katılmaları, bireysel üreticilerin davranışlarını olumlu yönde etkileyebilecektir. Küçükcongür vd. (2006) tarafından yapılan bir araştırma; çiftçilerin % 85,50'si tarım örgütlerinin süne mücadelesine katılması gerektiğini ve çiftçilerin % 81,96'sı ise örgütlerin mücadeleye katılması durumunda çiftçilerin daha aktif olarak katılabileceklerini ortaya koymuştur. Bütün paydaşların katılımıyla planlanacak ve uygulanacak entegre mücadele yaklaşımıyla yaklaşık 50 yıldan beri sürdürülen kimyasal mücadelede yaşanan birçok sorun ortadan kaldırılabilecektir. Bu kapsamda süne türlerine karşı biyolojik mücadelenin etkinliğini artırmak amacıyla uygun ve gerekli yerlerde, ağaç ve çalılıkların (özellikle kabuk bağlayan ve nektar verenler) tesisi ile uygun yabancı otların ekimi, sünenin doğal düşmanları ve ara konukçularının yaşam koşullarının iyileştirilmesi ve meraların korunmasına ağırlık verilmelidir. Sünenin doğal düşmanları olan yumurta parazitoidi *Trissolcus* spp.'nin böyle yerlerde kışlama ve yazlamaları, yıl boyunca besin ve konukçularını rahatça bulabilmeleri ve çoğalmaları için uygun ortam sağlanmalı olacaktır. Süneyi doğada baskı altında tutan önemli doğal düşmanlardan olan süne yumurta parazitoitlerinin ve ergin parazitoitlerinin laboratuvar koşullarında üretilmesi ve doğaya salınması ile doğada hiç yan etkisi olmaya bir yöntem olan biyolojik mücadele uygulamalarına geçilmiş olacaktır. Bunun için yumurta parazitoitlerinin laboratuvarlarda yeteri kadar üretim çalışmaları yapılmalı ve üretilen parazitoitler, doğayı destekleyici olarak sünenin sorun olduğu buğday üretim alanlarına salınmalıdır. Böylece faydalı organizmalar için doğal yaşam alanları tesis edilecek ve biyolojik mücadeleyle süne baskı altına alınabilecektir. Doğada etkili

olan doğal düşmanların popülasyonlarının artması ile pestisitlerin neden olduğu çevre kirliliğinin azaltılması ve bozulan doğal dengenin yeniden kurulması sağlanacaktır.

Birçok ülkede pestisitlerin etiketlenmesi, kullanılması ve neden olduğu çevre kirliliğinin izlenmesi ile ilgili yasal ve kurumsal düzenlemeler yapılmakta ve sonuç olarak kimyasal ilaç kullanımını doğrudan veya dolaylı araçlarla kontrol edilmektedir. Bununla birlikte bu alandaki düzenlemeler bazı gelişmekte olan ülkede istenilen düzeyde uygulamaya taşınmamaktadır (Antle and Pingali, 1994). Bu koşullarda iki önemli politika alternatifi üzerinde durulması düşünülebilir. Birincisi, yapılacak düzenlemeler (fiyat ve pestisitlerin temini) ile pestisit kullanımının azaltılması ve ikincisi, özellikle uzun dönemde kimyasal yöntemler dışındaki mücadele yöntemlerine (biyolojik ve kültürel mücadele) yatırım yapılarak, bunun işletme düzeyinde kullanımının yaygınlaştırılmasıdır. Süne zararlısı ile mücadelede entegre zararlı yönetiminin benimsenmesi yararlı sonuçlar verebilecek ve bu alternatif politikalar içinden muhtemelen en iyisi olacaktır. Bununla birlikte ülkemiz tarımında yoğun olarak ilaçlı mücadele tercih edilmekte ve entegre mücadele çalışmaları çok yetersiz düzeyde kalmaktadır. Entegre mücadelede, hastalık ve zararlılara karşı kullanılabilen çeşitli yöntemlerin birbirini tamamlayıcı özelliklerinden yararlanılmakta, ekosistemdeki denge korunmakta ve hastalık ve zararlıların neden oldukları ürün kaybı, ekonomik zarar eşliğini aştıktan sonra önleyici mücadele çalışmalarının yapılması gerekmektedir.

Entegre mücadele, entegre zararlı yönetimi (IPM) veya entegre zararlı kontrolü (IPC) olarak da bilinmektedir. IPM; kültür bitkisinde zarar oluşturan etmenlerin popülasyon dinamikleri ve çevre ile ilişkilerini dikkate alarak uygun olan bütün mücadele yöntemlerini ve tekniklerini uyumlu bir şekilde kullanarak, bunların popülasyonlarını ekonomik zarar eşliğinin altında tutmaya yarayan bir hastalık - zararlı yönetim sistemidir. Entegre mücadele, belirli bir agroekosistemde hastalık, zararlı ve yabancı otlarla mücadelenin ayrı ayrı değil, birbirlerini tamamlayacak şekilde yapılması esasına dayanır. Bu sistemde zararlı etmenlerin tamamen ortadan kaldırılması yerine bunların popülasyonlarının ekonomik zarar seviyesinin altında tutulması sağlanır. Ekonomik zarar seviyesi ise, hastalık, zararlı ve yabancı otların, ekonomik zarara neden olan en düşük popülasyon yoğunluğu olarak bilinir. Bu yöntemde ortamdaki mevcut doğal düşmanların korunması ve desteklenmesi büyük önem taşımaktadır. Kimyasal mücadele, entegre mücadele programlarında en son başvurulması gereken yöntem olacaktır. Entegre mücadelede; doğal düşmanların korunması ve desteklenmesi, arazinin periyodik kontrolü, çiftçilerin bilgilendirilmesi ve pestisitlerin çevreye bulaşmasının önlenmesi hedeflenmektedir.

## **SONUÇ VE ÖNERİLER**

Buğday tarımında ürünün miktar ve kalitesini sınırlayan en



önemli zararlı süne olup, süne mücadelesi; ileri düzey teknik bilgi, uzman teknik personel, güçlü organizasyon, nispeten yüksek mali kaynak ve uygun zamanlama yapılmasını gerektirmektedir. Süne ile zamanında ve etkin mücadele yapılamaması halinde buğdayın verimindeki kayıp % 70 ile % 100 arasında değişmekte, buğday tarımı ekonomik olmaktan çıkmakta, süneli buğday ekmeçlik özelliğini yitirmekte, ürün kalitesi bozulmakta ve nüfusun buğday talebinin ithalatla sağlanması zorunlu olmaktadır. Süne zararlısı ile kimyasal, biyolojik ve diğer yöntemlerle mücadele yapılabilmeyle birlikte, ülkemizde ağırlıklı olarak kimyasal mücadele yapılmaktadır. Önceleri uçakla mücadele önemli yer tutarken 2000'li yıllardan sonra bireysel üreticilerin katılımıyla yer aletleriyle mücadele çalışmasına başlanmıştır. 2005 yılında 19 ilde 7.254.802 YTL harcanarak 865.052 ha alanda mücadele yapılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre süne mücadelesinin yapılması halinde illere göre yapılan mücadele masrafının yaklaşık 11 ile 21 katı daha fazla fayda yaratılmakta, ülke ortalamasına göre ilaçlama yoluyla dekara 60,26 YTL net ekonomik fayda sağlanmaktadır. Süne mücadelesi yapılan illerde kurtarılan ürün yoluyla ulusal ekonomiye yapılan katkı 521.280.396 YTL olarak tahmin edilmiştir. Süne mücadelesi yapılmadığı zaman TKB bütçesinde 7.254.802 YTL tasarruf yapılabilecek ve ilaçlı mücadele yapılan 865.052 ha alandan ortalama 1.523.508 ton ürün kaybı olabilecektir. Bu koşullarda -kimyasal mücadelenin çevresel etkileri dikkate alınmazsa- süne mücadelesinin mutlaka devletin yetkili kuruluşlarının teknik kontrol ve denetiminde sürdürülmesi gerekli görülmektedir. Ancak üretici örgütleri yoluyla devletin ilaç ve ekipman desteği sağlanarak mücadele çalışmasının yürütülmesi ve bütün kontrollerin uzman ekiplerce yapılması sağlanmalıdır. Ülkemizde süne ile kimyasal mücadele yapılması ekonomik yönden fizibil görünmekte, ulusal ekonomiye oldukça yüksek fayda sağlanmakta ve mücadele yapılmaması durumunda buğday tarımının sürdürülmesi işletmecilik ilkeleri yönünden mümkün görülmemektedir.

Süne mücadelesinde kullanılan pestisitler; su, hava ve toprak kirliliğine neden olmakta ve ürünlerde kalıntı riskini artırmaktadır. Ruhsatlandırma sistemine uygun olarak piyasada bulunan ve yaygın olarak kullanılan kimyasalların sürekli kullanımı sonucunda süne kimyasallara karşı dayanıklılık sorunu ortaya çıkabilecektir. Çevre tahribatı sonucunda sünenin doğal düşmanlarının yaşam alanları ortadan kalkmakta ve zararlı popülasyonu üzerinde olumsuz baskı sağlayan doğal denge bozulmaktadır. Doğal dengenin bozulmasıyla bazen nedeni yeterince bilinmeyen süne salgınları olmakta ve üretimde büyük kayıp oluşmaktadır. Kimyasal mücadelede kullanılan ilaçların çevresel zararlarını bertaraf etme imkanının düşük olması ve süne ortaya çıkabilecek dayanıklılık sorununun boyutlarının kesin olarak belirlenememesi gibi nedenlerle çevreye daha az zararlı, daha etkin ve düşük maliyetli mücadele yaklaşımı olan entegre zararlı yönetimi yaklaşımının benimsenmesi gerekli olacaktır. Doğal parazitlenme

alanlarının korunması sağlanmalı ve bu alanlarda kimyasal mücadele yapılmamalıdır. Biyolojik mücadele araştırmaları ve çalışmalarına daha fazla önem verilmelidir. Bu çerçevede yumurta parazitoitlerinin toplu üretim ve salımı ile yumurta, nimf ne ergin predatörlerinin doğaya salımı önem taşımaktadır. Ancak süne mücadelesinde kültürel ve biyolojik mücadele çalışmalarına kimyasal mücadele kadar önem ve öncelik verilmediği görülmektedir. Sınırlı teknik ve ekonomik kaynaklarla yürütülen biyolojik mücadele çalışmalarının yeterli olmadığı bilinmektedir. TKB'nın 1984 yılı yapılan reorganizasyonunda Zirai Mücadele ve Zirai Karantina Genel Müdürlüğü'nün kapatılması, Bakanlık merkez ve taşra teşkilatının yeniden yapılandırılmasıyla biyolojik mücadeleye yeterli önem verilememiş ve büyük ölçüde biyolojik mücadele çalışmalarının gelişimi engellenmiştir. Yeniden yapılandırma sonrasında oluşan kurumsal yapıyla yönetim bakımından araştırma ile uygulama birimleri arasındaki organik bağ zayıflatılmış ve uygulamadaki teknik sorunların çözümüne yönelik uygulamalı araştırmalar büyük ölçüde ihmal edilmiştir.

Buğday tarımında süne mücadele çalışmasının etkin organizasyonu açısından; yeterli kaynak ayrılması, araştırmaya ağırlık verilmesi, nitelikli personel altyapısının güçlendirilmesi, bireysel üretici ve üretici örgütleri ile buğday sanayisi ve ticareti ile uğraşan bütün kesimlerin mücadele çalışmalarına paydaş olarak katılmaları sağlanmalıdır. Mücadele sonuçlarının istenilen düzeyde olması bakımından buğday üreticileri ve üretici örgütlenmelerinin bu çalışmalara katılımı yararlı olacaktır. Ticaret odaları ve ticaret borsaları, çiftçi kuruluşları, çiftçiler ve yerel yönetimlerin süne mücadele çalışmalarına katılımı teşvik edilmelidir. Arazi araştırmalarının zamanında yapılması ve sonuçlarının rasyonel analizi için TKB'nea oluşturulan teknik ekiplerin her ilin mevcut survey alanına göre belirlenmesi gerekir. Süne mücadelesi konusunda uzman teknik personelin öncelikle bu alanda çalışması sağlanmalıdır. Süne mücadelesinde mücadeleye esas ekonomik zarar eşiği araştırmaları tamamlanmalı, araştırma sonuçlarına göre gerekirse eşik yeniden belirlenmelidir. Bireysel üreticilerin bilgi eksikliği nedeniyle mücadele çalışmasına mesafeli yaklaşımı ve mücadele yapılmadığı zaman olabilecek ürün kaybı konusunda deneyimlerine göre karar vermeleri, üreticilerin gelecek yıllarda yapılacak entegre mücadele çalışmalarına katılım düzeylerini olumsuz etkileyebilecektir. Üreticilerin entegre mücadele çalışmalarına katılım düzeylerinin yükseltilmesi açısından, bu programalara katılan üreticilere ekonomik avantajların sağlanması yararlı sonuç verebilecektir.

## **TEŞEKKÜR**

Bu çalışma, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı'nda Doç. Dr. Harun Tanrıvermiş'in danışmanlığında Cahit Coşkun Altunoğlu tarafından aynı isimle



hazırlanan ve sunulan dönem projesinden yararlanılarak hazırlanmıştır. Buğday tarımında süne mücadelesi ile ilgili araştırma sonuçlarına ulaşmamıza yardımcı olan ve yol gösteren Ankara Zirai Mücadele Merkez Araştırma Enstitüsü'nden Dr. Mümtaz ÖZKAN ile görüş ve yardımlarına başvuru bütünü kişi ve kuruluşlara teşekkürü bir borç biliriz.

### **KAYNAKÇA**

- Akbaý, C., 1991. Aşğı Seyhan Ovası'nda Tarımsal Savaş İlaçlarının Pazarlanması ve Tarım İlaçları Kullanımının Ekonomik Analizi, Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, (Yayınlanmamış), Adana.
- Anonim, 1957. Zirai Mücadele ve Zirai Karantina Kanunu, Kanun Numarası: 6968, TC Resmi Gazete, Tarih: 24/5/1957, Sayı: 9615, Ankara.
- Anonim, 1995. Zirai Mücadele Teknik Talimatları, TC Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Cilt:1, Ankara.
- Anonim, 1998. Entegre Süne Mücadelesi I. Workshop Raporu, TC Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Ankara.
- Anonim, 2002/a. Bitki Koruma Ürünleri, TC Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Ankara.
- Anonim, 2002/b. Süne ve Kıymıl Zararı Görmüş Buğdayın Kullanılabilirliği ve Kalitesinin Artırılması, Hububat Ürünleri Teknolojisi Kongre ve Sergisi, Hacettepe Üniversitesi ve TC Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Tarla Bitkileri Merkez Araştırma Enstitüsü Bildirisi, Gaziantep.
- Anonim, 2004. 2001 Genel Tarım Sayımı Tarımsal İşletmeler (Hanehalkı), TC Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü Yayın No:2924, Ankara.
- Anonim, 2005/a. 2005 Yılı Bitki Koruma Programı ve Uygulama Prensipleri, TC Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Ankara.
- Anonim, 2005/b. Buğday Raporu, Türkiye Ziraat Odaları Birliği, Ankara.
- Anonim, 2005/c. Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler, DPT, Ankara.
- Anonim, 2006/a. TC Tarım ve Köyişleri Bakanlığı İl Müdürlüğü Kayıtları (Basılmamış), Tekirdağ.
- Anonim, 2006/b. TC Tarım ve Köyişleri Bakanlığı İl Müdürlüğü Kayıtları (Basılmamış), Ankara.
- Anonim, 2006/c. TC Tarım ve Köyişleri Bakanlığı İl Müdürlüğü Kayıtları (Basılmamış), Şanlıurfa.
- Anonim, 2006/d. TC Tarım ve Köyişleri Bakanlığı İl Müdürlüğü Kayıtları (Basılmamış), Konya.
- Anonim, 2006/e. TC Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Strateji Başkanlığı Kayıtları (Basılmamış), Ankara.
- Anonim, 2006/f. Ruhsatlı Zirai Mücadele Alet ve Makineleri, TC Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Ankara.

- Anonim, 2006/g. Tarımsal Yapı (Üretim, Fiyat, Değer) 2004, TÜİK Yayınları, Ankara.
- Antle, J.M. and Pingali, P.L., 1994. Pesticides, Productivity and Farmer Health: A Philippine Case Study, American Journal of Agricultural Economics, Vol: 76, Number: 3: 418 -430, USA.
- Ecevit, O. ve Mennan, H., 1998. Bafra Ovasında Sulamanın Yaygınlaştırılması İle Meydana Gelebilecek Bitki Koruma Sorunları ve Çözüm Önerileri, O.M.Ü. Ziraat Fakültesi Dergisi 1998, Cilt:13, Sayı:1:187-200, Samsun.
- Erkuş, A., Toros, S. ve Yalçın, Ö.F., 1992. Sincan İlçesi Sebze Üreticilerinin Zararlı ve Hastalıklara Karşı İlaç Kullanım Durumu ve İlaç Kullanımının Ekonomik Analizi Üzerine Bir Araştırma, Tarım Ekonomisi Derneği, Tarım Ekonomisi Dergisi, Sayı:1(1):59-66, İzmir.
- Erkuş, A., Bülbül, M., Kıral, T., Açıl, A.F. ve Demirci, R., 1995. Tarım Ekonomisi, A.Ü.Ziraat Fakültesi Eğitim, Araştırma ve Geliştirme Vakfı Yayınları No: 5, Ankara.
- Erkuş, A. ve Rehber, E., 1998. Proje Hazırlama Tekniği, Güncelleştirilmiş IV. Baskı, A.Ü. Ziraat Fakültesi Yayınları No: 1496, Ders Kitabı: 451, Ankara.
- Geçit, H.H. ve Kolsarıcı, Ö., 2001. Tarla Btkileri ve Hedefleri, Cumhuriyetimizin 100. Yılında Türk Tarımının Hedefleri Sempozyumu, Türk Ziraat Yüksek Mühendisleri Birliği, Ankara.
- Gittinger, J.P., 1984. Economic Analysis of Agricultural Projects, John Hopkins University Press, USA.
- Kavak, Y., 1998. Tokat İli Kazova Yöresi Meyvecilik İşletmelerinde Tarımsal İlaç Kullanımının Ekonomik Analizi, G.O.P. Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, (Yayınlanmamış), Tokat.
- Kıral, T., Kasnakoğlu, H., Tatlıdil, F.F., Fidan, H. ve Gündoğmuş, E., 1999. Tarımsal Ürünler İçin Maliyet Hesaplama Metodolojisi ve Veri Tabanı Rehberi, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Yayın No:37, Ankara.
- Kansu, İ.A., 1990. Genel Entomoloji, Beşinci Baskı, A.Ü. Ziraat Fakültesi Yayınları:1176, Ders Kitabı: 334, Ankara.
- Koç, A., Tanrıvermiş, H., Budak, F., Gündoğmuş, E., İnan, İ. H., Kubaş, A., Özkan, B., 2001. Türk Tarımında Kimyasal İlaç Kullanımı: Etkinsizlik, Sorunlar ve Alternatif Düzenlemelerin Etkileri, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Yayın No: 63, Ankara.
- Küçükcongar, M. vd., 2006. Süne (Eurygaster spp., Het.:Scutelleridae) Mücadelesinde Başarıyı Etkileyen Sosyo-Ekonomik Faktörlerin Araştırılması, T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Tarımsal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, Proje Sonuç Raporu, No: 200K120160, Ankara.
- Kün, E., 1988. Serin İklim Tahılları, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi



Yayınlari:1032, Ankara.

- Kün, E., Çiftçi, C.Y., Birsin, M., Ülger, A.C., Karahan, S., Zencirci, N., Öktem, A., Güler, A., Yılmaz, N. ve Atak, M., 2005. Tahıl ve Yemeklik Dane Baklagiller Üretimi, TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası V. Teknik Kongresi, I.Cilt, Ankara.
- Miller, R.H. and Morse, J.G., 1996. Sunn Pests and their Control in the Near East, FAO Plant Production and Protection Paper No: 138, Rome, Italy.
- Pimental, D. and H. Lehman, H. (Eds.), 1992. The Pesticide Question: Environment, Economics and Ethics, Chapman & Hall, New York USA.
- Şengül, M., 1996. Adana İli Yüreğir Ovasında Turunçgil Üretiminde Tarımsal Savaş İlaçları Kullanımı ve Ekonomik Analizi, Ç.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, (Yayınlanmamış), Adana.
- Tanrıvermiş, H., 2000. Orta Sakarya Havzası'nda Domates Üretiminde Tarımsal İlaç Kullanımının Ekonomik Analizi, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Yayın No: 42, Ankara.
- Toros, S., Maden, S. ve Sözeri, S., 1999. Tarım Savaş Yöntem ve İlaçları, Genişletilmiş III. Baskı, A.Ü. Ziraat Fakültesi Yayınları: 1508, Ders Kitabı:462, Ankara.
- Tuncer, C., 1999. Zararlılarla Mücadelede Ekonomik Karar Seviyeleri, Bitki Korumada Ekonomik Zarar Eşiği Modelleri ve Uygulaması, Workshop Bildirileri, O.M.Ü. Ziraat Fakültesi Bitki Koruma Bölümü, Samsun, s.53-92.
- Webster, J.P.G. and Bowles, R.G., 1996. Estimating The Economic Costs and Benefits of Pesticides Use in Apples, Brighton Crop Protection Conference 1996 Pests & Diseases, British Crop Protection Council, Brighton, UK, p. 325-330.
- Yavuz, F. (Ed), 2006. Türkiye'de Tarım, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara.
- Yurdakul, O., Özgür, A.F. ve Akbay, C., 1994. Çukurova'da Tarımsal İlaç Kullanımının Ekonomik Analizi, TOAG-922 Nolu Proje Kesin Raporu, Adana.
- Yücesoy, C., 2001. Süne Mücadelesinin Tekirdağ İli Ekonomisine Olan Katkıları, Trakya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi (Basılmamış), Tekirdağ.

## TARİŞ ve TARİŞ PAMUK BİRLİĞİ ORTAKLARI ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME

Necdet BİLGİN\* Halis BAŞEL\*\*

**Özet:** Bu çalışmada TARİŞ ve Pamuk Birliği ortaklarının özellikleri incelenmiştir. Ayrıca ortakların kooperatiflerine yönelik olarak bağlılık, pazarlama, yöneticiye güven, ortaklara güven, kooperatif faaliyetlere katılım, ortakların kooperatiften elde ettikleri kâr ve memnuniyetleri (ortak beklentileri karşılama, kooperatif hizmetlerinde gelişme) frekans dağılımı olarak değerlendirilmiştir. Ortakların küçük tarım işletmelerinden oluştuğu, ortakların kooperatife bağlılık duydukları, yöneticiye ve ortaklara büyük çoğunluk itibarıyla güvendikleri görülmektedir. Ortaklar, kooperatif faaliyetlere katılımı önemli bulmaktadır. TARİŞ ve Pamuk Birliği'nin ortaklarının beklentilerini karşıladıkları, ortaklarına yönelik hizmetlerini geliştirdikleri ve ortakların kooperatifte kalma eğilimlerinin yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Tarımsal Kooperatifler, TARİŞ, TARİŞ Pamuk Birliği, Kooperatif-Ortak ilişkileri

### A Study On Tariş And The Producing Shareholder Of Tariş Cotton Union

**Abstract:** The general features shareholders of TARİŞ and TARİŞ Cotton Union will be scrutinized in this study. Additionally, commitment of the members to the cooperative, trust towards the board, mutual confidence, participation in the cooperative activities, the profit and the pleasure received from the cooperative (in terms of the fulfillment of expectations and to the advancement in cooperatives activities) will be outlined through percentages. In accordance with these percentages, it will be clear that the shareholders consist of small businesses which are commitment to the cooperatives, and that most of them rely on the managing board and the other producing members. On the other hand, they also find it crucial to participate in cooperative activities. Consequently, it will be clarified that; as TARİŞ and TARİŞ Cotton Union can successfully fulfill the needs of producing shareholder by improving its services constantly, they will be able to retain their shareholders

**Keywords:** Agricultural Cooperatives, TARİŞ, TARİŞ Cotton Union, Cooperative-Shareholder Relations

\* Dr. Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

\*\* Dr. Cumhuriyet Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü.



## GİRİŞ

Günümüzde rekabet her alanda şiddetlendiği gibi, tarım kesiminde de etkili bir şekilde kendini hissettirmektedir. Türkiye'nin tarım kesimindeki küçük aile işletme yapısı, çok sayısı da tarım işletmesinin bulunması ve tarımda istihdam fazlalığı gibi nedenlerden dolayı, rekabette zorlandığı görülmektedir. Dağınık ve küçük işletme yapısı girdi maliyetlerini artırmakta, tarım ürünlerinin pazarlamasında sorunlar oluşturmaktadır. Tarım kesiminin örgütlü bir yapıda olması bu sorunların çözümünde önemli bir etken olacaktır. Türkiye tarım kesiminin yapısına bakıldığında çeşitli örgütlenme modelleri vardır. Şirketler, üretici birlikleri, ziraat odaları, kooperatifler tarım kesiminde örgütlülük şekilleri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Türkiye'de kooperatif şeklinde örgütlenme modelinin uzun bir süredir uygulandığı görülmektedir. Tarım kesimindeki küçük işletme yapısı nedeniyle kooperatif şeklindeki örgütlenme üreticilerin girdi maliyetlerin düşürülmesinde, ürünlerin pazarlamasında faydalı olmaktadır. Ancak kooperatiflerin şiddetli rekabet karşısında, bu konularını gittikçe kaybettiği görülmektedir. Kooperatiflerin rekabete karşı koyabilmeleri, piyasa paylarını muhafaza etme ya da artırmanın yolu, piyasada faaliyette bulunan mevcut işletmeler gibi profesyonel bir yönetimle rekabetin getirdiği şartlara cevap verecek stratejileri geliştirerek olabilir. Bu şekilde bir kooperatif, ortaklarının amaçlarını gerçekleştirebiliyorsa, ortaklarının kooperatife olan bağlılıklarını da artıracaktır.

Türkiye'de rekabet koşullarına uygun hareket eden kooperatiflerin sayısının az olduğu görülmektedir. Bunun neticesinde kooperatifler ortakların girdi maliyetlerini düşürmede ve ürünlerini pazarlamada yetersiz kalmaktadır. Bu durum kooperatif ortaklarının kazançlarını azaltıcı bir etki oluşturmaktadır. Kooperatiflerin rekabet koşullarına uygun harekete etmesi durumunda ortaklarına olumlu yönde bir katkı sağlayarak, ortakların kooperatife bağlılık düzeylerini artıracak ve kooperatifleri rekabet açısından güçlendirecektir.

Bu çalışmada, TARİŞ ortaklarına anket uygulanarak, TARİŞ'e bağlılık, pazarlama, güven, memnuniyet gibi konular hakkında sorular sorularak, TARİŞ'le ilgili görüşleri ferakans dağılımı olarak belirlenmeye çalışılmıştır. Ayrıca ortakların arazi büyüklüğü, kooperatife verdikleri ürün miktarı, tüccara verdikleri ürün, diğer kooperatiflere ortaklık gibi ortaklara ait özellikler ortaya konularak, ortakların bu özellikleri üzerinde değerlendirmeler yapılmıştır. Çalışmanın bu bölümünde TARİŞ geneli ile Pamuk Birliği ortakları değerlendirilerek karşılaştırma yapılmıştır.

## TEORİK ÇERÇEVE

İnsanlar ekonomik, sosyal, kültürel ihtiyaçlarının karşılamak, haklarını aramak için bir araya gelmektedir. Günümüzde çağdaş insan dendiğinde ilk akla gelen örgütlü insandır. Günümüzde insanların birçok ihtiyaçları vardır ve her bir ihtiyaç bir örgüt doğurur (Bayrak, 2006: 93). İnsanlar tek başına gerçekleştiremedikleri işleri başarmak için birden fazla insanın güç ve hareketlerinden yararlanmaya çalışır. Onları kendi

güçlerine katmak için organizasyonlar oluştururlar. İnsanlar işbirliği ihtiyacını bu organizasyonlar bünyesinde gerçekleştirirler (Bayrak, 2006: 95). Türkiye'de tarım kesiminin de örgütlenme ihtiyacı vardır. Tarımda örgütlenmenin amacı tarım kesiminin verimliliğini artırmak ve tarımsal ürünü, üretim aşamasından tüketim aşamasına kadar değerlendirerek üreticinin gelirini ve pazardaki konumunu yükseltmektir (İnan vd., 2005: 149). Tarım kesiminin, kendi sorunlarını çözebilmesi, sanayi ve hizmet sektörü ile entegre çalışabilmesi (Çıkm, 1992: 24), üreticilerin üretim maliyetlerini düşürebilmesi ve ürünlerini pazarlayabilmesi açısından en uygun örgütlenme şekli kooperatiflerdir (Geray, 1974: 30; Duymaz, 1986: 96). Nitekim kooperatiflerde bir çeşit örgüt olduklarından dolayı belli ölçütler çerçevesinde faaliyet gösterirler. Bu ölçütler, ihtiyaçlarını karşılayacak ekonomik faaliyetlerde bulunma, insan kaynaklarını geliştirilmesi, toplumsal sorumluluk yüklenmesi, ulusal ve uluslararası düzeylerde işbirliği yapılması gibi örgüt yapılarını tanımlanması ve amaçların belirlenmesine yöneliktir (Üner, 1992: 27). Kooperatifler bir örgüt olarak, insanların amacını gerçekleştirmeye yönelik olarak kurulmaktadır. Örgütlerin varlık nedeni insandır (Bayrak, 2006: 97). Bu nedenle kooperatifler insanları belirli amaçlara ulaştırmak için bir araç olmaktadır (Çıkm ve Karacan: 1994: 65). Kooperatif örgüt, kişilerin tek başlarına yapamayacakları veya birlikte yapmalarında yarar bulunan işleri en iyi bir biçimde ve maliyeti azaltarak yapmak üzere dayanışma suretiyle ekonomik güçlerini bir araya getirdikleri yapıdır (Mülâyım, 1992: 55). Kooperatifler, çiftçilerin örgütlenmesini sağlayarak, üretim ve pazarlama alanında onların daha güçlü hale gelmesine çalışmakta, diğer yandan da ortaklarını üretim ve piyasa koşulları hakkında bilgilendirmeyi ve çıkarlarını korumayı hedeflemektedir (Eraktan, 2003: 2).

Kooperatiflerde ortak olma süresi, bir ortağın kooperatifte ne kadar süre ile ortak kaldığını ifade eder. Bir kooperatif işletmeyi, ortaklar oluşturduğuna göre, kooperatifin sahibi ve ortağı olarak belirli bir kazancın sağlanması, kooperatifin verimli çalışması, kooperatifin faaliyetleri hakkında bilgi edinebilmesi, kooperatifte mevcut üretim öğelerinden en iyi yararlanabilmesi her ortağın beklentisidir (Üner, 1992: 106). Kooperatif, ortağın bu beklentilerini karşıladığı sürece, ortak kooperatifle olan ilişkisini devam ettirecek ve ortaklık süresinin daha uzun sürmesi muhtemel olacaktır.

Kooperatiflerdeki ortakların yaş durumu, kooperatifin faaliyetleri açısından önemlidir. Genç ortak yapısına sahip kooperatiflerin daha dinamik ve girişimci olmaları beklenir. Yaşlı ortaklara sahip kooperatiflerde işe yapının daha muhafazakâr olması muhtemeldir. Piyasalardaki şartların değişmesi ve rekabetin artması sonucu tarım kesiminde çiftçi sayısının azalması, özellikle gençlerin çiftçiliğe yönelmemesi; göç olgusu nedeniyle gençlerin kentlere göç etmesi, orta yaş ve yaşlı çiftçi sayısını artırmıştır. Genç nüfusun tarım kesiminden çekilmesi, bu kesimde orta yaşlı ve yaşlı çiftçilerin kalması, çiftçilerin girişimcilik yönlerini zayıflatmıştır (Thyfault, 1996: 55).

Eğitim, belirli bir konu veya konular üzerinde kişilerin bilgi, görgü ve beceri kazanarak yetişmeleridir. Aynı zamanda eğitim insanlarda istenilmeyen davranışların engellenmesi ve istenilen davranışların



kazandırılması açısından önemli bir araçtır (Koçtürk ve Özbilgin, 2005: 75). Bu nedenle kooperatif ortak, yönetici ve çalışanların eğitilmiş olması bir kooperatif açısından avantaj olacaktır. Nitelikli kooperatif elemanların varlığı kooperatifin uygulamaları ve rekabet etmesine olumlu yönde katkıda bulunacaktır.

Kooperatif ortaklarının sahip olduğu arazi büyüklüğü, ortak ekonomilerinin büyüklüğü açısından önemlidir. Türkiye'de tarım işletmelerinin çok sayıda, küçük, dağınık oluşu, tarımsal ürün fiyatlarının oluşumunda olumsuz bir etki oluşturarak (Çıkin ve Olgun, 1991: 5), tarımsal üretimde modern tarım tekniklerinin uygulanmasını zorlaştırmaktadır (İzmirli, 1985: 100).

Tarım kesimindeki işletmeler, tarımsal faaliyetlerin özelliklerine göre birden fazla kooperatife ortak olabilmektedir. Kooperatiflerde ortak bir bütün olarak değerlendirilerek kredileme, satış ve pazarlama hizmetlerinin yapılması halinde, bir tarım işletmesinin birden fazla kooperatife ortak olması azalacaktır (Tanrıvermiş ve Demir, 2005: 168).

Kooperatif ortaklarının yakınları ve babalarının kooperatife ortak olması, ortakların örgütlenme bilincinin yaygın olduğunun göstergesi olarak kabul edilebilir. Ortak yakınlarının ve babalarının kooperatife ortak olması kooperatife bağlılık duyma açısından da etkisi olacaktır. Yine ortakların kooperatif ortaklığı süresince, kooperatif ortaklığından ayrılmamaları, onların kooperatifin yapmış olduğu faaliyetlerinden memnun olduğunun göstergesidir.

Örgütsel bağlılık, bireyle örgütü arasındaki psikolojik bir bağ olarak değerlendirilmiş ve örgütsel bağlılığın, bireylerin örgütten kendi istekleriyle ayrılma kararlarını almalarında etkili bir unsur olarak tanımlanmıştır (Karabey vd., 2006: 218). Kooperatiflerde ortak bağlılığı ise, ortağın kooperatifle amaçlarını bir görerek, kooperatifte kalma isteği (Lasley and Baumel, 1996: 5), kooperatife psikolojik olarak bağlılık duyma ya da tam tersine kooperatife psikolojik olarak bağlılık duymamasıdır. Kooperatif ortaklarının kooperatife ve kooperatif grubuna bağlılığı, onların grupta kalma isteği ve gruba bağlılık duygusunun göstergesidir. Bir grup veya örgüte dahil olan bir üyenin, gruba ya da örgüte bağlılık duygusunun oluşması durumunda, üye grupta, örgütte ve başkalarının yanında kendini iyi hisseder ve örgüte (kooperatif) bağlılık duyar (Hansen et al., 2002: 44).

Güvenilir bir kooperatif yöneticisi; kooperatif ana sözleşmesine uygun davranan, ortaklara, çalışanlara karşı dürüst olan, ayrımcılık yapmayan, tutarlı hareket eden, kooperatifi iyi yöneterek başarılı olmasını sağlayan kişidir (Prakash, 2000: 5).

Kooperatif ortakları, birbirlerine yüksek düzeyde güveniyorsa, bu kooperatiflerin desteklenmesi açısından bir nevi inanç olmaktadır. Kooperatifin bir konuda daha iyi ve kaliteli özelliklere sahip olması, ortakların kooperatifi desteklemeleri konusundaki inançlarını artırır (Fulton, 1999: 422).

Tarımsal pazarlama, üreticinin hangi miktar ve kalitede ürün üretmesinden başlayıp, pazara hazırlanması, standardizasyonu, depolama, nakliye ve nihai tüketiciye kadar süreçteki faaliyetlerin tümüdür (Özudoğru, 2005: 107). Tarım kesiminde de, çiftçiler ürünlerini pazarlamak ve ürettikleri

ürünleri işleyerek satılması için örgütlenerek, kooperatif kurmaktadır (Eraktan, 2003: 4). Tarımsal pazarlamada kooperatiflerin görevi, ortak ürünlerin pazarlanması, değerlendirilmesini rakip firmalardan daha rasyonel, ucuz ve üretici çıkarlarına hizmet etmesidir (Duymaz, 1986: 175).

Kooperatif ortaklarının, kooperatifin yıllık faaliyetleri sonunda bilanço istemeleri ve genel kurullara katılmaları bilinçli bir kooperatifçilik açısından önemli olmaktadır. Böylece bir kooperatif ortağı kooperatifin faaliyetleri konusunda bilgi sahibi olmaktadır.

Bir kooperatif kurmanın temel amacı, yarar elde etme fırsatının maksimize edilmesi, ikincil amacı ise ortaklarının ve beraber iş yaptığı tarafların risklerini minimum seviyeye indirmektir (Morrow vd., 1999: 1). Bir çok kooperatif, ortaklarını tatmin etmek ve onları kooperatifte tutmak amacıyla çalışır (Hansen vd., 2003:42). Kooperatif ortakların kârını artırıyor, beklentilerini karşılıyor, hizmetlerini geliştiriyor ve ortak kooperatifte kalmak istiyorsa, kooperatif ortağını tatmin ediyor denilebilir. Ortakların kooperatiften memnun ve kooperatiften tatmin olması, ortakların amacını kooperatifin gerçekleştirdiği sonucunu gösterir. Bu da ortakların kooperatifte kalmasını temin edecektir.

Bu kavramlara paralel olarak, TARİŞ ve Pamuk Birliği ortaklarının bu konudaki eğilimlerine yönelik anketin değerlendirilmesi yapılmıştır. Kooperatif hakkında kısa bilgi şöyledir: Ege Bölgesi'nde faaliyette bulunan TARİŞ, tarımda üretici örgütlenmesine yönelik bir örnek kooperatiftir. Zeytin ve Zeytinyağı Birliği ayrılmadan önce TARİŞ'in bünyesinde dört birliğe ait 106 birim kooperatifte 112.650 ortak olarak faaliyetlerine devam etmektedir (TARİŞ, 2004). Çiftçinin bünyesinde örgütlendiği bir kooperatif olarak TARİŞ, ortakların ürünlerinin değerlendirilmesinde önemli fonksiyonlar üstlenmiştir. Nitekim 2002-2003 sezonunda TARİŞ 600 milyon (600 trilyon TL) YTL'si ciro yapmıştır. Aynı sezonda 70 milyon Dolar ihracat yaparak ülke ekonomisine döviz kazandırmıştır (Özer, 2004). Pamuk Birliği 2003 yılı itibarıyla 44 birim kooperatif ve 50.769 ortağı sahipiştir. Birlik aynı yıl 249.390 ton pamuk alımı yaparak Türkiye pamuk üretiminin %10,9'unu satın almıştır (Sanayi ve Ticaret Bak., 2004). Pamuk Birliği 2003 yılında satış sıralamasına göre en büyük 500 firma sıralamasında 55. sırada yer almıştır (İSO, 2005).

#### **TARİŞ GENELİ ORTAKLARINA YÖNELİK DEĞERLENDİRMELER**

TARİŞ ortaklarına yönelik olarak yapılan anket 19 Ağustos 2003 ve 29 Ağustos 2003 tarihleri arasında, Dikili, Bergama, Kınık, Zeytindağı, Ayvalık, Edremit, Altınova, Burhaniye, Gömeç, Havran, Göçbeyli'de, 21-10-2003 ile 19-10-2003 tarihlerinde Sarayköy, Buldan, Alaşehir, Sarıgöl, Yeşilyurt, Kavaklıdere, Nazilli, Kuyucak, Pamukören, Ortaklar, Germencik, Sultanhisar, Köşk, Aydın, İncirliova, Çine, Koçarlı, Söke, Selçuk'da yapılmıştır. Daha sonra 13-12-2003 ile 17-12-2003 tarihleri arasında Turgutlu, Ahmetli, Salihli, Saruhanlı, Tire, Manisa, Ödemiş Bayındır'da anket uygulanmıştır. Ayrıca 22-11-2003 tarihinde Denizli, Akköy'deki TARİŞ ortaklarına anket yapılmıştır. Anket çalışmasının tamamı toplam 26 günde tamamlanmıştır. Toplam 582 Tariş ortağı ile görüşülmüş olup anketlerin tamamına toplam 499 kişi katılmıştır. Ankete dört kez çıkmıştır. Ankete katılmayan ortak sayısı ise 83'dür. Anket soruları Hansen ve arkadaşlarının hazırladığı "The Impact of



Trust on Cooperative Membership Retention, Performance and Satisfaction an Exploratory Study” (Hansen ve diğ: 2002) isimli çalışmadan alınmıştır. TARİŞ geneline yönelik ortakların frekans dağılımına değerlendirecek olursak elde edilen sonuçlar şunlardır.

Tablo 1’de TARİŞ ortaklarının ne kadar süreyle TARİŞ’e ortak olduklarını göstermektedir. TARİŞ ortaklarının % 63’ünden fazlası 10 yıldan daha fazla bir süre, TARİŞ’e ortaktır. Ortakların TARİŞ’le uzun süre beraber çalıştıkları anlaşılmaktadır.

**Tablo 1: TARİŞ Ortaklarının, TARİŞ’e ortak olma süreleri**

Kaç yıldır ortak olduğu	Sıklık	Yüzde oranı
5 yıldan az ortaklığı olanlar	62	12,4
6-10 yıl arası ortaklığı olan.	119	23,8
11-15 yıl arası ortak olanlar	78	15,6
16-20 yıl arası ortak olanlar	87	17,4
20 yıldan fazla ortak olanlar	153	30,7
Toplam	499	100,0

Tablo 2’de ise ankete katılan TARİŞ ortaklarının yaş dağılımı verilmiştir. Bu dağılıma göre kooperatif ortaklarının yaş ortalaması yüksektir. Nitekim 55 yaş ve üzeri olan ortakların oranı, bütün ortakların % 37,5’una denk gelmektedir. TARİŞ ortaklarının % 67,8’i ise 45 ve üstü yaş grubuna girmektedir. TARİŞ ortaklarındaki genç olanların sayısı oldukça az görünmektedir. 34 ve altı yaş grubuna girenlerin sayısı % 9,2 oranındadır. Bu oran gençlerin kooperatif faaliyetlerine katılımlarının düşük olduğunu göstermektedir. Gençlerin kooperatif faaliyetlerine az katılımlarının bazı nedenleri vardır. Bunlardan biri kırsal kesimden kentlere göçün etkisidir. Bu göçün bir sonucu olarak tarım kesiminden sanayi ve hizmetler sektörüne, işgücünün transfer olması etkili olmaktadır. Nitekim Türkiye’de tarım kesimindeki aktif işgücündeki çözülme devam etmekte ve diğer sektörlere işgücü transferi sürmektedir. Türkiye İstatistik Kurumu’nun 2006 yılı şubat dönemi hane halkı işgücü sonuçlarına göre son bir yıl içerisinde tarım sektöründe çalışan sayısı 1 milyon 63 bin kişi azalarak, 20 milyon 604 bine inmiştir. 2006 şubat döneminde tarım sektöründe istihdam edilenlerin oranı %25,1 olmuştur. Önceki yıla göre, tarım sektöründe istihdam edilenlerin oranı %4,8 azalma meydana gelmiştir (TÜİK, 2006). Tarım kesiminde istihdam edilenlerin oranı toplam istihdam içindeki oranı Avrupa Birliği ülkelerinde %5 civarında olduğu (Bayraç ve Fusun, 2005: 3) düşünülürse, bu göçün Türkiye’de devam edeceği söylenebilir. Kırsal kesimdeki bu hızlı işgücü transferi, özellikle gençlerin göçü; gerek tarım kesiminde gerekse şehirlerde bir takım problemler oluşturarak, dengesizliklere sebebiyet vermektedir. TARİŞ kooperatif faaliyetlerine gençlerin katılmasına yönelik çalışmalar yaparak, gençlerin ilgisini çekmelidir. Ayrıca gençlerin çoğunun babaları TARİŞ’e ortak olması nedeniyle TARİŞ’e ayrıca ortak olma ihtiyacı duymamaktadır. TARİŞ’e ortak olmak isteyenler için getirilen bir takım sınırlamalar, onların ortak olmasını engellemektedir. Örneğin ortak olmak isteyenlerden belli bir miktar araziye sahip olduklarına dair tapu getirme zorunluluğu, belli bir miktar ürün teslim etmek için ton başına para istenmesi gibi faktörler gençlerin önünde birer engel olarak çıkmaktadır. Kooperatif bu gibi tedbirleri çiftçi olmayanların TARİŞ’e ortak

olmasını önlemek amacıyla uygulasa da, buna benzer uygulamalar gençler önünde engel oluşturmaktadır. Bu nedenle çiftçi olmayanların ortak olmasını önlemek için farklı yöntemler bulunması faydalı olacaktır. TARİŞ yönetiminin gençlerin aktif olarak kooperatifçilik yapmalarını özendirici tedbirler alması gerekmektedir.

**Tablo 2. TARİŞ ortaklarının yaş dağılımı**

Yaş Grubu	Sıklık	Yüzde oranı
18-24	6	1,2
25-34	40	8,0
35-44	115	23,0
45-54	151	30,3
55-	187	37,5
Toplam	499	100,0

Tablo 3, TARİŞ ortaklarının eğitim durumunu göstermektedir. Ortakların eğitim durumu oldukça düşüktür. İlkokul mezunu olanlar %68,1, okur-yazar olanlar %6,4, okur- yazar olmayanların oranı %1,4'tür. Bunların toplamı %75,9'u geçmektedir ki alınan eğitim seviyesinin düşüklüğünü göstermektedir. Ortakların TARİŞ ile ilgili konularda fikir beyan etmeleri, kendi konuları ile ilgili bir yayın takip etmeleri, kooperatifin ne anlama geldiği ya da onlar için TARİŞ'in ne demek olduğu konusunda bilinçli bir eğitime ihtiyaç vardır. Özellikle anket formunu doldururken bu konunun önemi daha çok ortaya çıkmıştır. Az da olsa bazı ortakların TARİŞ'le ilgili konulara oldukça duyarlı oldukları görülmüştür. Üniversite öğretimi almış TARİŞ ortaklarının oranı %3,8 oranındadır. Türkiye'de üniversite öğretimi alanların, genel nüfusa göre oranı 2000 yılı Türkiye İstatistik Kurumu verilerine göre %7,2'dir (TÜİK, 2006). TARİŞ ortaklarının üniversite eğitimi alanlarının oranı Türkiye ortalamasının oldukça altında kalmaktadır. Özellikle birim kooperatif yöneticileri ile üst yönetime seçilen ortaklarının, eğitim seviyesinin yüksek olması TARİŞ için bir avantaj teşkil edecektir. Ayrıca ortaklara kooperatifçilik eğitimi verilmelidir. Ortak olan kişiye kooperatif sevgisinin aşılması ve kooperatiflerin ortaklar dışında onlara hükmetmek için kurulmuş bir organizasyon olmayıp, kendileri için ve kendilerine ait olduğu ve kooperatifin başarısının ve gelişmesinin onlara bağlı olduğu hissi verilmelidir. Böylece kooperatifçilik ruhu ortaklara ancak sağlam bir kooperatifçilik eğitimiyle sağlanabilir (Koçtürk ve Özbilgin, 2005: 76).

**Tablo 3. TARİŞ ortaklarının eğitim durumu**

Eğitim Durumu	Sıklık	Yüzde Oranı
Okur-Yazar Değil	7	1,4
Okur-Yazar	32	6,4
İlkokul	340	68,1
Ortaokul	25	5,0
Lise	76	15,2
Üniversite	19	3,8
Toplam	499	100,0

Tablo 4'de TARİŞ ortaklarının sahip oldukları arazi büyüklüğünün oranları verilmiştir. Tablo incelendiğinde arazi büyüklüğün parçalar bir yapıda olduğu görülecektir. 25 dönümden az arazi büyüklüğüne sahip TARİŞ



ortaklarının oranı %27,5 oranındadır. 50 dönüm ve daha az arazi büyüklüğüne sahip TARİŞ ortaklarının oranı % 56,2'dir. Bu oran Türkiye genelinde 50 dönüm ve daha az arazi miktarına sahip olanların oranı %64,81'dir (D.İ.E. 2001). Bu rakamlara göre TARİŞ ortaklarının arazi büyüklüğü Türkiye geneline göre nispeten büyük olduğu anlaşılmaktadır. Fakat bu rakamlara göre yine de TARİŞ ortaklarının, küçük tarım işletmesi şeklinde faaliyetlerini sürdürdüklerini göstermektedir. Avrupa Birliği'nde ise ortalama arazi büyüklüğü 174 dönümdür (Bayraç ve Yenilmez, 2005: 3). TARİŞ ortaklarının sahip oldukları işletme büyüklüğü ile Türkiye'deki tarım işletmelerinin, Avrupa Birliği ülkelerindeki tarım işletmelerine göre, küçük olduğunu göstermektedir. 100 dönümden küçük arazi sahibi olan ortakların oranı %81 oranında olup, TARİŞ'in küçük aile işletmesi şeklinde üreticilerin örgütlenmesi sonucu oluştuğu söylenebilir. Üretici ortaklarının ürünlerini satın alma, işleme ve depolama fonksiyonlarını yerine getirmekte, piyasaya sürüm yaparak pazarlamaktadır. Pazarlama ve diğer işlemleri yaparak piyasada denge oluşturucu bir rol oynamaktadır.

**Tablo 4. TARİŞ ortaklarının sahip oldukları arazi büyüklüklerinin dağılımı**

Arazi Büyüklüğü	Sıklık	Yüzde oranı
25 Dönümden Az	137	27,5
26-50 Dönüm Arası	143	28,7
51-75 Dönüm Arası	68	13,6
76-100 Dönüm Arası	56	11,2
100 Dönümden Fazla	95	19,0
Toplam	499	100,0

TARİŞ ortaklarından, başka kooperatiflere ortak olanların sayısı Tablo 5'de verilmiştir. TARİŞ ortaklarının başka kooperatiflere düşük düzeyde, ortak olmasının iki nedeni olabilir. Tarım kesimindeki örgütlenme düzeyinin düşüklüğünden dolayı ikinci bir kooperatife ortak olmuyorlardı ya da TARİŞ'in kooperatif olarak, ortaklarının ihtiyaçlarını tamamen karşılamasından dolayı, ortaklar başka bir kooperatife ortak olma ihtiyacı duymamaktadır. TARİŞ ortaklarının her konudaki ihtiyaçlarını yerine getiriyorsa yani çok amaçlı bir kooperatif olarak faaliyette bulunması (Mülâyım, 1992: 169), ortakların başka kooperatiflere ortak olmasını engellemiş olabilir. Nitekim Tarım Kredi Kooperatifleri (TKK) ortakları üzerine yapılan bir araştırmada ise sadece TKK'ne ortak olanların oranı % 46,2 iken, başka bir kooperatife ortak olanların oranı ise % 53,8'dir (Tanrıvermiş ve Demir, 2005: 168). Bu sonuca göre TKK ortaklarının TARİŞ ortaklarına göre daha fazla kooperatife ortak oldukları anlaşılmaktadır.

**Tablo 5. TARİŞ ortaklarının başka kooperatiflere ortak olma durumları**

Başka Bir Kooperatife Ortak Olanların Sayısı	Sıklık	Yüzde dağılımı
Ortak Olanlar	162	32,5
Ortak Olmayanlar	337	67,5
Toplam	499	100,0

Tablo 6'da TARİŞ ortakları yakınlarından TARİŞ'e ortak olanlarının sayısı verilmiştir. TARİŞ'e ortak olmada ailelerin birbirlerini etkilediği söylenebilir. Ayrıca TARİŞ'in çalıştığı ürünler üzerine başka kooperatiflerin çalışma yapmayı ya da alternatiflerinin azlığı, hısımların ve akrabaların TARİŞ'e

1.

- 2006 Asap,  
ineak

- sayı: 147-150

---

2007

Sayı: 151-154



**T. C.**  
**GAZİ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ**

Sayı : SBE/M

Konu :

ANKARA

...../...../19.....

peçya

ortak olmasında önemli bir faktör olabilir.

**Tablo 6. TARİŞ'e ortak olanlardan, yakınları TARİŞ'e ortak olanlar**

T. Ortaklarının, yakınlarının TARİŞ'e ortak olmaları	Sıklık	Yüzde dağılımı
Yakınları ortak olanlar	408	81,8
Yakınları ortak olmayanlar	90	18,0
Belirtmeyen	1	0,2
Toplam	499	100

TARİŞ ortakların kooperatiften daha önce ayrılıp- ayrılmadıkları Tablo 7'de verilmiştir. Bu sonuçlara göre TARİŞ ortakların kooperatifleri ile sürekli çalıştıklarını göstermektedir. Kısa süreli de olsa TARİŞ ortaklığından ayrılan sayısı düşüktür. Ortakların her şart altında TARİŞ'le beraber çalıştığının bir göstergesi olarak kabul edilebilir.

**Tablo 7. TARİŞ ortaklarının ortaklıktan ayrılıp- ayrılmama durumu**

T. ortaklarının ortaklıklarını daha önce kesip- kesmedikleri	Sıklık	Yüzde dağılımı
Ortaklığını kesenler	43	8,6
Ortaklığını kesmeyenler	455	91,2
Belirtmeyen	1	0,2
Toplam	499	100

TARİŞ ortaklarının babalarının da TARİŞ'e ortak olup-olmadıkları Tablo 8'de gösterilmiştir. TARİŞ ortakların babaların da çoğunluk itibarıyla TARİŞ'e ortak oldukları görülmektedir.

**Tablo 8. TARİŞ ortaklarının babalarının ortak olma durumları**

	Sıklık	Yüzde oranı
Babası ortak olanlar	324	64,9
Babası ortak olmayanlar	171	34,3
Belirtmeyen	4	0,8
Toplam	499	100,0

TARİŞ ortaklarına, TARİŞ'e bağlı olup-olmadıklarını ölçmeye yönelik soruya verdikleri cevaplar Tablo 9'da verilmiştir. TARİŞ ortaklarının 12,8'i TARİŞ'e bir bağlılık hissetmemektedir. %83,4'ü ise bağlılık hissettiklerini belirtmişlerdir. %3,8'i ise herhangi bir görüş belirtmemiştir. TARİŞ ortaklarının kooperatiflerine bağlılık duydukları görülmektedir. Bağlılık duymayanların oranı oldukça düşüktür. Bağlılık duyma Pamuk Birliği ortaklarında TARİŞ'in geneline göre daha yüksektir.

**Tablo 9. TARİŞ'e bağlılık**

TARİŞ'e gönülden bağlıyım	Sıklık	Yüzde oranı
Kesinlikle katılmıyorum	24	4,8
Katılmıyorum	40	8,0
Kararsızım	19	3,8
Katılıyorum	211	42,3
Kesinlikle katılıyorum	205	41,1
Toplam	499	100,0



TARİŞ'in pazarlama yeteneği konusunda ortakların verdikleri cevaplar Tablo 10'da gösterilmiştir. Ortakların %17,4'ü TARİŞ'i bölgelerinde en iyi pazarlama organizasyonu olarak kabul etmez iken, %73,2'si TARİŞ'i en iyi pazarlama organizasyonu olarak kabul etmektedir. %9,4'ü ise herhangi bir görüş belirtmemiştir. TARİŞ ortakları, pazarlama konusunda kooperatiflerini genel olarak başarılı bulmaktadır. Bu oran Pamuk Birliği ortaklarında daha yüksektir. Ortaklar kooperatiflerinin pazarlama fonksiyonlarına göre, kooperatiflerine daha çok bağlılık duymaktadır. Ortakların kooperatifle kendilerini özdeşlendiklerini ve kooperatiflerini sadece bir pazarlama aracı olarak görmedikleri söylenebilir. Ortakların kooperatife daha çok bağlılık duymaları TARİŞ açısından olumlu bir durumdur.

**Tablo 10. TARİŞ'in pazarlama yeteneği**

TARİŞ bölgemizin en iyi pazarlama organizasyonudur	Sıklık	Yüzde oranı
Kesinlikle katılmıyorum	24	4,8
Katılmıyorum	63	12,6
Kararsızım	47	9,4
Katılıyorum	215	43,1
Kesinlikle katılıyorum	150	30,1
Toplam	499	100,0

TARİŞ yönetimine ortakların güven duyması ile ilgili soruya verilen cevaplar Tablo 11'de verilmiştir. TARİŞ yöneticilerine güven duymayanların oranı %28,1 iken güven duyanlar 56,7'dir. Yöneticiye güven konusunda kararsız olanların oranı ise %16,2'dir. TARİŞ ortaklarının yarısından fazlası kooperatif yöneticilerine güven duymaktadır. Bu oran Pamuk Birliği ortaklarında daha yüksektir. Bir örgüte güven aynı zamanda yöneticiye güven arasında aynı yönde gelişen bir ilişki söz konusudur. Bir örgütte güven ilişkisini başlatan, yöneticinin davranışdır (Erdem, 2003: 168). Bu nedenle kooperatif yöneticilere güven, aynı zamanda kooperatife güven demektir. Kooperatif yöneticileri güven geliştirici çalışmalar yapmalı ve ortakların güvenleri kazanmalıdır.

**Tablo 11. TARİŞ yöneticilerine güven**

TARİŞ yönetimine büyük güvenim var	Sıklık	Yüzde oranı
Kesinlikle katılmıyorum	42	8,4
Katılmıyorum	98	19,6
Kararsızım	81	16,2
Katılıyorum	187	36,5
Kesinlikle katılıyorum	96	19,2
Toplam	499	100,0

TARİŞ ortakların birbirlerine olan güvenleri ise Tablo 12'de gösterilmiştir. Ortakların birbirlerine güven duymayanların oranı %13 iken, diğer ortaklara güven duyanların oranı %66,1'dir. Bu konuda kararsız olanlar ise 20,8'dir. Buna göre ortaklar birbirlerine olan güvenleri yöneticilere göre daha yüksektir. Toplumlarda insanların birbirine güvenleri birlikte iş yapma olan sosyal sermaye açısından önemlidir. Sosyal sermayenin temelini güven oluşturmaktadır. Türkiye genelinde yapılan bir araştırmada kişilere sorulan "insanların çoğunu güvenilebilir" sorusuna verilen cevapta, insanları güvenilir bulanların oranı %5'dir. Güvenmeyenlerin oranı ise %95'dir. İnsanların birbirine güvenleri konusunda ülkeler arası yapılan sıralamada Türkiye bu %5 diğer insanlara güvenirim diyenlerin oranı ile 47 ülke arasında 45. sıradadır (Erdoğan, 2005: 11). Bu araştırma ile TARİŞ kooperatif ortakları

arasındaki güven arasında büyük bir fark bulunmaktadır. TARİŞ ortaklarında, ortakların birbirlerine güven oranı %66,1'dir. Böyle bir farkın oluşumunun nedeni kooperatifin bir örgüt olarak ortak bir amaca yönelmiş olmasından kaynaklanabilir.

**Tablo 12. TARİŞ ortaklarının birbirlerine güvenleri**

Ortakların birbirlerine güvenleri	Sıklık	Yüzde oranı
Kesinlikle katılmıyorum	18	3,6
Katılmıyorum	47	9,4
Kararsızım	104	20,8
Katılıyorum	242	48,5
Kesinlikle katılıyorum	88	17,6
Toplam	499	100,0

Tablo 13'de TARİŞ'in ortaklarına bilanço vermesinin önemi sorulmuştur. Ortaklardan %4,6'sı bilanço verilmesini önemli bulmazken, %91,4'ü ise önemli bulmaktadır. Görüş bildirmeyen ortakların oranı ise %3,8'dir.

**Tablo 13. TARİŞ'in ortaklarına bilanço vermesinin önemi**

TARİŞ'in bilanço vermesi	Sıklık	Yüzde oranı
Hiç önemli değil	11	2,2
Önemli değil	12	2,4
Kararsızım	19	3,8
Önemli	225	45,1
Çok önemli	231	46,3
Belirtmeyen	1	0,2
Toplam	499	100,0

TARİŞ ortaklarının kooperatif genel kurallarına katılmanın önemli olup-olmadığı sorusuna verdikleri cevaplar Tablo 14'de gösterilmiştir. Ortakların %5,6'sı kooperatif genel kurallara katılmayı önemsiz bulmaktadır. %89,1'u kooperatif genel kurallara katılmayı önemli bulmaktadır. Görüşü olmayanlar ise %4,2'dir. Bu durumda ortakların büyük çoğunluğu demokratik katılımı kooperatiflerde önemli bulmaktadır denebilir. Benzer bir çalışmada TKK'leri ortakların genel kurula katılmaları sorulduğunda %93,0 katıldıklarını belirtmişlerdir (Tanrıvermiş ve Demir, 2005: 168). Bu durumda TARİŞ ortaklarında genel kurula katılma düşüncesinin TKK'leri ortaklarına göre daha düşük olduğu görülmektedir. Ortaklar çoğunluk itibariyle kooperatiflerin bilanço vermesini önemli bulurken, yine genel kurula katılmayı da önemli görmektedir. Kooperatifle ilgili bu iki faaliyete ortakların yüksek düzeyde önem vermeleri kooperatifçilik bilinci açısından olumlu bir durumdur.

**Tablo 14. Genel kurullara katılmanın önem derecesi**

Genel kurullara katılma	Sıklık	Yüzde oranı
Hiç önemli değil	13	2,6
Önemli değil	15	3,0
Kararsızım	21	4,2
Önemli	239	47,1
Çok önemli	210	42,1
Belirtmeyen	1	0,2
Toplam	499	100,0



Ortaklara, TARİŞ'e ortak olmanız son üç yıl içerisinde kârınızı artırdı mı, sorusuna verilen cevaplar Tablo 15'de gösterilmiştir. Ortakların TARİŞ'e ortak olmakla az ve çok az kârım artı diyenlerin oranı %54,1, kârım orta artı diyenler ise %28,7'dir. Kârım fazla ve çok fazla artı diyenlerin oranı 17,4'dir. Bu konuda TARİŞ ortaklarının beklentilerini tam karşılamadığı söylenebilir.

**Tablo 15. TARİŞ'e ortaklığım kârımı artırdı**

TARİŞ'e ortaklığım son üç yılda kârlılığımı artırdı	Sıklık	Yüzde oranı
Çok az	152	30,5
Az	118	23,6
Orta	143	28,7
Fazla	54	10,8
Çok fazla	32	6,6
Toplam	499	100,0

Tablo 16'da ortaklara TARİŞ'in beklentilerini son üç yıl içerisinde ne kadar karşıladığı, sorulmuştur. Beklentilerimi tamamiyle karşıladı sorusuna orta olarak karşıladı şeklinde cevap verenlerin oranı % 29,5'dur. Çok az karşıladı diyenlerin oranı %24,6 oranında olup, ikinci sıradadır. Beklentilerimi çok fazla karşıladı diyenlerin oranı ise %9,8'dir. Kooperatiflerin ortaklara girdi, bilgilendirme ve piyasada alternatif olma gibi ihtiyaçlarını karşılaması beklentileri tatmin etmede önemli rol oynamış olabilir.

**Tablo 16. TARİŞ beklentilerimi tamamiyle karşıladı**

TARİŞ beklentilerimi tamamiyle karşılamaktadır	Sıklık	Yüzde
Çok az	123	24,6
Az	86	17,2
Orta	147	29,5
Fazla	94	18,8
Çok fazla	49	9,8
Toplam	499	100,0

Tablo 17'de son üç yıl içerisinde farklı alternatiflerim olsa bile TARİŞ'te kalmayı tercih ederim sorusuna verilen cevaplar gösterilmiştir. Ortakların orta, fazla ve çok fazla olarak TARİŞ'te kalmayı tercih edenlerin oranı %84,2'dir. TARİŞ ortakları bütün şartlara rağmen, TARİŞ'i kendileri için vazgeçilmez bir unsur olarak görmektedir. Serbest piyasa şartları altında TARİŞ'i ürünlerini satabilecekleri bir sigorta olarak gördükleri anlaşılmaktadır. TARİŞ tarafından ortakların beklentilerini karşılama oranına bakıldığında, ortakların kârlarını artırmaya göre daha fazla karşıladığı görülmektedir. Kooperatiflerin ortaklara girdi, bilgilendirme ve piyasada alternatif olma gibi ihtiyaçlarını karşılaması beklentileri tatmin etmede önemli rol oynamış olabilir.

**Tablo 17. Farklı alternatiflerim olsa bile TARİŞ'te kalmayı tercih ederim**

Farklı alternatiflerim olsa bile TARİŞ'te kalmayı tercih ederim	Sıklık	Y. oranı
Çok az	64	13,4
Az	12	2,4
Orta	39	7,8
Fazla	107	21,4
Çok fazla	274	54,9
Toplam	499	100,0

Tablo 18'de son üç yılda TARİŞ'in hizmetlerinde devamlı bir gelişme vardır soruna verilen cevaplar gösterilmiştir. TARİŞ hizmetlerinde gelişmeyi orta bulanların oranı %31,7 iken, %37,6'sı çok az ve az bulmaktadır. Çok fazla ve fazla diyenlerin oranı %30,6'dır. Kooperatifin ortaklarına farklı hizmetler götürmesi, yenilikler getirmesi gibi hizmetlerin gelişmesinde hususlarda ortaklarca orta seviyede bir geliş algılanmaktadır.

**Tablo 18. TARİŞ'in hizmetlerinde devamlı bir gelişme vardır**

TARİŞ'in hizmetlerinde devamlı bir gelişme vardır	Sıklık	Yüzde oranı
Çok az	103	20,6
Az	85	17,0
Orta	158	31,7
Fazla	91	18,2
Çok fazla	61	12,4
Toplam	499	100,0

#### **TARİŞ PAMUK BİRLİĞİ ORTAKLARINA YÖNELİK DEĞERLENDİRMELER**

Ankete katılan ortakların 212 tanesi TARİŞ Pamuk Birliği'ne ortaktır. TARİŞ Pamuk Birliği ortaklarının kaç yıl süreyle ortak oldukları Tablo 19'da verilmiştir. TARİŞ geneli ile Pamuk Birliği ortaklarının TARİŞ'le çalışma sürelerine bakıldığında Pamuk Birliği ortaklarının daha uzun süre ortak olduğu görülmektedir. Pamuk Birliği ortaklarının da %67'inden fazlası Pamuk Birliğine 10 yıldan fazla ortak oldukları anlaşılmaktadır.

**Tablo 19. TARİŞ Pamuk Birliği ortaklarının Pamuk Birliğine ortaklık süreleri**

Kaç yıldır ortak olduğu	Sıklık	Yüzde oranı
5 yıldan az ortaklığı olanlar	21	9,9
6-10 yıl arası ortaklığı olanlar	47	22,2
11-15 yıl arası ortak olanlar	27	12,7
16-20 yıl arası ortak olanlar	42	19,8
20 yıldan fazla ortak olanlar	75	35,4
Toplam	212	100,0

Tablo 20'de TARİŞ Pamuk Birliği ortaklarının yaş durumları görülmektedir. TARİŞ geneli ortaklarının yaş dağılımı ile Pamuk Birliği ortaklarının yaş dağılımının birbirine benzemektedir. Ancak Pamuk Birliği ortakların nispeten daha genç olduğu söylenebilir. TARİŞ Pamuk Birliğine yönelik olarak 1994 yılında 63 ortak üzerinde yapılan bir araştırma da Pamuk Birliği ortakların yaş dağılımı Tablo 21'de verilmiştir (Taşkın, 1995: 76). Pamuk Birliği ortaklarının 1994 yılındaki araştırmayla karşılaştırılacak olursak yaş kompozisyonunda her iki araştırma sonucunda ortakların 30



yaşın üzerinde olanların % 90 civarında olduğu görülmektedir. Pamuk Birliği ortakların on yıllık süreçte orta ve yaşlı nüfus kategorisini muhafaza ettiği söylenebilir.

**Tablo 20. TARİŞ Pamuk Bir. ortaklarının yaş dağılımı**

Yaş Grubu	Sıklık	Yüzde oranı
18-24	5	2,4
25-34	19	9,0
35-44	40	20,3
45-54	67	31,6
55-	78	36,8
	212	100,0

**Tablo 21. 1994 yılı Pam B. Yaş Dağılımı (Güngör, 1995: 76)**

Yaş gurubu	Sıklık	Yüzde
30 yaş altı	2	3
31-60	52	83
61 ve üstü	9	14
Toplam	63	100

Tablo 22'de TARİŞ Pamuk Birliği ortaklarının eğitim durumları verilmiştir. TARİŞ Pamuk Birliği ortaklarının, TARİŞ'in geneli ortaklarına göre eğitimlerin, nispeten yüksek olduğu görülmektedir. 1994 yılında yapılan çalışma da Tablo 23'de verilmiştir. Bu sonuca göre Pamuk Birliği ortaklarının lise ve üniversite eğitim düzeylerinde bir artış vardır. Bu da Türkiye'deki tarım kesimi ve kooperatife ortak olanlar açısından olumlu bir durumdur.

**Tablo 22. TARİŞ Pamuk Bir. ortaklarının eğitim durumu**

Eğitim durumu	Sıklık	Yüzde
Okur-yazar değil	3	1,4
Okur yazar	12	5,7
İlkokul	134	63,2
Ortaokul	10	4,7
Lise	40	18,9
Üniversite	13	6,1
Toplam	212	100,0

**Tablo 23. 1994 yılı Pam. Bir. eğitim Durumu (Güngör, 1995: 77)**

Eğitim durumu	Sıklık	Yüzde
İlkokul	35	57
Ortaokul	17	28
Lise	7	11
Üniversite	3	4
Toplam	62	100

TARİŞ Pamuk Birliği ortaklarının arazi büyüklüğü Tablo 24'te verilmiştir. TARİŞ Pamuk Birliği ortaklarının arazi büyüklüğü 50 dönümden küçük olanlarının oranı % 36,3 dolayındadır. Bu da Pamuk Birliği ortaklarının sahip oldukları tarımsal işletmelerinin büyüklüğünün, TARİŞ geneli ile Türkiye'deki ortalama arazi büyüklüğünden daha büyük tarımsal işletmelerden oluştuğu anlaşılmaktadır. Türkiye'de 1990 tarım sayımına göre ortalama arazi büyüklüğü 52 dönümdür (Er, 1993: 24). 2000 yılı tarım sayımına göre 50 dönüm arazi büyüklüğüne sahip işletmelerin oranı %64,81'dir (D.İ.E. 2004). Pamuk Birliği ortaklarının sahip oldukları arazi miktarının Türkiye geneline göre oldukça büyük olduğunu göstermektedir. TARİŞ'in genelinde 50 dönüm ve küçük arazi sahibi olan ortakların oranı % 56,1'dir. Bu da TARİŞ'in geneli ortakları (50 ve daha küçük araziye sahip olanların oranı %56,1) Pamuk Birliği ortaklarına göre daha küçük araziye sahip olduklarını göstermektedir. Fakat Avrupa Birliği (AB) ülkelerindeki ortalama tarım arazilerinden daha küçüktür. Çünkü AB ülkelerinde ortalama arazi büyüklüğü 174 dönümdür (Bayraç ve Yenilmez, 2005: 3). 1994 yılında 60 Pamuk Birliği ortağı üzerinde yapılan araştırmada arazisi 50 dönüm ya da daha küçük olanların oranı %38 iken, 100 dönümden büyük

olanların oranı ise %31 civarında olduğu tespit edilmiştir (Taşkın, 1994: 78). 10 yıllık süreçte Pamuk Birliği ortaklarının arazi büyüklüğünde nispeten bir küçülme olduğu anlaşılmaktadır. Bu da Türkiye'deki tarım arazilerindeki küçülme paralelinde Pamuk Birliği Ortaklarında sahip oldukları arazi büyüklüğünde de bir küçülme olduğu görülmektedir.

**Tablo 24. TARİŞ Pamuk Birliği Ortaklarının arazi büyüklükleri**

Arazi Büyüklüğü	Sıklık	Yüzde oranı
25 Dönümden Az	26	12,3
26-50 Dönüm Arası	51	24,1
51-75 Dönüm Arası	25	11,8
76-100 Dönüm Arası	34	16,0
100 Dönümden Fazla	76	35,8
Toplam	212	100,0

Pamuk Birliği ortaklarının başka bir kooperatife ortak olma durumları Tablo 25'de verilmiştir. TARİŞ geneline göre Pamuk Birliği ortaklarının başka kooperatiflere ortak olma durumunun daha yüksek olduğu görülmektedir. Tarım Kredi Kooperatiflerine göre (Tanrıvermiş ve Demir, 2005: 168) ise düşük seviyede bulunmaktadır.

**Tablo 25. Pamuk Birliği ortaklarının başka bir kooperatife ortak olma durumları**

P.Bir. ortaklarının başka kooperatife ortaklık durum.	Sıklık	Yüzde oranı
Başka bir kooperatife ortak olanlar	87	41,0
Başka bir kooperatife ortak olmayanlar	125	59,0
Toplam	212	100,0

TARİŞ Pamuk Birliği ortaklarının yakınlarının TARİŞ'e ortak olma durumları ise Tablo 26'da gösterilmiştir. Pamuk Birliği ortaklarının yakınlarının TARİŞ geneline göre nispeten yüksek olduğu görülmektedir. Bir ortak birden fazla kooperatife ortak oluyorsa, kooperatifin ortağın bütün ihtiyaçlarını karşılamadığı söylenebilir. Kooperatif ortağı ürün pazarlama, kredi, girdi temini gibi ihtiyaçlarını kooperatifinden karşılıyorsa bir başka kooperatife ortak olmak istemeyecektir. Pamuk Birliği ortaklarının başka kooperatife ortak olma oranının nispeten düşük olduğu görülmektedir. Bu ortakların kooperatiften ihtiyaçlarını karşıladıkları anlaşılabilir. Ancak kooperatifin çok farklı hedeflere yönelik çalışması, kooperatifin esnek ve rekabetçi bir yapı göstermesine engel olabilir.

**Tablo 26. Pamuk Birliği ortak yakınlarının TARİŞ'e ortak olma durumları**

P. Bir. ortak yakınlarının TARİŞ'e ortak olma durum.	Sıklık	Yüzde or.
Yakınları TARİŞ'e ortak olanlar	186	87,3
Yakınları TARİŞ'e ortak olmayanlar	26	12,3
Toplam	212	100,0

TARİŞ Pamuk Birliği ortaklarının daha önce kooperatiften ayrılıp-ayrılmama durumları Tablo 27'de verilmiştir. TARİŞ'in geneline göre Pamuk Birliği ortakları kooperatiften ayrılmaları nispeten daha az olduğu



görülmektedir.

**Tablo 27. P. Birliği ortaklarının daha önce kooperatiften ayrılıp-ayrılmama durumları**

Ortakların kooperatiften daha önce ayrılma durumları	Sıklık	Yüzde oranı
Kooperatiften ayrılanlar	13	6,1
Kooperatiften ayrılmayanlar	199	93,9
Toplam	212	100,0

Pamuk Birliği ortaklarının babalarının ortak olma durumları Tablo 28'de verilmiştir. TARİŞ'in geneline göre Pamuk Birliği ortaklarının babalarının TARİŞ'e ortak olmaları nispeten yüksektir.

**Tablo 28. Pamuk Birliği ortaklarının babalarının ortak olma durumları**

	Sıklık	Yüzde oranı
Babası ortak olanlar	147	69,3
Babası ortak olmayanlar	63	29,7
Belirtmeyen	2	1,0
Toplam	212	100,0

Pamuk Birliği ortaklarının kaç dönüm pamuk ektikleri Tablo 29'da gösterilmiştir. Tabloya bakıldığında Pamuk Birliği ortaklarının 50 dönüm ve altında pamuk ekimin daha yoğun olduğu söylenebilir. Ortaklar arazi kiralararak ya da ortakçılık şeklinde pamuk ekmektedir. Çünkü 50 dönüm ve altı arazi sahiplerinin yüzde oranına göre pamuk eken ortakların oranı daha yüksek görünmektedir.

Pamuk Birliği ortaklarından 50 dönüm ve üzeri arazi sahiplerinin belli bir oranda pamuk ektiği, geri kalan araziye de başka ürün ektiği (ürün çeşitlenmesi yaptığı) anlaşılmaktadır. Arazi sahibi olan ortaklar ile pamuk ekimi yapılan arazi büyüklüğü karşılaştırıldığında pamuk ekimi yapanların yüzde olarak düştüğü görülmektedir.

**Tablo 29. Pamuk Birliği ortaklarının pamuk ekim arazi dağılımı**

Pamuk ekilen arazi	Sıklık	Yüzde oranı
0-25 dönüm	58	27,4
26-50 dönüm	54	25,5
51-75 dönüm	20	9,4
75-100 dönüm	30	14,2
100 dönümden fazla	50	23,6
Toplam	212	100,0

Pamuk Birliği ortaklarının bir yılda ne kadar pamuk ürettiklerinin dağılımı Tablo 30'da gösterilmiştir. Ortakların 20 tondan az pamuk üretimi yapanların oranı %54,3 olup, 20 tondan yüksek pamuk üretim yapanların oranı % 45,3'dür. 1994 yılındaki araştırmada 25 tondan az üretim yapanların oranı %69 civarında iken, 25 ton ve üzerinde üretim yapanların oranı %19'dur (Güngör, 1994: 79). 10 yıllık süreçte pamuk üretimi miktarında ortak başına bir artış sağlandığı söylenebilir. Bunun sebebi de pamuk üretiminde birim alanda verim artışından kaynaklanabilir. Nitekim Türkiye pamuk üretimi verimliliği sıralamasında dünya ortalamasının üzerinde olup, Avustralya ve İsrail'in ardından üçüncü sıradadır (Gökçe, 2005).

**Tablo 30. Pamuk Birliği ortaklarının yıllık üretim miktarları**

Pamuk Birliği ortaklarının üretimleri	Sıklık	Yüzde oranı
0-5 ton arası	29	13,7
6-10 ton arası	41	19,3
11-15 ton arası	21	9,9
16-20 ton arası	23	10,8
20 tondan fazla	96	45,3
Belirtmeyen	2	0,9
Toplam	212	100,0

Pamuk Birliği ortaklarının ürettikleri ürünün ne kadarını TARIŞ Pamuk Birliği'ne verdiklerini Tablo 31'de verilmiştir. Ortakların genelde kooperatife ürün verdikleri görülmektedir. 10 ton ve daha düşük miktarda ürün veren ortakların oranı %50 oranındadır. Miktar belirtmeyen ortakların bir kısmı Pamuk Birliği'ne ürün vermeyen yani kooperatifin çalışmalarından memnun olmayanlardır. Bu ortaklar kooperatifin izlediği fiyat politikasından veya diğer nedenlerden dolayı (birim kooperatif çalışanların davranışları, kooperatif çalışmalarına ilgisizlik vb...) ürün teslim etmemektedir.

**Tablo 31. Pamuk Birliği ortaklarının Birliğe verdikleri ürün miktarı**

P. Bir. ortaklarının Birliğe verdikleri ürün mik.	Sıklık	Yüzde oranı
0-5 ton arası	53	25,0
6-10 ton arası	53	25,0
11-15 ton arası	25	11,8
16-20 ton arası	21	9,9
20 tondan fazla	52	24,5
Belirtmeyen	8	3,8
Toplam	212	100,0

Tablo 32'de Pamuk Birliği ortaklarının tüccara verdikleri ürün miktarları verilmiştir. Ortakların % 84,9'u tüccara ürün verdiği görülmektedir. Bunda Pamuk Birliği'nin ürün alımı konusunda yetersiz oluşunun etkisi olabilir. Genel olarak ortaklar kooperatifle çalışmayı tercih ettikleri söylenebilir. Özellikle tüccara ne kadar ürün verdiklerini belirtmeyen ortaklar, ürünlerini kooperatife vermekte, tüccara ürün vermemektedir. Fakat ortakların büyük çoğunluğu bir denge içerisinde ürünlerin belli bir miktarını tüccara, belli bir miktarını da kooperatife verdikleri düşünülebilir.

Pamuk Birliği ortaklarının ürettikleri ürün miktarı ile genelde küçük çiftçi olduğu söylenebilir. 20 tona kadar ürün üretenlerin oranı %54'dür. 20 tondan fazla üretim yapanların oranı %45,3'dür. 1994 yılında 25 tondan yüksek üretim yapanların oranı %19'dur (Güngör, 1994: 79). On yıllık süreçte ortak başına bir verimlik artışı söz konusudur. Ortakların birliğe ürün verme miktarına bakıldığında ise yarısını kooperatife, yarısını tüccara verdiği anlaşılmaktadır. Pamuk Birliği'ne 10 ton ürün verenler %50 iken, tüccara 10 ton ürün verenlerin oranı ise %75'dir.



**Tablo 32. Pamuk Birliği ortaklarının tüccara verdikleri ürün miktarları**

P. Bir. ortaklarının tüccara verdikleri ürün miktarı	Sıklık	Yüzde oranı
0-5 ton arası	54	25,5
6-10 ton arası	35	16,5
11-15 ton arası	26	12,3
16-20 ton arası	12	5,7
20 tondan fazla	37	17,5
Belirtmeyen	48	22,6
Toplam	212	100,0

Pamuk Birliği ortaklarına Pamuk Birliği'ne bağlılıkları sorulmuştur. Tablo 33'de bu cevaplar gösterilmiştir. Ortakların %87,3 Birliğe bağlı olduklarını belirtmiştir. Bu oran TARİŞ geneline göre yüksek bir orandır. Bağlılık hissetmeyenlerin oranı ise %8'dir. Pamuk Birliği ortaklarının kooperatiflerine bağlılık duydukları görülmektedir. Bağlılık duymayanların oranı oldukça düşüktür. Bağlılık duyma Pamuk Birliği ortaklarında TARİŞ'in geneline göre daha yüksektir.

**Tablo 33. Pamuk Birliği ortakların Birliğe bağlılık durumları**

Pamuk Birliği'ne gönülden bağlıyım	Sıklık	Yüzde oranı
Kesinlikle katılmıyorum	4	1,9
Katılmıyorum	13	6,1
Kararsızım	10	4,7
Katılıyorum	79	37,3
Kesinlikle katılıyorum	106	50,0
Toplam	212	100,0

Tablo 34'de Pamuk Birliği ortaklarının Pamuk Birliği'nin ürün pazarlaması konusundaki düşünceleri görülmektedir. Ortakların %11,3 Birliği en iyi pazarlama organizasyonu olarak görmezken, % 80'i ise en iyi pazarlama organizasyonu olarak kabul etmekte, %4,72'sinin ise herhangi bir fikri yoktur. Buna göre Pamuk Birliği ortakları TARİŞ'in geneline (%73,2) göre pazarlama konusunda Pamuk Birliği'ni daha başarılı bulmaktadır. Pamuk Birliği ortakları, pazarlama konusunda kooperatiflerini genel olarak başarılı bulmaktadır. Bu oran TARİŞ'in geneline göre, Pamuk Birliği ortaklarında daha yüksektir. Ortaklar kooperatiflerinin pazarlama fonksiyonlarına göre, kooperatiflerine daha çok bağlılık duymaktadır. Ortakların kooperatifle kendilerini özdeşlendiklerini ve kooperatiflerini sadece bir pazarlama aracı olarak görmedikleri söylenebilir. Ortakların kooperatif daha çok bağlılık duymaları Pamuk Birliği açısından olumlu bir durumdur.

**Tablo 34. Pamuk Birliği bölgemizdeki en iyi pazarlama organizasyonudur**

P.Bir. bölgemizdeki en iyi pazarlama organizasyonudur	Sıklık	Yüzde oranı
Kesinlikle katılmıyorum	7	3,3
Katılmıyorum	17	8,0
Kararsızım	10	4,7
Katılıyorum	83	39,2
Kesinlikle katılıyorum	95	44,5
Toplam	212	100,0

Tablo 35'de Pamuk Birliği ortaklarının yöneticilerine olan güvenleri gösterilmiştir. Pamuk Birliği yöneticilerine ortakların %62,3 oranında güven duyduklarını belirtmişlerdir. Bu oran TARIŞ geneli ortaklarına göre yüksek olup, Pamuk Birliği ortakların kooperatif yöneticilerine daha çok güven duydukları söylenebilir. Bir örgüte güven aynı zamanda yöneticiye güven arasında aynı yönde gelişen bir ilişki söz konusudur. Bir örgütte güven ilişkisini başlatan, yöneticinin davranışdır (Erdem, 2003: 168). Bu nedenle kooperatif yöneticilere güven, aynı zamanda kooperatife güven demektir. Kooperatif yöneticileri güven geliştirici çalışmalar yapmalı ve ortakların güvenleri kazanmalıdır.

**Tablo 35. Pamuk Birliği ortaklarının kooperatif yöneticilerine güvenleri**

Pamuk Birliği yönetimine güven	Sıklık	Yüzde oranı
Kesinlikle katılmıyorum	16	7,5
Katılmıyorum	27	12,7
Kararsızım	37	17,5
Katılıyorum	78	36,8
Kesinlikle katılıyorum	54	25,5
Toplam	212	100,0

Tablo 36'da Pamuk Birliği ortaklarının birbirlerine olan güvenleri verilmiştir. Pamuk Birliği ortaklarının %69,3'ünün birbirlerine güvendiklerini belirtmiştir. Diğer ortaklara güvenmeyenler %11,8 iken kararsız olanların oranı ise %18,9' dur. Pamuk Birliği ortaklarının birbirlerine olan güven oranın TARIŞ geneline göre nispeten yüksek iken, Türkiye'deki insanların birbirlerine olan güvenlerine göre oldukça yüksek çıkmıştır. Türkiye genelinde yapılan bir araştırmada kişilere sorulan "insanların çoğunu güvenilebilir" sorusuna verilen cevapta, insanları güvenilir bulanların oranı %5'dir. Güvenmeyenlerin oranı ise %95'dir (Erdoğan, 2005: 11). Bu araştırma ile kooperatif ortakları arasındaki güven arasında büyük bir fark bulunmaktadır. Bunda kooperatifte örgüt ikliminin varlığı ve kooperatif ortak bir amacı gerçekleştirmesi nedeniyle ortakların birbirlerine güveni daha yüksek çıkmış olabilir.

**Tablo 36. Pamuk Birliği ortaklarının birbirlerine olan güvenleri**

Pamuk Birliği ortaklarının birbirlerine güvenleri	Sıklık	Yüzde oranı
Kesinlikle katılmıyorum	7	3,3
Katılmıyorum	18	8,5
Kararsızım	40	18,9
Katılıyorum	99	46,7
Kesinlikle katılıyorum	48	22,6
Toplam	212	100,0

Tablo 37'de Pamuk Birliği ortaklarınca kooperatifin bilanço vermesinin önemi sorusuna verdikleri cevap görülmektedir. Ortakların %92,9'u kooperatifin kendilerine bilanço vermesini önemli bulmaktadır. Ortaklar kooperatif konusunda gelişmeleri takip etmede arzusu içinde oldukları söylenebilir. TARIŞ geneli ortaklarının da kooperatifin bilanço vermesi, Pamuk Birliği ortaklarına yakındır.



**Tablo 37. Pamuk Birliği'nin ortaklarına bilanço vermesi**

Ortaklara bilanço verilmesi	Sıklık	Yüzde oranı
Hiç önemli değil	4	1,9
Önemli değil	8	3,8
Kararsızım	3	1,4
Önemli	82	38,7
Çok önemli	115	54,2
Toplam	212	100,0

Tablo 38'de Pamuk Birliği ortaklarının kooperatif genel kurullara katılmanın önemi sorusuna verdikleri cevaplar görülmektedir. Ortaklar %92,0 oranında kooperatifin genel kurullarına katılmanın önemli olduğunu belirtmişlerdir. Pamuk Birliği ortaklarını TKK'leri ortaklarıyla (%93) (Tanrıvermiş ve Demir, 2005: 168) aynı seviyede, TARİŞ geneli (%89,1) ortaklarına göre nispi olarak daha yüksek genel kurula katılma düşüncesindedirler. Pamuk Birliği ortaklarına yönelik olarak 1994 yılında 67 ortağa uygulanan bir çalışmada, ortakların genel kurula katılma oranı %85 olarak çıkmıştır (Güngör, 1995: 81). 1994 yılından 2003 yılına kadar Pamuk Birliği ortaklarının genel kurula katılma düşüncesinde önemli bir artış olmuştur.

**Tablo 38. Pamuk Birliği ortaklarının genel kurula katılmanın önem vermeleri**

P. Birliği ortaklarının genel kurula katılımı	Sıklık	Yüzde oranı
Hiç önemli değil	5	2,4
Önemli değil	7	3,3
Kararsızım	5	2,4
Önemli	91	42,9
Çok önemli	104	49,1
Toplam	212	100,0

Tablo 39'da Pamuk Birliği ortaklarının kârının son üç yıl içerisinde ne kadar artırdığı gösterilmiştir. Pamuk Birliği ortakları Birliğin kârlarını %44,8'i çok az ve az artırdığını söylerken, %30,7'si orta, %24,5'i ise fazla ve çok fazla artırdığını söylemektedir. Bu rakamlar göre Pamuk Birliği, ortaklarının TARİŞ geneline göre daha fazla kârını artırdığını söylenebilir.

**Tablo 39. Pamuk Birliği ortaklarının kâr artışı durumu**

P. Birliği ortaklarının kârını artırması	Sıklık	Yüzde oranı
Çok az	43	20,3
Az	52	24,5
Orta	65	30,7
Fazla	34	16,0
Çok fazla	18	8,5
Toplam	212	100,0

Tablo 40'da Pamuk Birliği'nin ortakların beklentilerini karşılama durumları gösterilmiştir. Pamuk Birliği ortaklarının son üç yıl içerisinde beklentilerini karşılama durumuna bakıldığında çok az ve az karşıladı diyenlerin oranı %29,2 iken, orta diyenlerin %30,7'dir. Beklentilerini fazla ve çok fazla karşıladı diyenlerin oranı ise %40,1'dir. TARİŞ geneli ile Pamuk Birliğin ortakların beklentilerine karşılama oranlarına bakıldığında Pamuk

Birliği daha yüksek oranda beklentileri karşıladığı görülmektedir. Her iki kooperatifin ortakların beklentilerini karşılama oranı orta diyenlerin birbirine yakın olarak çıkmıştır. Pamuk Birliği ortaklarının beklentilerini tam karşılamadığı söylenebilir. Kooperatiflerin ortaklaragirdi, bilgilendirme ve piyasada alternatif olma gibi ihtiyaçlarını karşılaması beklentileri tatmin etmede önemli rol oynamış olabilir.

**Tablo 40. Pamuk Birliği beklentilerimi tamamıyla karşıladı**

P. Birliği beklentilerimi karşıladı	Sıklık	Yüzde oranı
Çok az	35	16,5
Az	27	12,7
Orta	65	30,7
Fazla	55	25,9
Çok fazla	30	14,2
Toplam	212	100,0

Pamuk Birliği ortaklarının farklı alternatiflerim olsa bile kooperatifte ayrılmam diyenlerin oranları Tablo 41'de gösterilmiştir. Pamuk Birliği ortaklarının büyük çoğunluğu Pamuk Birliği'nden ayrılmayı düşünmediği anlaşılmaktadır. TARİŞ geneli ile Pamuk Birliği ortaklarının farklı alternatifler olsa bile kooperatifte kalırım diyenlerin oranlarına bakıldığında Pamuk Birliği ortakların daha fazla kalma eğiliminde oldukları görülmektedir. Pamuk Birliği tarafından ortakların beklentilerini karşılama oranına bakıldığında, ortakların kârlarını artırmaya göre daha fazla karşıladığı görülmektedir. Kooperatiflerin ortaklara girdi, bilgilendirme ve piyasada alternatif olma gibi ihtiyaçlarını karşılaması beklentileri tatmin etmede önemli rol oynamış olabilir.

**Tablo 41. Pamuk Birliği ortaklarının farklı alternatiflerim olsa bile Birlik'ten ayrılmam**

Farklı alternatiflerim olsa bile P. Birliği'nde kalmayı tercih ed.	Sık.	Yüz. or.
Çok az	21	9,9
Az	5	2,4
Orta	16	7,5
Fazla	33	15,6
Çok fazla	137	64,5
Toplam	212	100,0

Tablo 42'de Pamuk Birliği ortaklarının kooperatifin hizmetlerinde son üç yıl içerisinde sürekli bir gelişme var mı sorusuna cevap verenler gösterilmiştir. Pamuk Birliği ortaklarının %44,3'ü kooperatifin hizmetlerinde fazla ya da çok fazla olarak gelişme olduğunu belirtmişlerdir. Ortaklara göre kooperatifin hizmetlerinde sürekli gelişme vardır diyenleri karşılaştırıldığında Pamuk Birliği ortakları TARİŞ geneli ortaklarına göre hizmetlerde fazlasıyla gelişme olduğunu söylemektedir. Kooperatiflerin ortaklarına farklı hizmetler götürmesi, yenilikler getirmesi gibi hususlar ortaklarca hizmetleri geliştirici yönde algılanmış olabilir.

**Tablo 42. Pamuk Birliği hizmetlerinde sürekli bir gelişme vardır**

P. Birliğin hizmetlerinde devamlı bir gelişme vardır	Sıklık	Yüzde oranı
Çok az	25	11,8
Az	27	12,7
Orta	66	31,1
Fazla	56	26,4
Çok fazla	38	17,9
Toplam	212	100,0



## SONUÇ

Küreselleşen piyasalarda tarım kesiminin, rekabet etmesi ve piyasaya ucuz, kaliteli mal sunması için örgütlenmesi gereklidir. TARİŞ ve Pamuk Birliği Türkiye'de tarım kesiminin örgütlülüğü açısından önemli bir rol oynamaktadır. Özellikle Türkiye tarım kesiminin küçük işletmelerden oluşması nedeniyle, kooperatif şeklindeki bir örgütlenme uygun olmakta ve TARİŞ ve Pamuk Birliği bu örgütlülüğe uygun bir yapı arz etmektedir. Tarım Satış Kooperatiflerinin 2000 yılından bu yana yeniden yapılanma içerisinde olup, ortaklar tarafından serbest piyasa şartları içerisinde faaliyetleri sürdürülmesi amaçlanmaktadır. Ortakların sahip olduğu, devlet müdahalesinin olmadığı, rekabetçi bir yapı kazanmış kooperatifler Türkiye tarımına çok şeyler kazandıracaktır.

Bu çalışmada TARİŞ'in geneli ve Pamuk Birliği ortaklarının yapılarına yönelik özellikleri belirlenerek, kooperatif-ortak ilişkileri incelenmiştir. Kooperatif ortaklarının yapısı Türkiye'de tarım kesiminin üretici yapısının profiline paralellik arz etmektedir. TARİŞ ve Pamuk Birliği küçük üreticiyi bünyesinde barındırarak; onların ürünlerini pazarlayarak önemli bir görevi yerine getirdiği görülmektedir. TARİŞ yaklaşık 115 bin ortağından aldığı ürünü, doğrudan ya da belli aşamalarda ürünleri işleyerek piyasaya arz etmektedir. Oldukça büyük bir üretici kesiminin ürünü bu şekilde değerlendirilmiş olmaktadır. Bu ürünlerin üreticiden toplanıp, işlenmesi, pazara sunulması aşamalarında ekonomik olarak istihdam oluşmakta ve katma değer sağlanmaktadır. Bütün bunlar Türkiye ekonomisi açısından birer değer ifade etmektedir. Kooperatif ihracat yaparak döviz girdisi de sağlamaktadır.

TARİŞ ve Pamuk Birliği ile ortakları aralarındaki ilişkilere bakıldığında ise, ilişkilerin genel olarak olumlu yönde seyrettiği söylenebilir. Kooperatiflerin ortakların ihtiyaçlarını karşıladığı, onları tatmin ettiği görülmektedir. Ortakların nispeten kooperatifçilik konusunda bilgiye sahip olduğu ve kooperatif faaliyetlerine katılmayı önemli bulmaktadır. TARİŞ ve Pamuk Birliği ortaklarının amaçlarına ulaşabilmesi açısından günümüz rekabet ortamında profesyonel olarak faaliyette bulunmalıdır. Yurt içi ve dışındaki firmalarının çalışmalarını yakından takip ederek, faaliyette bulunduğu alanlara tatbik etmenin yolunu aramalıdır. Kooperatif yöneticileri kendileri ve kooperatifin diğer fonksiyonlarına yönelik girişimcilik yönlerini geliştirmelidir. TARİŞ ve Pamuk Birliği ürün pazarlama, girdi maliyetlerini düşürme yönünde araştırma geliştirmeye ağırlık vermelidir. Yeni ürün ve dağıtım şekilleri oluşturmak için çalışmalıdır. Böylece kooperatifin ürün pazarlama konusundaki başarısı, ortaklarına fayda şeklinde yansımaktır. Bu da kooperatif- ortak ilişkilerinin gelişmesinde önemli katkı sağlayacaktır.

Türkiye'de tarım kesiminin örgütlülüğü açısından kooperatif modelinin başarılı şekilde uygulanması, ancak kooperatif örgüt yapısını rekabet koşullarına cevap verebilecek bir şekilde organize etmesine ve ortakların ihtiyaçlarını karşılayacak bir çalışma içinde olmasına bağlıdır.

### KAYNAKÇA

- Ayhan Çıkın ve Ali Rıza Karacan, (1994), Genel Kooperatifçilik, Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No: 511, Ege Üniversitesi Basımevi, İzmir.
- Bayraç Naci H. ve Yenilmez Füsün, (2005) Türkiye Tarımının Avrupa Birliği Ortak Tarım Politikasına Uyumu, <http://www.e-konostdergi.com/makaleler/ortaktarim.pdf> (21-09-2005).
- Bayrak Çoşkun, (2006), Çağdaş insan ve örgütlü Yaşam, Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Yayınları, Eskişehir. <http://www.aof.edu.tr/kitap/IOLTP/1268/unite06.pdf> (7-4-2006).
- Çıkın Ayhan, (1992), Tarımda Örgütlenme Üzerine Söyleşi, Kooperatif Dünyası, Sayı: 261, Aralık, 18-24.
- Çıkın Ayhan ve Olgun A., (1995) Tarımda Üretici Örgütlenmesi, Kooperatif Dünyası Dergisi, Sayı: 289, Nisan, 2-9.
- Çoban Harun, Serdar Kara ve İbrahim Kısmalı, (2001), “Alaşehir ve Buldan İlçelerinde Mevcut Bağ İşletmelerinin Yapısının Belirlenmesi Üzerinde Bir Araştırma”, Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Dergisi, 38 (1), 17-24.
- D.İ.E., (2001), Devlet İstatistik Enstitüsü Genel Tarım Sayımı Tarımsal İşletmeler Anketi, <http://www.die.gov.tr/konularr/310703-1.htm>, (6-3-2004).
- Duymaz İsmail, (1986), Kooperatif İşletme Ekonomisi ve Yönetim, Bilgehan Basımevi, İzmir.
- Eraktan Gülcan, (2003), AB-Türkiye Üretici Örgütlülüğü ve Değişim, Ankara Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Ankara. <http://www.zmo.org.tr/etkinlikler/abgst03/11.pdf>, (2-7-2004).
- Er Celal, (1993), Türkiye’de Çiftçi Organizasyonları ve Tarım Ürünlerinin Desteklenmesi, 93 Kooperatifçilik Yıllığı, Türkiye Kooperatifçilik Kurumu Yayınları, Ankara.
- Erdem Ferda, (2003), Örgütsel Yaşamda Güven, F. Erdem, Sosyal Bilimlerde Güven, Vadi Yayınları: 179, Toplum Dizisi: 59, Ankara.
- Erdoğan Emre, (2006), Sosyal Sermaye, Güven ve Türk Gençliği, [http://www.urbanhobbit.net/PDF/Sosyal%20Sermaye\\_emre%20erdogan.pdf](http://www.urbanhobbit.net/PDF/Sosyal%20Sermaye_emre%20erdogan.pdf), (7-3-2006).
- Fulton Murray, (1999), “Cooperatives and Member Commitment”, *The Finnish Journal of Business Economics*, Volume: 4, 418-437.
- Hansen H. Mark, Morrow J. L. Jr., Batista C. Juan, (2002), The Impact of Trust on Cooperative Membership Retention, Performance and Satisfaction an Exploratory Study, *International Food and Agribusiness Management Review* Volume: 5, No: 1, 41-59.
- İnan İ. Hakkı, Bülent Gülçubuk, Cemil Ertuğrul, Erdoğan Kantürer, E. Argun Baran, Özcan Dilmen, (2005), Türkiye’de Tarım’da Kırsal Kesim Örgütlenmesi, <http://www.zmo.org.tr/etkinlikler/5tk02/06.pdf> (30-12-2005).
- İ.S.O., (2005), Türkiye İlk 500 Firma Sıralaması, [http://www.iso.org.tr/500buyuk\\_Default.asp](http://www.iso.org.tr/500buyuk_Default.asp), (30-3-2005).



- İzmirli Resul, (1985), Tarımsal Üretimde Kooperasyon ve Türk Tarımına Uygulanabilirliği, Türkiye Kooperatifçilik Kurumu Yayınları, Ankara.
- Geray Cevat, (1974), Planlı Dönemde Köye Yönelik Çalışmalar, Türkiye Ortadoğu Amme İdaresi Enstitüsü Yayınları, Sevinç Matbaası, Ankara
- Gökçe Deniz, (2005), Tarımda verimlilik ve Dış Ticaret <http://www.aksam.com.tr/yazar.asp?a=11028,10,12>, (24-10-2005).
- Güngör Taşkın, (1995), Tarım Satış Kooperatifleri ve Birliklerinin Yeniden Yapılanması, Saydam Ofset, Ankara.
- Karabey Canan, İşcan Ömer Faruk, Naktiyok Atılhan, (2006), Psikolojik Sahiplik: Örgütsel Bağlılıkla İlişkisi Üzerine Bir Araştırma, 14. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Erzurum.
- Koçtürk Murat O. ve Özbilgin Necdet, (2005), Kooperatifçiliğin Gelişiminde Eğitimin Rolü ve Türkiye’de Yüksek Öğretimde Kooperatifçilik Eğitimi, 18. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi, Türk Kooperatifçilik Kurumu Yayınları: 97, Ankara.
- Lasley P., Baumel P. C., (1996) , A Matter of Trust, Sound Co-op Business Ethics Can Enhance Member Loyalty, Rural Cooperatives, May / June, 4-7.
- Morrow J. L. Jr., Hansen Mark H., Batista C. Juan, (1999), Measurement Issues in Trust Reseach are We Measuring What We Think We’re Measuring, [http://www.ifama.org/conferences/9/1999/1999%20Congress/Forum%20Papers\\_PROCEEDINGS/Morrow\\_Bert.PDF](http://www.ifama.org/conferences/9/1999/1999%20Congress/Forum%20Papers_PROCEEDINGS/Morrow_Bert.PDF), (5-2-2003).
- Mülâyım Ziya Gökalp, (1992), Kooperatifçilik, Yetkin Yayınları, Ankara.
- Özer Ayhan, (2004), TARİŞ 2004’te Hedef Büyüttü, <http://ntvmsnbc.com.tr/news/250885.asp> , (7-9 2004).
- Özudoğru Haşim,(2005), Tarımsal Ürün Pazarlamasında Kooperatifler, 18.Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi, Türk Kooperatifçili Kurumu Yayınları: 97, Ankara.
- Prakash Daman,(2000), Governance in the Management of Cooperatives, International Cooperative Alliances, Geneva, Switzerland.
- Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, (2004), Tarım Satış Kooperatifleri Verileri.
- Tanrıvermiş Harun ve Erol Demir (2005), Türkiye’de Tarımın Kredi Sorunu, Kredi Kooperatifçiliği ve Yeniden Yapılandırma Gerekliği Üzerine Bir İnceleme, 18. Milletlerarası Türk Kooperatifçilik Kongresi, Türk Kooperatifçilik Kurumu Yayınları: 97, Ankara.
- TARİŞ, (2004), [http://www.taris.com.tr/t\\_index\\_t.asp](http://www.taris.com.tr/t_index_t.asp), 4-9-2004.
- Thyfault, Cindy, (1996), “Developing New Generation Co-op: Getting Started ön the Path to Success,” *Rural Cooperatives*, Volume:63, No:4, July/August.
- TÜİK, (2006), Hane Halkı İşgücü Araştırması, 2006 Şubat Dönemi, Haber Bülteni, Sayı: 82, 22 Mayıs. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=283>, (30-5-2006).
- TÜİK, (2006), Okuryazarlık ve eğitim durumuna göre nüfus, [http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab\\_id=200](http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=200), (30-5-2006).
- Üner Nurel, (1992), Kooperatif İşletmeciliği, Doğruluk Matbaacılık, İzmir.

## FERMENTE EDİLMİŞ SÜT: KIMIZ

Ö.Arslan KALAFATÇILAR\* Eren AKÇİÇEK\*\*

**Özet:** *Kimiz, kısrak sütünün mayalandırılmasıyla elde edilen, kirli beyaz renkli, ekşimsi, acı bir içecektir. Çeşitli laktik asid bakterilerinin etkisiyle meydana gelen fermentasyon sonucunda % 0,5-2 alkol ve %0,5-1,5 laktik asid teşekkül eder, laktoz miktarı azalır. Sütteki yağ ve diğer maddelerin oranları değişmez.*

*Kısrak sütü anne sütüne en yakın olan ve başka sütlerde bulunmayan bifidus faktörü ihtiva eden bir süttür. Kimiz, başta akciğer tüberkülozu olmak üzere, karaciğer, sindirim sistemi, hipertansiyon ve deri hastalıklarında tedavi edici özellik gösterir.*

**Anahtar Kelimeler:** *Bifidus, kimiz, kısrak sütü*

## A Study On Tariş And The Producing Shareholder Of Tariş Cotton Union

**Abstract:** *Kimiz is an off white, acidulous and fluid drink obtained by leavening (fermenting) the mare milk. As a result of the fermentation caused by various lacticacide bacteria, 0,5-2 % alcohol and 0,5-1,5 % lactic acide are formed. The proportion of lactose decreases but the proportion of fat and other components remain the same.*

*Mare milk is most identical to human breast milk and it contains Lactobacillus biphidus which is unique amoungst other kinds of milk.*

*Kimiz has a therapeutic effect mainly on pulmonary tuberculosis as well as on liver, digestive system, hypertension and skin diseases.*

**Keywords:** *Biphidus, kimiz, mare milk*

### GİRİŞ

Kimiz, kısrak sütünün mayalanması ile elde edilen bir içecektir. Bir fermente ürünü olduğu için, bu yönüyle kefire benzer. Sirkeye benzeyen ekşi lezzetli, viskiyi andıran kokuda ve çok hafif alkollüdür. Rengi kirli beyaz ve kıvamı süte nazaran daha akıcıdır. Kimiz deve, inek veya eşek sütüyle de hazırlanabilir.

Kimiz yapılan mayanın içinde başta *Streptococcus lactis*, *Lactobacillus*

\* Yard. Doç. Dr. Celal Bayar Üniversitesi Alaşehir Meslek Yüksekokulu Alaşehir /Manisa

\*\* Yard. Dr. Ege Üniv. Tıp Fakültesi Bornova/İzmir



*bulgaricus*, *Lactobacillus casei* ve *Lactobacillus lactis* gibi laktik asid bakterileri bulunur. Kımız, aynı anda meydana gelen iki ayrı mayalanma ile teşekkül eder. Fermentasyon sonucunda %0,5-1 veya %1-2 alkol ile %0,5-1,5 laktik asid hasıl olur. Kımızdaki alkol ve laktik asid oranları, kımızın taze veya bekletilmiş olmasıyla değişir.

Mayalandırma, üstü açık kaplarda veya tulumlar içinde ve 20°C-30°C'de yapılır. Mayalanma esnasında sütteki yağ, su ve tuzların oranı değişmez. Laktoz miktarı azalır. Buna karşılık laktik asid miktarı artar. Kazein kısmen parçalanır. Bunların yanında kımızda fermentler, vitaminler ve gaz (CO<sub>2</sub>) bulunur

Kımız, Orta Asya Türklerince tarih boyunca su gibi kullanılan bir içecek, düğünlerin, bayramların makbul bir ikramı ve birçok hastalıkların tedavisinde önemli bir ilaçtır. Dede Korkut hikayelerinde Hanlar, Beyler “Tepe gibi et yığdım, göl gibi kımız sağdım” diyerek övünmektedirler.

Kımız hakkında yazılı ilk bilgilere Homeros'un İliada destanında rastlanmaktadır. İliada'da (M.E.9) İskit'ler “At Sağanlar” ve “Sütle Beslenenler” şeklinde tarif edilmektedirler. M.E.5'inci yüzyılda ise Herodot, kımızın yapılışı hakkında yine İskit'lerden örnek göstererek bilgiler vermektedir (4). Kımıza Cosmos adını veren Marco Polo Memlüklerin bu içeceği kullandıklarını, çağdaşı Fransız seyyah W.Rubrikas Tatar'ların kımız hazırlayışını ve tıbbi değerini eserlerinde yazmışlardır.

### **KISRAK SÜTÜ**

Kısrak sütü insan için doğal bir şifa kaynağıdır. Bu süt ve bundan hazırlanan kımız, devamlı kullanıldığı takdirde, koruyucu hekimlik açısından büyük bir önemi haizdir. Değeri, ideal bir biyolojik uyarıcı olmasından ileri gelir. Bağışıklık ve savunma sistemlerini takviye ederek çalıştırır. Bundan başka bir çok hastalığın tedavisinde de ilaç olarak etkilidir. Organizmaya zindelik veren bir tonik olduğu gibi, kozmetik sahasında da önemli bir ham maddedir. Kısrak sütünün bütün bu özellikleri, insan anne sütüne son derece benzerlikler göstermesinden ileri gelir.

1970'den sonra, başta Almanya ve Fransa olmak üzere, Avrupa ülkeleri ve Amerika'da ekolojik şuur uyanmıştır. Bunun sonucu olarak tedavi sahasında şifalı bitkilere, beslenme sahasında ise organik tarım ürünlerine, hormonsuz etlere ilgi büyümüş ve günümüze kadar bu gelişme artarak devam etmiştir. Bu cümleden olarak kısrak sütü ve kımız da geniş bir şekilde incelenmiştir. Halen Almanya'da kısrak sütü elde edilen ve bundan çeşitli ilaç ve kozmetik müstahzar hazırlayan 50'ye yakın kuruluş bulunmaktadır. Ülkemizde ise, sadece İzmir'de bir çiftlik faaliyette olup, kımız hazırlamakta ve satışını yapmaktadır.

Kısrak sütü besleyici bir gıda, tonik, bazı hastalıkların tedavisinde bir ilaç, enerji kaynağı ve cilt bakımında tazelik verici olarak kullanılmaktadır.

Anne sütüne olan benzerliğinden ötürü, sadece bebeklik çağında değil, bir ömür boyu insan organizmasının hastalıklardan korunmasında, metabolik faaliyetin düzenli bir şekilde devamında önemli bir faktördür.

Protein, laktoz, esansiyel elementler ve vitamin muhtevası, yağ

oranının düşüklüğü, özellikle demir ve C vitamini seviyesinin yüksekliği, kısrak sütünün insan için profilaktik ve terapötik değerini veren unsurlardır. Bu sütün en önemli bir özelliği de, insanda normal sindirimi düzenleyen *Bifidus* bakterileri açısından zengin olmasıdır.

Kısrakların memeleri iki bölümlü olup, süt kanalları ve alveoller birbirlerinden ayrıdır. Bir bölümde meydana gelen süt diğer bölüme geçmez. Bölümler sütle dolunca, süt hücrelerinin faaliyeti önce yavaşlar ve sonra durur. Buna engel olmak için kısraklar sık aralıklarla sağılır. Kısrakın yaşına bağlı olarak sağılan meme 3-5 saat sonra yine sütle dolar. Kısraklar sıhhatli bir şekilde, günde ortalama 6 defa sağılır. Laktasyon süresi atın ırkına bağlı olarak çok farklılık gösterir. Bu süre 3 ay ile 10 ay arasında olabilir. Bir laktasyon ortalama 1000 lt süt elde edilir.

Bütün hayvanların sütleri, içlerindeki besin elemanları bakımından, birbirlerine benzerler. Ancak, bu maddelerin miktarları az çok farklılık gösterir. Bu maddeler, yavrunun ihtiyacına göre, sütte uygun oranlarda bulunurlar. Tay, yavaş büyüyen bir yavru olduğundan, kısrak sütünün ترکیbi de bu duruma uyumludur. İçinde mineral tuzları ve protein miktarı, diğer sütlerle göre daha azdır. Bütün sütlerde protein, yağ, karbonhidrat, enzim, vitamin ve mineral tuzları bulunur. Tablo 1'de bazı türlerin sütleri karşılaştırılmıştır. Tablo 1'de görüldüğü üzere, kısrak sütü laktoz bakımından diğer türlerin sütlerinden daha zengindir. Protein, yağ ve mineraller (kül) ise, miktarda kısrak sütünde daha azdır. Bir başka kaynaktan, kısrak ve diğer bazı türlerin sütlerinin karşılaştırılması Tablo 1 ve 2'de verilmiştir. Bu iki tablonun incelenmesi sonucunda, kısrak sütünün % bileşimi ve fiziksel özellikler şu şekilde ifade edilebilir.

**Tablo 1. Bazı Sütlerdeki Maddelerin %Miktarları (1,4)**

Cinsi	Su	Kuru Madde	Laktoz	Yağ	Protein	Kül	Kazein	Albumin Globulin
İnsan	87,6	12,4	7,0	4,0	0,5	0,2	0,55	0,69
Kısrak	88,2	11,8	6,2	4,9	2,5	0,2	2,73	0,60
İnek	87,3	12,7	4,7	3,7	3,4	0,7	4,37	0,90
Koyun	80,7	19,3	4,8	7,4	5,5	1,0	3,01	0,60
Keçi	86,8	13,2	4,1	4,5	2,9	0,8	1,20	1,00
Deve	88,2	11,8	5,0	2,5	3,6	0,7	-	-

**Tablo 2. Kısrak Sütünün Ortalama % Bileşimi ve bazı fiziksel özellikleri (1)**

Kuru madde	11,1	Renk	Hafif mavimsi beyaz
Su	88,8	Tad	Tatlı
Yağsız Kuru Madde	8,3	Koku	Ozel
Yağ	1,8	pH	6,7-7,5
Protein	2,1	Ozgül ağırlık	1,033
Kazein	1,2	Viskozite	1,036
Albumin ve Globulin	1,0	Donma noktası	-0,5°C
Laktoz	6,2	Enerji	45k.cl/100ml

Viskozitesinin düşük olmasından dolayı akışkan özellik gösterir. pH değeri nötr veya çok hafif aside yakın olan kısrak sütü, turnusola karşı alkali reaksiyon verir. Kısrak sütünde en çok bulunan madde süt şekeri olan Laktoz'dur.

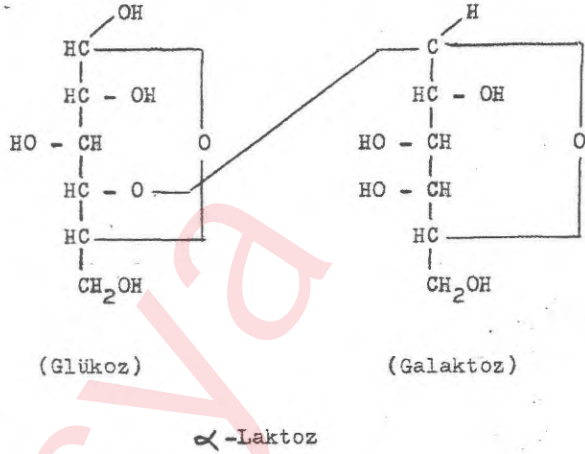
Kısrak sütünde laktoz miktarı insan sütündeki miktara son derece yakındır. Laktoz az tatlı, beyaz, kristalize bir tozdur. Genellikle  $\alpha$  türündendir, polarize ışığı sağa çevirir. Laktik aside dönüşerek sütün ekşimesine sebep



olur. Redüktör bir şeker olup, bira mayası ile fermente olmaz.

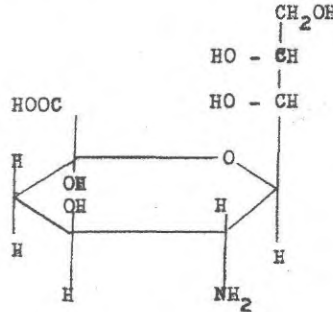
Görüldüğü gibi laktöz molekülü birer glükoz ve galaktoz molekülünden teşekkül etmiş bir disakkariddir. Spesifik enzimi olan Laktaz ile glükoz ve galaktoza parçalanır. Galaktoz beyin dokusundaki glikolipidlerin yapısında bulunur ve beyin gelişmesinde önemli bir rolü vardır. Laktöz ayrıca kalsiyum ve fosforun dokularda tutulmasını kolaylaştırır ve D avitaminöz halinin belirtilerini önler.

*Bifidus* bakterileri (Bifidobacterium), anne sütüyle beslenen



Şekil 1.  $\alpha$ -Laktöz un kimyasal formülü

Kısrak sütünde bulunan bir diğer karbonhidrat Neurominicasid'tir. Bir ar şeker olan bu madde barsakta Bifidus bakterilerinin gelişmesinde rolü olan karbonhidrattır. Bu sebeple Bifidus Faktörü olarak da adlandırılır.



Şekil 2. Neurominicasid'in kimyasal formülü

bebeklerin, barsak florasının yaklaşık % 90'ını teşkil eden bir bakteri grubudur. Bu bakterilerin 7-8 türü isole edilmiştir. Metabolik son ürünleri

asetikasid ve laktikasid'tir. Asetikasid miktarı biraz daha fazla olup, 2 mol laktikaside karşılık 3 mol asetikasid bulunur. Bu bakteriler glükozu, gaz meydana getirmeden parçalar ve tamamen aside çevirirler.

Kısrak sütü, içinde bulunan laktoz miktarı açısından, insan sütüne çok yakındır. İnsan sütünde ortalama %7 civarında bulunan laktozun, kısrak sütündeki oranı %6,20 dir. Laktoz sayesinde kalsiyum, magnezyum ve fosfor daha iyi emilir. Bunun sonucunda, kemik teşekkülü kolaylaşır ve bu özelliğinden dolayı, kısrak sütünün antirashidik bir etkisi olduğu ortaya çıkar,

Yine laktoz oranının yüksekliği, karaciğerde yağ birikimini önler. Bu şekilde karaciğer yağlanması riski azalır.

Laktozun parçalanma ürünleri galaktoz ve glukozdur. Galaktoz beyin ve sinirlerin yapısında bulunan bir monosakkariddir. Kısrak sütünde % 6,5 galaktoz bulunmuştur. Bu oran kurutulmuş at beyininde 4 mg/g olarak tesbit edilmiştir. Her iki, miktar da, diğer hayvanlarda rastlanan oranların üzerindedir.

### PROTEİNLER

Kısrak sütünde de diğer sütlerdeki gibi protein olarak kazein, laktalbumin ve laktoglobulin bulunur. Bunların yanında protein parçalanma ürünleri olan serbest aminoasidler, polipeptidler ve az miktarda proteoz pepton vardır. Süt proteinlerini teşkil eden aminoasidler exogendirler. Kısrak sütü proteinlerinin yarıya yakını albumin ve globulin (Serum Proteinleri) teşkil eder. Bu bakımdan da kısrak sütü, insan sütü gibi, albuminli sütler grubuna girer. Çeşitli sütlerdeki protein oranları Tablo 3'de verilmiştir.

**Tablo 3. Bazı Sütlerdeki Proteinlerin % Miktarları (1,5)**

Cinsi	Kazein	Serum Preteinleri	Polipeptid (mg/l)	Aminoasid (mg/l)
İnsan	53	47	1300	300
Kısrak	55	45	250	160
İnek	85	15	600	350
Koyun	80	20	-	-
Keçi	75	25	-	-

Pepton, polipeptid ve serbest aminoasid gibi protein birimleri kısrak sütünde oldukça fazla bulunur.

Kısrak sütü içindeki kazein çok ufak parçacıklar halinde pıhtılaşır. Bu nedenle, peynir, yoğurt gibi pıhtılaşma sonucunda teşekkül eden süt ürünlerinin yapılmasında kullanılamaz.

Kısrak sütünün bir özelliği de, önemli bir aminoasid olan triptofan'ı %1,38 -1,44 gibi yüksek bir oranda bulunmasıdır. Laktoglobulin oranının yüksekliği de, insanda sindirimi kolaylaştıran faktörlerden biridir(2, 4).

### YAĞLAR

Kısrak sütü, diğer bir çok türün sütüne nazaran daha az yağ ihtiva eder. Ayrıca sütteki yağ damlacıklarının çapları, anne sütündeki gibi çok düşüktür. Bu sebeple, yağlara enzimlerin etkisi daha rahat olur. Bunun



sonucu olarak da sütün ve içindeki yağların hazımları çok kolaylaşır.

Kısrak sütü yağını meydana getiren yağ asitlerinin cinsleri, inek ve insan sütü yağ asitlerinden farklıdır. Bu asitler arasında exogen olanların oranları oldukça yüksektir. Bu özellik, kısrak sütünün insan için besleyici değerini artırır. İnsan için exogen olan yağ asitleri Linolenik asid ve Araşidonik asid olup, bu iki madde E Vitamini olarak da adlandırılırlar

**Tablo 4. Bazı Sütlerde Bulunan Exogen Yağ Asitlerinin % Miktarları (1,3,5)**

Cinsi	Linoleik asid	Linolenik asid	Araşidonik asid
İnsan	8,2	-	0,8
İnek	3,0	1,0	0,5
Kısrak	13,0	9,5	1,8

İnsan cildinin bakımında tazeleyici ve yenileştirici özelliği gösterilmiş olan bu yağ asitleri, kısrak sütünde çok yüksek oranlarda bulunurlar. Bu yağ asitlerinin kaynama sıcaklıkları düşüktür. Sindirim, yağların erime derecesine bağlı olduğu için, kısrak sütünün sindirimi, diğer sütlerle nazaran çok daha kolaydır. Sütün kimyasal yapısından dolayı, yağı oda sıcaklığında sıvı haldedir. Ayrıca yağ oranı da düşüktür. Bu yüzden, kısrak sütü yağ elde edilmesinde de kullanılmaz. Kısrak sütünde diğer başka yağ asitleri de bulunur.

**Tablo 5. Kısrak Sütündeki Yağ Asid % Miktarlar ve yağ damlacıkları çapları (4,5)**

Yağ asitleri	% miktarı	Yağ çapı (mikron)
Butirik asid	Eser	3 Mikrondan Küçük
Kapronik asid	1,0	3-6 Mikron Arası
Kaprilik asid	3,0	6 Mikrondan Büyük
Kaprnik asid	5,0	-
Laurik asid	6,0	-
Miristik asid	7,0	-
Palmitik asid	16,0	-
Stearik asid	3,0	-
Oleik asid	30,0	-

Kısrak sütünde bulunan yağ damlacıklarının son derece küçük çaplı olup 3-6 mikron arasındadır(2).

Kısrak sütü yağının önemli bir özelliği, bu yağda ve dolayısıyla sütte, inek sütü yağının aksine, *Koch* basillerinin gelişmemesidir. Sütlerde *Koch* basillerinden başka, diğer bazı mikro organizmalar da bulunur. Bebeklere verilmesi uygun görülen, kontrollü ve standardize inek sütünde mikro organizma sayısı 100.000 adet/ml dir. Oysa kısrak sütünde bu sayı en fazla 25.000 adet/ml civarındadır (6).

### VİTAMİNLER

Kısrak sütünde yavru için gerekli vitaminlerin hepsi bulunmaktadır. Özellikle C vitamini açısından çok zengindir. B grup vitaminlerin tamamı, yağda çözünen vitaminlerden A ve D ile E vitamini de mevcuttur. Kırmızı hazırlanması esnasında, sadece C vitamini oranında bir miktar azalma görülür.

**Tablo 6. Kısırak Sütünde Bulunan Vitaminler (mg/l) (6)**

Vit. A	800
Karotenler	0,57-0,69
Vit. E	0,82
Vit. B <sub>1</sub>	0,30
Vit. B <sub>2</sub>	0,81
Vit. B <sub>6</sub>	0,21
Niasin	0,58
Biotin	0,32
Vit. B <sub>12</sub>	3,02
Folikasid	0,0012
Inositol	180
Vit. B <sub>5</sub>	0-0,15
Vit. C <sup>2</sup>	100

Bazı vitaminlerin miktarları arasında görülen farklılıklar, araştırmaların, değişik bölgelerden elde edilen ürünlerde yapılmış olabileceğini akla getirmektedir.

Kısırak ve inek sütleri, vitamin muhtevaları bakımından karşılaştırıldıklarında şöyle bir tablo ortaya çıkmaktadır

**Tablo 7. Kısırak ve İnek Sütlerinde Vitamin Miktarları (3)**

Vitamin mikro (g/ml)	Kısırak Sütü	İnek Sütü
Karoten	25	150
A Vit.	33	140
Thiamin	40	60
Riboflavin	140	500
Nikotinikasid	160	100

### MİNERAL TUZLARI

Organların muntazam çalışması mineral tuzları ile mümkün olur. Metabolizma faaliyeti ve enerji bakımından önemli olan bu tuzlar, sütün 550 °C de yakılmasıyla meydana gelen külde teşhis edilirler.

Kısırak sütünde önemli olarak kalsiyum, magnezyum, potasyum ve sodyum bulunur .Bunlardan kalsiyumun büyük bir kısmı kazeinle birleşmiştir. Diğerleri iyonlar halindedir.

**Tablo 8. Kısırak Sütündeki Mineraller Madde Miktarları (%) (4,5)**

Element	% Miktarı
Fosfor	0,13
Kalsiyum	0,12
Potasyum	0,10
Klor	0,03
Sodyum	0,01
Magnezyum	0,01

Bu elementlerin dışında, eser miktarda olmak üzere, demir, kobalt, bakır, çinko, iyot, silisyum ve alüminyum da bulunmaktadır. Kısırak sütü mineral bakımından, sadece insan sütüne göre daha zengindir. Ayrıca, Kısırak sütünde lipaz, diastaz, katalaz, peroksidaz ve fosfataz mayaları belirlenmiştir.

### KIMIZ VE YAPILIŞI

Bilindiği üzere kımız, kısırak sütünün fermente edilmesiyle hazırlanan



bir içecektir. Bunun için önce gerekli maya yapılır. Mayanın hazırlanışı değişik bölgelerde az çok farklılıklar göstermektedir. Maya hazırlama usullerinin başlıcaları şöyle özetlenebilir:

1. Bir miktar kımız, sonbahar mevsiminde bir şişeye konur, ağzı kapatılır. Sıcak olmayan bir yerde ilkbahar sonuna kadar saklanır. Yaz başında bu kımıza hacmi'nin 5-6 misli kadar taze kısrak sütü ilâve edilerek ılık bir yerde 24 saat dinlendirilir. Sonra aynı işlem dört defa daha tekrarlanır.

2. Sonbaharda bir miktar kımız ayrılır. Kış boyunca buna birkaç defa inek veya deve sütü ilâve edilir ve ılık bir yerde tutulur. Bu şekilde kımızdaki mikro organizmaların canlı kalmaları sağlanır. Yaz başında bu kütleye, hacminin 2 katı kadar taze kısrak sütü ilâve edilir. Gaz çıkmaya (karbondioksit) başlayınca kadar oda sıcaklığında bekletilir. Bu süre takriben 4-5 gündür.

3. Sonbaharda düz bir kaba bir miktar kımız konur ve kuruyuncaya kadar güneşte bekletilir. Böyle kurutulmuş kımıza Kor adı verilir. Mevsimi gelince 5lt kısrak sütüne 3 yemek kaşığı hesabıyla Kor eklenir. Ilık bir yerde 24 saat dinlendirilir. Bu arada sık sık karıştırılır. Süre sonunda femente edilir. Sonra bu süt, 5 lt taze süte katılarak maya elde edilir. Ancak, bu usulde mayaya dışarıdan bazı patojenler karışabileceği için, tercih edilen bir metot değildir.

Maya hazırlandıktan sonra kımızın yapılmasına geçilir. Bu maksatla Torsuk ve Saba denilen at derisinden imâl edilmiş özel kaplar kullanılır. Torsuğun hacmi 10-30 lt ve sabanın kapasitesi ise 100-150 lt dir. Şekilleri silindirik veya konik olabilir. Bu kaplar önce kayın veya kızılcağ ağacı dumanı ile tütsülenir. Tütsüleme, kımızın lezzeti üzerinde etkili bir işlemdir,

Taze sağılmış kısrak sütü kaba alınır içine 1/5 oranında maya katılır ve Bişkek denilen bir karıştırıcı ile 30 dakika kadar karıştırılır. Sonra 3-4 saat dinlendirilmeye bırakılır. Bu sürenin sonunda kabarcıklar çıkmaya başlar ki bu olay fermentasyonun işaretidir. Bu halde 5 kısım kadar süt konur ve karıştırılır. Bu işlem iki defa daha tekrarlanır ve kımız elde edilmiş olur.

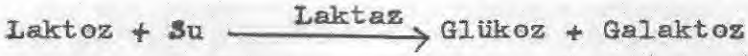
Kımız uzak yerlere yine deriden yapılmış Kumgar denilen kaplarla nakledilir. Çamçak adı verilen özel deri taslarla içilir. İçinde kımız yapılmış olan kaba, boşaltıldıktan sonra kurutulur ve tekrar tütsülenir. Bir kap sadece bir mevsim kullanılır.

### **KIMIZ TEŞEKKÜLÜ ESNASINDA MEYDANA GELEN KİMYASAL OLAYLAR**

Kımızın aynı anda meydana gelen iki ayrı mayalanma sonucunda elde edildiği daha önce belirtilmişti. Birer kimyasal reaksiyon olan bu mayalanmalar;

1. Laktikacid Fermentasyonu
2. Alkol Fermentasyonu'dur.

**1. Laktikacid Fermentasyonu** : *Lactobacillus bulgaricus*, *Saccaromyces lactis* ve diğer sütasidi bakterilerinin etkisiyle laktozdan laktikacid teşekkül eder.

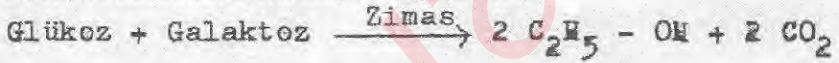


Laktikasid

### Şekil 3. Laktik asit fermantasyonu

Laktikasid konsantrasyonu belirli bir seviyeye erişince, bu asidin etkisiyle bakteri faaliyeti durur ve laktozun tamamı laktikaside dönüşmez. Kalan laktozun bir kısmı da alkolik fermentasyona uğrar.

**2. Alkol Fermantasyonu:** *Saccaromyces* mayaları ile laktozdan etanol meydana gelir. Mayaların çıkarmış oldukları laktaz enzimi önce şekeri glukoz ve galaktoza ayrıştırır. Daha sonra bu monosakkaridler de fermente olarak etanol ve karbondioksiti meydana getirirler.



### Şekil 4. Alkol Fermantasyonu

Hasıl olan alkolün bir kısmı daha sonra asetikasid, asetaldehid gibi başka bazı bileşiklere dönüşür. Ortamda lipaz enzimi bulunmadığı için, sütteki yağlar değişmeden kalır. Proteinler ise kısmen parçalanır. Bunun sonucunda protein olmayan azotlu bileşiklerin miktarları zamanla artar.

## KIMIZ ÇEŞİTLERİ

Mikroorganizmaların faaliyeti sebebiyle devam eden biyokimyasal reaksiyonlar sonucunda, kımızın bileşimi sabit kalmaz. Mikro organizma faaliyeti süresiyle bağlantılı olarak, üç çeşit kımız meydana gelir:

1. Tatlı Kımız (Zayıf Kımız)

2. Orta Kımız

3. Sert Kımız (Kuvvetli Kımız)

**1. Tatlı Kımız:** Bu kımız çeşidine değişik yörelerde "Genç veya "Sağmal" adı da verilmektedir. Gaz miktarı çok azdır. Çalkalanınca köpürür, ancak meydana gelen köpük çabuk dağılır. Kıvamı sütün kıvamına yakın, tadı hafif ekşimsidir. Bekletilmekle, kabın iç yüzünde ufak granüller hasıl eder.

**2. Orta Kımız:** "Erek" olarak da adlandırılır. Gazı çok ve köpüğü uzun süre kalıcıdır. Tadı ekşi ve acıılığı fazladır. Bekletilince, kabın kenarlarında ince ve homogen bir film meydana gelir.

**3. Sert Kımız:** Bu tür kımıza "Kara Kımız" da denir. Az köpürür, köpüğü kalıcı değildir. İnce ve çok acıdır. Tadı ekşi ve hafif acımsıdır. Kabın kenarlarında ince bir tabaka bırakır.

Sağmal kımızı kadın, çocuk ve yaşlılar; Erek kımızı ise erkekler ve orta yaşlılar içer. Misafirlere de bu kımız çeşidi ikram edilir. Hastaların tedavisinde de yine Erek kımız kullanılır. Kara kımız ise çok kuvvetli



bünyesi olanlar ve yığıtlar tarafından içilir.

**Tablo 9. Farklı Kıymız Çeşitlerinin Bazı Özellikleri (2,4,5)**

	Zayıf	Orta	Sert
Asidlik	24-32 °SH	33-40 °SH	41-48 °SH
Etanol	%0,7-1	%1-1,7	%1,8-2,5
Karbondioksit	Az	Çok	Çok
Tad	Eksimsi	Eksi-Buruk	Eksi-Acimsi
Serum	Ayrılır	Ayrılmaz	Ayrılmaz
Laktik asid	5-7 g/lt	7,5-9,5 g/lt	1-1,2 g/lt

İçimi bakımından iyi kıymız; hafif köpüklü, porselen beyazı renginde, iri pıhtılı olmayan, serum ayrılması görülmeyen, eksimsi ve hafif buruk lezzetli özellikleriyle tarif edilmektedir.

1 litre kıymız yaklaşık 500 k.cal enerji verir. Anadolu Yörüklerinin "Türkistan Bozası" dedikleri kıymızın elde edileceği kısrakların seçimi ve bakımına çok önem verilir. Sağılacak hayvan;

- Serbestçe otlamaya salınır.
- Yük taşıma benzeri başka işlerde kullanılmaz.
- Süt bezlerinin gelişmesi için en az 2 tay yavrulaması beklenir.
- İlk sağım doğumdan en az 2 ay sonra yapılır.
- Kısrak, sabah ve akşam olmak üzere günde en az 2 defa sağılır.

Hayvanın süt verimi Haziran ve Temmuz aylarında en üst seviyeye çıkar. Orta Asya'da Akkuyruk, Acırık, Akdiken gibi, halkın hepsine birden "Kıymızotu" dedikleri otlarla beslenen hayvanların sütleri daha bol ve özel aromalı olmaktadır.

Kıymızda bulunan bazı maddelerin % miktarları tablolar halinde aşağıda verilmiştir:

**Tablo 10. Kıymızdaki Bazı Maddelerin % Miktarları (3, 6)**

Azotlu Maddeler	0,33	Su	91,53
Etanol	1,10	Yağ	1,27
Laktik asid	0,97	Protein	1,91
Karbondioksit	0,11	Şeker	1,25
Laktoz	3,10	Kül	0,29
Kül	0,35	Etanol	1,85
Yağ	1,55	Laktik asid	1,00

Kıymızın terkihi zamana bağlı olarak değişiklikler göstermektedir .Bu farklılıklar da Tablo 11'de verilmiştir.

Vitamin miktarlarında ise genelde bir denge görülür. Kıymızda B1, B12, Biotin ve C vitaminlerinde süte göre biraz azalma vardır. Ancak C vitamini miktarı yine de yüksektir. Pantotenik asid miktarı ise kıymız teşekkülünde önemli oranda artış gösterir.

**Tablo 11. Kıymızın Terkihinin Zamana Bağlı Olarak Değişmesi (4)**

Mayalanma (saat)	Yoğunluk	Kuru Madde %	Laktoz %	Laktik asid	Etanol
0	1,032	9,94	6,25	—	—
3	1,026	9,09	4,00	0,76	0,60
6	1,024	8,61	3,56	0,86	0,69
12	1,020	7,89	3,13	0,99	0,86
24	1,020	7,34	2,24	1,03	1,25
48	1,018	7,04	0,98	1,10	2,06

Tablo 11'in incelenmesinden anlaşılacağı üzere, geçen zamana bağlı olarak kımızda yoğunluk, kuru madde ve laktoz miktarlarında azalma, buna karşılık laktik asit ve etanol miktarlarında artma görülmektedir. Bu azalış ve artışlar tedrici ve muntazamdır.

### KIMIZIN TEDAVİ DEĞERİ

Gerek kısrak sütü ve gerekse kımız tam bir besin maddesidirler. Diyetetik ve beslenme fizyolojisi bakımından önem taşırlar. Bunun dışında bir tedavi aracı ve hastalıklardan koruyucu özelliindedirler. Kımız haricen deri hücrelerini yeniler ve derinin gençleşmesini sağlar. Çeşitli cilt bozukluklarını giderir. Dahilen kür olarak; gastrointestinal şikayetlerde, karaciğer ve safra hastalıklarında, metabolizma düzensizliklerinde, bağışıklık sisteminin takviyesinde faydalıdır. İçindeki laktik asitten dolayı iyi bir sindirim elemanıdır. Sindirim zorluğu, mide ve barsak tembelliğinde de iyileştiricidir. Bronşitte ekspektoran etki göstermektedir. Globulince zengin olduğu için, kımızın vücut müdafaa sistemini takviye ettiği bilinmektedir. Bağ dokusuna etki eder ve yaraların kapanmasına, kırık kemiklerin kolayca kaynamasına yardımcı olur. Damar sertliğine engel olan lisin, tirozin, triptofan gibi aminoasitlerce de zengin bir gıdadır. Kımızın, bir çok ilacın yan etkilerini ortadan kaldırdığı gösterilmiştir. Rusya'da hekimler, ilaçla birlikte hastalarına kımız vermektedirler (5)

Kımızın akciğer veremünde tedavi edici özelliği ispatlanmıştır. 10. yüzyıl sonlarından itibaren Rusya'da kurulan sanatoryumlarda veremli hastalara, tıbbî, tedavi yanında kımız kürleri uygulanmıştır. Günümüzde bu uygulama eski demir perde ülkeleriyle, Almanya ve Avusturya'da da yapılmaktadır.

Kısrak, exogen bir vitamin olan askorbikasidi sentez edebilmektedir. Böyle hayvanlar tüberküloza yakalanmazlar. Zira, tüberküloza karşı, bağışıklık maddelerine de sahiptirler. Kımızla birlikte bu maddeler de hastaya aktarılır. *Saccaromyces lactis*, *Mycobacterium tuberculosicis* üzerinde bakterisid etkisi olan bir mayadır. Bu antibiotik özellik, *Lactobacillus bulgaricus* ile sinerjize olmaktadır. *S. lactis* ve *L. bulgaricus* simbiyoz bir hayat sürerler. Bakteri, sütte mayanın aktivitesini göstereceği asidik ortamı sağlar. Maya da bakteri için gerekli besinlerin sentezini yapar (1).

Kımızın Koch basili üzerindeki antibiotik etkisinin yanında, tonik etkisi de önemlidir. Bu sebeple, verem hastasının iştahını açmakta, iyi beslenmesini sağlamaktadır. Bu özelliğinden dolayı, yaşlı, çocuk ve nekahat dönemindeki hastalar için de kımız değerli bir iştah vericidir.

Kımızda bulunan *L. bulgaricus*'tan *Bulgaricin*, *S.lactis*'ten Nicin ve *S.cremoris*'ten Diplococcin isimli antibiotikler izole edilmiştir. Bu bakterilerin faaliyeti sonucu, adı geçen antibiotikler kımızda tesbit edilmişlerdir.

Orta Asya'da kımız, barsak düzenleyici olarak da kullanılmaktadır. Tatlı kımız kabızlığa, sert kımız ise ishale iyi gelmektedir.

Kımızdan elde edilen çeşitli maya suşları *Staphylococcus aureus*, *Bacillus subtilis*, *Bacillus mycoides* ve *Mycobacterium citreus*'lara karşı antibiotik etki göstermişlerdir. Bu etki, kımız hazırlandıktan 3 gün sonra maksimum seviyeye ulaşmıştır(5). Kımızın en kuvvetli antibiotik etkisi



*S.aureus* üzerine olup, *B.mycoides*'e etkisi zayıftır.

### **Gastro-İntestinal Hastalıklarda Kımız**

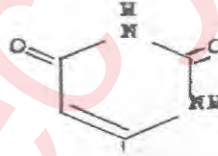
Barsakta çürüme reaksiyonları sonucunda meydana gelen toksik maddeler, bazı hallerde emilerek kana karışır. Bunun neticesinde çeşitli rahatsızlıklar ortaya çıkar.

Kısrak sütü veya kımızın etkisiyle barsak faaliyeti desteklenir, salgı bezlerinin çalışması hızlandırılır. Bifidus faktörü barsak florasının düzelmesini sağlar, barsakların kolayca boşalması temin edilir. Tedaviye devam edilince, kısa bir sürede kronik peklilik, nervöz mide hassasiyeti, mukoza iltihapları gibi şikayetler ortadan kalkar. Kımız içindeki laktik asidin sindirim sistemi mukozasına ve salgı bezlerine uyarıcı etkisiyle iştah açılır.

Akut mide sancıları ve ülser durumlarında kımız yerine kısrak sütü tercih edilmelidir.

### **Karaciğer Hastalıklarında Kımız**

Kımızda bulunan orotik asidin karaciğer hücrelerini yenileyici özelliği vardır. Yine kıımızda bulunan esansiyel yağ asitlerinin etkisiyle karaciğerin fonksiyonları kolaylaşır. Yüksek orandaki laktoz karaciğerin yağlanmasını önler. Böylece yorulmasının önüne geçilmiş olan karaciğerde, 1 aylık kür sonunda, mevcut hastalık belirtileri azalır. İlaç verilmesine paralel uygulanan kımız kürleriyle her türlü sarılığın tedavisi çok daha çabuk mümkün olur.



COOH

Şekil 5. Oratik asit'in kimyasal formülü

### **Kalp-Dolaşım Hastalıklarında Kımız**

Parasempatik sinirlerin uyarılmasıyla kalp faaliyeti düzenlenebilir. Kımızın bir etkisi de, periferik damarları genişletmesidir. Bunun sonucu olarak kanın akışı hızlanır. Hipotansiyon şikâyetlerinde, 8-10 günlük bir kımız kürü ile sistolik tansiyonun ortalama 20 mm-mg yükseldiği gösterilmiştir (5). Yine, kıımızda bulunan Prostacyclin'in etkisiyle, damarlar erken bir arterioskleroza karşı korunmuş olur. Bu şekilde, hipertansiyon ile beyinde ve bacaklarda ortaya çıkabilecek kireçlenmelere sebep olan damar dolaşım bozukluklarının önüne geçilebilir.

### **Deri Hastalıklarında Kımız**

Kısrak sütü ve kımız periferik damarları genişlettikleri için, deri daha çok kanlanır ve daha iyi beslenmiş olur. Zira doku devamlı olarak sıvı

alır ve şişme kapasitesi atar. Cilt tazeleşir ve pembeleşir. Kollagen lifler gerginleşir. Kolay sindirilen yağlar ve zengin B kompleks vitaminlerin sağladığı bu özellikler, kımızın Anti-Age etkisini verir. Kıımızdaki kısa zincirli proteinler sayesinde, cilt daha çok nem tutabilme özelliği kazanır. Neurodermit ve akne tedavisinde kımızın haricen ve dahilen iyileştirici etkisi ispatlanmıştır. Ayrıca uçuk ve sedef hastalıklarının tedavisinde de gözle görülür, müsbet etkileri vardır.

Kısrak sütü ve kımız, akciğer veremi dışındaki diğer tüberküloz vakalarında, ülserlerde, aşırı şişmanlıkta ve süt ile süt ürünlerine allerjisi olan kimselerde kullanılmamalıdır.

Kısrak sütü ve kımız Türkiye’de ve diğer ülkelerde işlenmemiş olarak kullanılmaktadır. Oysa Almanya ve Avusturya ‘da akciğer veremi, kronik karaciğer hastalıkları, yağ metabolizması bozuklukları, zatülcenp, tifo, dizanteri, sıtma, damar sertliği ve kansızlık tedavisinde yardımcı olarak, kapsül ve şurup gibi hazır müstahzarlar halinde satılmaktadır. Kozmetik sahasında sabun, losyon ve krem formunda kımız preparatları çok revaçtadır. Almanya ‘ da bir gıda maddesi, koruyucu ve tedavi maksadıyla piyasada bulunan iki müstahzar çok kullanılmaktadır. Bunlar Equilac (Doğal Kısrak Sütü ) ve Kumylac (Fermente kısrak Sütü ) yani Kıımız’dır.

Kıımız, akciğer vereminin son döneminde, ilerlemiş kalp-damar hastalıklarında ve diabette kontraindikedir (2).

#### **KAYNAKÇA**

- Adam, R.C., 1960. Vitaminler ve Antivitaminler, Heinemann Verlag, München, W. Germany.
- Berlin, P.I., 1962. Le Koumiss, Bulletin Annual de FIL P. IV.,16, Brüksel.
- Ilgar, H., 1990. Türkiye ‘ de Kıımız, Hoşgönül Matbaası, İzmir.
- Yaygın, H., 1992. Kıımız ve Özellikleri, Antalya.
- Yaygın, H., 1996 Kıımız ve Kefir. Beslenme ve Diyet Dergisi 25 (1):8-52.
- Üçüncü, M. ve Balcı, C., . Kıımız: Üretimi, Beslenme ve Sağlığımızdaki Yeri,



## ÇOCUKLARIN TÜKETİM DAVRANIŞLARINA ANNE-BABALARIN ETKİSİ

A.Fuat ERSOY\* Aybala DEMİRCİ\*\* Seher ERSOY\*\*\*

**Özet:** Çocukların tüketim davranışlarına anne-babaların etkisini belirlemek amacıyla yürütülen bu araştırmanın örneklemini, Ankara il merkezinde yaşayan ve en az 6 yaşında çocuğu olan 294 anne-baba oluşturmaktadır. Çalışan anneler, çocuklarının ihtiyaçlarını satın alırken onların fikrini alma, çocuklarının yanlış tüketim davranışlarında onları uyarma ve çocuklarının harçlıklarını nasıl değerlendirdiklerini kontrol etme konularında çalışmayan annelere göre daha duyarlı davranmaktadırlar ( $p<0.05$ ). Anne-babanın gelirleri yükseldikçe çocukları ile birlikte alışveriş listesi yapma ( $p<0.05$ ), çocuklarına alışveriş listesi yaptırma ve bu listenin dışına çıkmamaya özendirme konularında daha az istekli oldukları saptanmıştır. Çocuklarını ilköğretimden önce anaokuluna ya da kreşe gönderen anne-babalar, göndermeyenlere göre reklâmların neden her zaman doğru bilgiler vermediğini ( $p<0.01$ ) daha fazla açıklamakta; çocuklarının ihtiyaçlarını satın alırken onların fikirlerini daha fazla almakta ( $p<0.01$ ) ve harçlıklarını nasıl değerlendirdiklerini daha çok kontrol etmektedir ( $p<0.01$ ). Anne ve babanın çocuklarının tüketim davranışlarına model olabilmesi için örgün ve yaygın eğitim kurumlarında eğitime tabi tutulmaları önerilebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Tüketim, çocuk tüketicisi, tüketim davranışları, anne-baba

## The Effect Of Parents On The Consumption Behaviors Of Children

**Abstract:** The sampling of the study conducted to determine the effect of parents on the consumption behaviors of children consists of 294 parents with a child at the age of 6 at least in the city centre of Ankara. Working mothers behaved more sensibly compared to those who are not working on the issues of asking for the ideas of children while shopping on their needs, warning them in the case of wrong consumption behaviors and checking how children spend their allowances ( $p>0.05$ ). It was found that as the incomes of the parents increase, they become less willing on the issues of making a shopping list with their children ( $p<0.05$ ) making their children prepare a shopping list and encouraging them to pay more attention to comply with the list. Mothers with a child

\* Gazi Üniversitesi, Mesleki Eğitim Fakültesi, Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Bölümü, Aile Ekonomisi ana bilim dalı öğretim üyesi, Prof. Dr. Ankara, ferso@hazi.edu.tr

\*\* Gazi Üniversitesi, Mesleki Eğitim Fakültesi, Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Bölümü, Aile Ekonomisi ana bilim dalı öğretim elemanı, Dr. Ankara, aybala@hazi.edu.tr

*attending to a primary school, kindergarten or a nursery school was able to clarify why advertisements does not always tell the truth ( $p<0.01$ ) more compared those who do not send their child to such institutions; they ask for their child's idea while shopping on their needs less ( $p<0.01$ ) and they inquire into how their child spend their allowances ( $p<0.01$ ). It is recommended that parents be trained at formal and mass education institutions in order to be a model for their child's consumption behaviors.*

**Keywords:** Consumption, child consumer, Consumption behaviors, parents

## GİRİŞ

Çocuklar, tüketici davranışlarını ilk olarak anne-babalarından öğrenmektedirler. Aileler çocuklarına ilk kez tüketici rolünü tanıtan ve aşıl原因 başlıca sosyalizasyon ajanlarından biridir (McNeal 1992). Öğrenme, bireyin kendi davranışları ile yakın çevresindeki bireylerin davranışlarını karşılaştırmasıyla ilk olarak ailede başlamakta; böylece çocukluktan itibaren kişilik de oluşmaktadır (Çiftçi,1991). Genellikle çocuk, yakın çevresindeki bireyleri model olarak benimsemektedir (Mangleburg vd.,1999). Bu nedenle anne ve babaların çocuklarının tüketim davranışlarını geliştirmek amacıyla uygun rol modeli görevini üstlenmeleri gerekmektedir. Bu rol modelliği, çocuğun, para ve alışveriş konusunda daha fazla deneyim sahibi olmasını, bağımsız satın alma kararı verebilmesini ve seçimlerini değerlendirmesini kapsamaktadır (Carlson ve Grossbart, 1988).

Aile üyeleriyle doğrudan ya da dolaylı olarak kurulan iletişimlerin her biri, çocuğun tüketim davranışlarını kazanmasında önemli rol oynamaktadır. Çocuğun tüketim davranışlarının şekillenmesinde ailenin doğrudan etkileri; tüketimle ilgili bilgileri edinme ve inanç, norm kalıplarının oluşumunu içermektedir. Bu oluşum gerek sözlü ifadelerle gerekse örnek davranışlarla gelişebilmektedir. Dolaylı etkiler ise; çocuğun tüketiciliği öğrenmesini etkileyebilen diğer sosyalizasyon faktörleriyle etkileşim kalıplarını içermektedir. Başka bir ifade ile aile içi etkileşim şekli, ailenin dışında tüketiciliği öğrenmeyi etkileyen kitle iletişim araçları, okul ve akran grupları gibi diğer sosyalizasyon faktörlerinin etkilerini azaltabilir ya da artırabilir (Moschis,1985). Örneğin; 2-4 yaşları arasındaki çocuk, alışveriş arabasının içinde hareket ederken; bazen kıpırdanarak, izleyerek, odaklandığı ürün yüzünden acıkarak ve anne babanın kolunu çektiştirerek reklâm bilgisini aldığını gösterir. Çoğu anne-baba, alışveriş arabasının içindeyken çocuğunun sıkılması ve alışverişini engellemeye çalışması yerine reyonlardaki ürünlere yoğunlaşmasından memnun olmaktadır. Bu, hem alışveriş yapan anne babaya hem de çocuğa, iletişim yoluyla tüketicilik bilgisi verme fırsattır (Rust,1993). Çocuk tüketicilerin televizyon reklâmlarından etkilenmesi sonucunda da bazı ürünlere olan istek ve talepleri artmaktadır (Özgen, Demirci, Taş, 2006). Ancak ilerleyen yaşlarda çocukların, reklâmın ikna etme yeteneğini anlamaları; eğitim düzeyi yüksek olan anne-babalar ile çocuklarına karşı güçlü bir tüketici eğitimi rolü üstlenen anne-babalar ile kolaylaşabilir. Genelde her iki aile türünde de reklâmlar hakkında daha fazla anne-baba-çocuk iletişimi söz konusudur. Özellikle küçük çocuklar için eleştirel tutumlar, televizyondan çok anne baba kontrolünde gelişir. Bununla birlikte bu iletişimin etkili olabilmesi için eğitici bir yönünün ol-



ması gerekir (John,1999).

Anne-baba-çocuk iletişiminin yoğunluğu, ailede çocuğun tüketici görevlerine katılmasını özendirebilir. Örneğin anne-babaların 10-13 yaşlarındaki çocuklarıyla etkileşimleri, evde kararlaştırdıkları görev dağılımına göre alışveriş yapılabilir. Çocuk bazen anne-babası ile alışverişe başlamadan önceki iletişiminin göstergesi olarak, elindeki listeye göre veya önceki alışverişlerinde edindiği bilgiyi kullanarak ürünü doğrudan seçme davranışında bulunabilir (Rust,1993). Dolayısıyla ailenin, çocuğun tüketici sosyalizasyonda en büyük etkiye sahip olduğu bir gerçektir. Bu nedenle, çocukların anne-babalarından edindikleri beceriler, değerler, tutumlar ve davranışlarının gelişiminde aile iletişim süreçlerinin oynadığı rolle ilgili araştırmalara ihtiyaç duyulmaktadır. Yabancı ülkelerde yapılan bazı çalışmalarda, aileye odaklanan ve tüketiciliği öğrenirken çocuğun satın alma kararlarını anne-babaların nasıl etkilediğini örneklerle açıklayan pek çok araştırma bulunmasına rağmen (Moschis,1985; Belch vd.,1985; Carlson ve Grossbart,1988; Rust,1993; Palan ve Wilkes, 1997; John,1999; Mangleburg vd.,1999; Lanchance vd, 2000; Lee ve Beatty,2002) ülkemizde bu konuyu dolaylı olarak inceleyen sınırlı sayıda araştırmaya rastlanmıştır (Gönen ve Özgen,1992; Dursun,1993; Soreh ve Bener,1995; Gönen vd,2000; Gönen vd, 2001; Tezel Özbek, 2002; Özgen, Demirci,Taş, 2006). Bu nedenle bu çalışma, anne-babaların çocuklarının tüketim davranışlarına etkisini belirlemek amacıyla yürütülmüştür.

#### **MATERYAL VE METOT**

Araştırmanın çalışma evrenini Ankara il merkezinde yaşayan ve en az 6 yaşında çocuğu olan aileler oluşturmuştur. Araştırmanın örneklemini, en az 6 yaşında çocuğu olan aileler arasından basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle yansız olarak atanan ve çalışmaya katılmaya gönüllü olan toplam 294 anne-baba oluşturmaktadır. Çalışmaya anne ya da babalardan biri katılmıştır. Çalışmanın verilerinin elde edilmesinde anket tekniği kullanılmıştır.

Çocuk tüketicilerin tüketim davranışlarına anne-babaların etkisini belirlemeye yönelik olarak hazırlanan tutum ölçeğinin maddelerinde “Kesinlikle Katılıyorum”, “Katılıyorum”, “Kararsızım”, “Katılmıyorum” ve “Kesinlikle Katılmıyorum” olmak üzere Likert’in beşli derecelendirme sistemi kullanılmıştır. Araştırma ölçeğinde puanlama yapılırken 1 ve 38 arasındaki tutum cümleleri; “Kesinlikle Katılıyorum”=5,“Katılmıyorum”=4, “Kararsızım”=3, “Katılıyorum”=2 ve “Kesinlikle Katılmıyorum”=1 şeklinde; 3. tutum cümlesi ise olumsuz olduğu için tam tersi şekilde puanlanmıştır. Aileye ilişkin bilgilerin sayı ve yüzdelik değerleri verilmiştir.

Çocukların tüketim davranışları ile ilgili anne-baba tutumlarının değerlendirilmesinde ise; birinci çocuğun cinsiyeti, annenin ve babanın çalışma durumuna ve çocukların ilköğretimden önce herhangi bir eğitim kurumuna gitme durumuna göre t testi uygulanarak gruplar arasında fark olup olmadığı incelenmiştir. Ayrıca anne-babanın toplam tutumları puanlarının annenin ve babanın yaşlarına, anne ve babanın öğrenim durumlarına, ailenin gelir durumuna ve birinci çocuğun yaşı değişkenlerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacı ile tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Çalışmada kullanılan tutum maddelerinin güvenilirliği ile ilgili yapılan istatistiksel analizler sonucu elde edilen gü-

venilirlik katsayısı Alpha = 0.92 olarak hesaplanmıştır. Bu değer ölçeğin yeterli düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir. Çocukların tüketim davranışları ile ilgili anne-baba tutumlarını sınamak amacıyla hazırlanan tutum cümleleri, tutumun temel bileşenlerini belirlemek için faktör analizi ile incelenmiştir (Akgül, 2003). Çocukların tüketim davranışları ile ilgili anne-baba tutum cümlelerinin başlangıç öz değerleri ile her bir maddeye ilişkin korelasyon değerleri Tablo 1'de verilmiştir.

**Tablo 1. Çocukların Tüketim Davranışları İle İlgili Anne-Baba Tutumlarının Başlangıç Öz Değerleri**

Başlangıç Öz Değerleri			
Faktör	Toplam	Varyansların Yüzdesi	Kümülatif Yüzde
1	11.93	31.41	31.41
2	2.36	31.41	37.63
3	2.23	5.87	43.49
4	1.68	4.41	47.91
5	1.68	3.85	51.75

Her bir maddeye ilişkin korelasyon değerleri Tablo 2'de görülmektedir.

**Tablo 2. Çocukların Tüketim Davranışları İle İlgili Anne-Baba Tutumlarının Faktör Analizi Sonuçları**

Maddeler	Faktör Yük Değerleri				
	1	2	3	4	5
1. Tüketim harcamalarında çocuğuma bağımsız satın alma hakkı tanırım.		42		37	47
2. Çocuğumun herhangi bir ihtiyacını alırken ona fikrini sorarım.	47				34
3. Çocuğum reklâmlardan etkilenerek alışveriş yapar.			32	41	50
4. Çocuğumun reklâmından etkilendiğini düşündüğüm bir ürünü almasına izin veririm.				66	
5. Reklâmları genelde çocuğumla birlikte izler yanlış bilgi veren reklâm varsa onun yanında bu reklâmı eleştiririm.	53				
6. Bazı ürünlerin alınmasına kesin yasaklar koymam (kola, çikolata... v.s) neden alınmaması gerektiğini izah ederim.	48	46			44
7. Reklâmların her zaman doğru bilgileri vermediğini örneklerle açıklarım.	61	31			
8. Çocuğumla alış verişe çıkmadan önce her şeye dokunmaması, her şeyi karıştırmaması gerektiğini söylerim.	60	48			



9. Alış verişe çıkmadan önce çocuğuma alış verişin amacını anlatarak amaç dışındaki şeylere para ve zamanın olmadığını söylerim.	.65				
10. Alış verişe çıkmadan önce çocuğumu alış veriş listesi dışında bir şey istememesi konusunda uyarırım.	.59				
11. Alış verişe çıkmadan önce çocuğuma kendine ait bir ihtiyaç listesi çıkartmasını listenin dışında bir şey almayacağımı söylerim.	.59	.35			
12. Çocuğumun doğru alış veriş davranışı kazanması için parayı doğru kullanmayı öğrenmesini isterim.	.72				
13. Çocuğumun fiyat karşılaştırması yapmasını öğrenmesini isterim.	.67	-.30			
14. Çocuğumun kalite karşılaştırması yapmasını öğrenmesini isterim.	.66	-.32			
15. Çocuğumun ihtiyacı doğrultusunda alış veriş yapmayı öğrenmesini isterim.	.72	-.34			
16. Çocuğumun israf yapmasını önlemek için kendi davranışlarımla çocuğuma örnek olurum	.68	-.40			
17. Bir tüketici olarak satın alma planı yaparım.	.56				
18. Bir tüketici olarak savurganlıktan kaçınırım.	.61				
19. Bir tüketici olarak ürün almadan önce alış veriş merkezlerini dolaşırım.	.53				
20. Bir tüketici olarak mümkün olduğunca peşin alış veriş yaparım.	.37	.43		.31	
21. Çocuğuma tüketici bilincini kazandırmak için evle ilgili küçük alış verişler yapmasına izin veririm.	.55				
22. Çocuğumun tüketimle ilgili yaptığı yanlışlıklarda gerekli açıklamayı yaparım.	.75				
23. Bir tüketici olarak tüketici hak ve sorumluluklarımı bilirim.	.59				
24. Kendi tükettiği ürünleri takip etme işini çocuğuma bırakır ben de izlerim.	.48	.41			
25. Alış veriş sırasında alınacak birkaç ürünü ona önceden söyler, görünce hatırlatmasını isterim.	.60				
26. Alış veriş listesini çocuğumla birlikte hazırlarım.	.38	.55			
27. Kasa ödemelerinde yardım etmesine izin veririm.	.30	.51	.30		

28. Biriktirdiği parayla alabileceği ürünleri gösteririm.	.61				
29. Bir tüketici olarak tüketici faaliyetlerimin çocuğuma iyi örnek olduğunu düşünüyorum	.57	.48			
30. Tüketimle ilgili bilgilerimin çocuğumu bilinçlendirme konusunda yeterli olduğuna inanıyorum.	.47	.53			
31. Çocuğuma iyi örnek olabilmek açısından bir tüketici olarak ihtiyaçlarımın farkındayım.	.54				
32. Bir tüketici olarak satın alacağım ürün ya da hizmetin taşınması gereken nitelikleri bilirim.	.64				
33. Bir tüketici olarak fiyatlar hakkında bilgi sahibiyimdir	.59			-.36	
34. Çocuğumun para idaresini öğrenebilmesi için haftalık harçlığının dışında ek para vermem.	.42	.30			
35. Çocuğumun harçlığını nasıl değerlendirdiğini kontrol ederim.	.65				
36. Çocuğuma yaptığı yanlış bir harcama sonucunda karşılaştığı zararı telafi etme yollarını öğretirim(fiş almak vs).	.55				
37. Deneme yanılma yoluyla çocuğumun başarılı bir harcama modeli geliştirmesine imkân veririm.	.62				
38. Çocuğumu doğru tüketici davranışını öğrenebilmesi için ilgili yayınlarda makale, yazı gibi bölümleri okumasına teşvik ederim.	.59			-.30	

## BULGULAR VE TARTIŞMA

### Aileye İlişkin Bilgiler

Araştırmaya katılan annelerin % 33.0'ü 36-40, % 29.6'sı 31-35, % 20.7'si 30 yaş ve altı ve % 16.7'si 41 yaş ve üzerinde iken, babaların % 39.8'i 35-40, % 25.5'i 41-45, % 23.5'i 34 yaş ve altı ve % 11.2'si 46 yaş üzerindedir (Tablo 3).

**Tablo 3. Anne ve Babanın Yaş Gruplarına Göre Dağılımları**

Anne			Baba		
Yaş Grupları	Sayı	%	Yaş Grupları	Sayı	%
30 ve altı	61	20.7	34 ve altı	69	23.5
31-35	87	29.6	35-40	117	39.8
36-40	97	33.0	41-45	75	25.5
41 ve üzeri	49	16.7	46 ve üzeri	33	11.2
Toplam	294	100.0	Toplam	294	100.0



Anne ve babaların çoğunluğu (sırasıyla % 42.5 ve % 44.2 ) lise ve dengi okul mezundur ve annelerin yarısından fazlası (% 59.9) çalışmamakta, babaların ise yaklaşık tamamı (% 97.3) çalışmaktadır. Annelerin % 59.9 ev hanımı, babaların ise yarıya yakını (% 44.6) memurdur (Tablo 4).

**Tablo 4. Anne ve Babanın Eğitim, Meslek Grupları ve Çalışma Durumlarına Göre Dağılımları**

Eğitim Durumu	Anne		Baba	
	Sayı	%	Sayı	%
Okur-yazar, ilkokul	70	23.8	31	10.5
Orta dereceli okul	33	11.2	23	7.8
Lise ve dengi okul	125	42.5	130	44.2
Yüksek okul/Üniversite	66	22.5	110	37.5
Toplam	294	100.0	294	100.0
<b>Çalışma Durumu</b>				
Çalışıyor	118	40.1	286	97.3
Çalışmıyor	176	59.9	8	2.7
Toplam	294	100.0	294	100.0
<b>Meslek Grupları</b>				
Memur	84	28.6	131	44.5
Serbest meslek	26	8.8	111	37.8
İşçi	8	2.7	44	15.0
Ev Kadını/Çalışmıyor	176	59.9	8	2.7
Toplam	294	100.0	294	100.0

Araştırmaya katılan ailelerin % 36.8'i 800 YTL ve daha az, % 22.1'i 1601 YTL ve daha fazla, % 20.7'si 801-1200 YTL arası, % 20.4'ü 1201-1600 YTL arası toplam aylık gelire sahiptir (Tablo 5).

**Tablo 5. Ailenin Toplam Aylık Gelir Miktarına Göre Dağılımı**

Toplam Aylık Gelir Miktarına (YTL)	Sayı	%
800 ve altı	108	36.8
801-1200 arası	61	20.7
1201-1600 arası	60	20.4
1601 ve üzeri	65	22.1
Toplam	294	100.0

Araştırmaya katılan ailelerin büyük çoğunluğunun iki çocuğu bulunmaktadır. Birinci çocukların % 49.7'si 7-11, % 16.7'si 12-14, %15.6'sı 18 ve üzeri, %11.9'u 15-17 % 6.1'i 6 yaş ve daha altı yaşlarındadır. İkinci çocukların da yaklaşık yarısı (% 47.7) 7-11 yaş arasında iken % 21.5'i 6 yaş ve altındadır. Çocukların cinsiyetlerine bakıldığında; birinci çocukların % 52.4'ünün er-

kek, % 47.6'sının kız olduğu yine ikinci çocukların da % 53.7'sinin erkek, % 46.3'ünün kız olduğu görülmektedir (Tablo 6).

**Tablo 6. Çocukların Yaş ve Cinsiyetlerine Göre Dağılımları**

Çocukların Yaş Grupları	1. Çocuk		2. Çocuk		3. Çocuk		4. Çocuk		5. Çocuk	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
6 yaş ve -	18	6.1	46	21.5	13	17.6	3	18.8	3	50.0
7-11 yaş	146	49.7	102	47.7	38	51.4	10	62.5	2	33.3
12-14 yaş	49	16.7	26	12.1	14	18.9	1	6.2	-	-
15-17 yaş	35	11.9	24	11.2	5	6.7	2	12.5	1	16.7
18 yaş ve +	46	15.6	16	7.5	4	5.4	-	-	-	-
Toplam	294	100.0	214	100.0	74	100.0	16	100.0	6	100.0
<b>Çocukların Cinsiyetleri</b>										
Erkek	154	52.4	115	53.7	39	52.7	12	75.0	3	50.0
Kız	140	47.6	99	46.3	35	47.3	4	25.0	3	50.0
Toplam	294	100.0	214	100.0	74	100.0	16	100.0	6	100.0

Çocukların % 64.3'ü ilköğretimden önce bir eğitim kurumuna giderken, %35.7'si herhangi bir eğitim kurumuna devam etmemiştir. İlköğretimden önce bir eğitim kurumuna giden çocukların % 48.0'i anaokuluna, %16.3'ü kreşe gitmiştir (Tablo 7).

**Tablo 7 . Çocukların İlköğretimden Önce Herhangi Bir Eğitim Kurumuna Gitme Durumuna ve Gidilen Eğitim Kurumunun Türüne Göre Dağılımları**

	Sayı	%
<b>İlköğretimden önce bir eğitim kurumuna gitme durumu</b>		
Evet	189	64.3
Hayır	105	35.7
Toplam	294	100.0
<b>İlköğretimden önce gidilen eğitim kurumunun türü</b>		
Anaokulu	141	48.0
Kreş	48	16.3
Toplam	189	64.3



### Çocukların Tüketim Davranışları İle İlgili Anne-Baba Tutumları

Anne-baba toplam tutum puanları; birinci çocuğun cinsiyetine, annenin çalışma durumuna, babanın çalışma durumuna ve çocuğun ilköğretimden önce bir eğitim kurumuna gitme durumuna göre incelenmiştir. Yapılan t-testi sonucunda söz konusu gruplar arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür ( $p > 0.05$ ) (Tablo 8). Ancak tutumlar tek tek analize tabi tutulduğunda, çocuğun para idaresini öğrenebilmesi için haftalık harçlığının dışında ek para vermeme tutumunun (34. tutum) ilk çocuğu erkek olan anne babalara göre, ( $X=3.28$ ) ilk çocuğu kız olan anne-babalar ( $X=3.55$ ) tarafından daha çok gözetildiği tespit edilmiştir ( $t=1.98$ ;  $p<0.05$ ). Bu sonuç toplamumuzda erkek çocuklarına kız çocuklarından daha fazla müsamahakâr davranıldığını düşündürmektedir.

**Tablo 8. Anne Baba Toplam Tutum Puanlarının Değişkenlere Göre Ortalamaları, Standart Sapmaları ve t-testi Sonuçları**

Değişkenler	Gruplar	N	X	S	t	p
Birinci Çocuğun Cinsiyeti	Erkek	154	136.69	22.20	0.27	0.79
	Kız	140	136.02	20.33		
Anne Çalışma Durumu	Çalışıyor	118	138.11	20.41	1.15	0.25
	Çalışmıyor	176	135.20	21.84		
Baba Çalışma Durumu	Çalışıyor	286	136.49	21.33	0.55	0.58
	Çalışmıyor	8	132.25	20.71		
Çocuğun İlköğretimden Önce Bir Eğitim Kurumuna Gitme Durumu	Giden	189	137.94	20.80	1.70	0.90
	Gitmeyen	105	133.54	21.95		

Annelerin çalışma durumu her bir tutum sorusuna göre karşılaştırıldığında, çalışan annelerin çalışmayan annelere göre 2, 22, 32, ve 35. tutum maddelerinde daha çok puana sahip oldukları görülmüştür. Elde edilen verilere göre çalışan anneler çocuklarının herhangi bir ihtiyacını satın alırken onun fikrini almada ( $X_1=4.07$ ;  $X_2=3.81$ ) ( $t=2.17$ ;  $p<0.05$ ), çocuklarının tüketimle ilgili yaptıkları yanlışlıklarda gerekli açıklamayı yapmada ( $X_1=4.11$ ;  $X_2=3.85$ ) ( $t=2.33$ ;  $p<0.05$ ), tüketici olarak satın alacakları ürün ya da hizmetin taşınması gereken nitelikleri bilmede ( $X_1=3.93$ ;  $X_2=3.69$ ) ( $t=2.22$ ;  $p<0.05$ ) ve çocuklarının harçlıklarını nasıl değerlendirdiklerini kontrol etmede ( $X_1=3.94$ ;  $X_2=3.70$ ) ( $t=2.04$ ;  $p<0.05$ ) çalışmayan annelere göre daha duyarlı tutumlar sergilemektedirler. Çalışan annelerin çalışmayan annelere göre çocuklarının tüketici kimliği kazanmalarında daha bilinçli ve etkili tutumlar sergilemelerinin nedeni ailenin finansal kaynaklarına katkıda bulunmalarından dolayı çalışmayan annelere göre daha fazla söz sahibi olmalarına bağlanabilir.

Anne-babaların çocuklarını ilköğretimden önce kreş ya da anaokulu gibi herhangi bir eğitim kurumuna gönderip göndermeme durumları her bir tutum sorusuna göre karşılaştırıldığında 2, 3, 6, 7 ve 35. tutum maddelerinde

"t" değerine göre anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Çocuğunu ilköğretimden önce anaokuluna ya da kreşe gönderen anne-babalar, çocuklarını bu kurumlardan herhangi birine göndermeyen anne-babalara göre çocuklarının ihtiyaçlarını satın alırken onların fikirlerini alma ( $X_1=4.04$ ;  $X_2=3.69$ ) ( $t=2.70$ ;  $p<0.01$ ), bazı ürünlerin alınmasına kesin yasaklar koymamakla birlikte (kola, çikolata vs.) neden alınmaması gerektiğini izah etme ( $X_1=3.88$ ;  $X_2=3.51$ ) ( $t=2.58$ ;  $p<0.05$ ), reklamların her zaman doğru bilgiler vermediğini örneklerle açıklama ( $X_1=3.86$ ;  $X_2=3.44$ ) ( $t=2.94$ ;  $p<0.01$ ), çocuklarının harçlıklarını nasıl değerlendirdiklerini kontrol etme konularında ( $X_1=3.95$ ;  $X_2=3.51$ ) ( $t=3.28$ ;  $p<0.01$ ) daha fazla puana sahip olmuşlardır. Söz konusu anne-babalar çocuklarının doğru tüketici kimliği kazanmalarına yardımcı olacak tutumlara daha çok sahip olduklarından dolayı çocuklarının reklamlardan etkilenerek alışveriş yaptıklarını daha az ifade etmişlerdir ( $X_1=2.86$ ;  $X_2=3.31$ ) ( $t=3.06$ ;  $p<0.01$ ). Çocuklarını ilköğretimden önce kreş ya da anaokulu gibi eğitim kurumlarına gönderen anne babaların göndermeyenlere göre daha bilinçli tutum sergilemelerinin nedeni çocuklarının gittikleri kurumlardaki oyun arkadaşlarıyla iletişimleri sırasında yaşatıldığını kullandığı tüketim maddeleriyle daha erken tanışmalarına ve birbirlerinden etkilenmelerine, dolayısıyla anne-babaları tarafından daha erken uyarılmaya ihtiyaç duymalarına bağlanabilir. Anne-baba toplam tutum puanları; annenin ve babanın yaşlarına, öğrenim durumlarına, toplam aile gelirine ve birinci çocuğun yaşına göre incelenmiştir. Yapılan t-testi sonucunda söz konusu gruplar arasında anlamlı farklılık olmadığı görülmüştür ( $p > 0.05$ ) (Tablo 9).

Sözü edilen değişkenler her bir tutuma göre analize tabi tutulduğunda, anlamlı farklılıklar saptanmıştır. Örneğin; annelerin yaş gruplarına göre 2, 20, 25, 26, 27 ve 28. tutum maddelerinde anlamlı farklılıklar görülmüştür. 36-40 yaş grubundaki anneler ( $X=4.10$ ), 41 yaş ve üzerindeki annelere göre ( $X=3.58$ ) çocuklarının herhangi bir ihtiyacını satın alırken onların fikirlerini daha çok almaktadırlar ( $f=3.71$ ;  $p<0.05$ ). 30 yaş ve altındaki anneler ( $X=4.00$ ), 31-35 yaş grubundaki annelere göre ( $X=3.36$ ) peşin alışveriş yapmaya daha çok özen göstermektedirler ( $f=4.59$ ;  $p<0.01$ ). 36-40 yaş grubundaki anneler ( $X=4.07$ ), 31-35 yaş grubundaki annelere göre ( $X=3.52$ ) alışveriş sırasında alınacak birkaç ürünü çocuklarına önceden söylemekte ve görünce hatırlatmaları konusunda daha çok yardım istemektedirler ( $f=4.07$ ;  $p<0.01$ ). 41 yaş ve üzerindeki anneler ( $X=3.73$ ), diğer yaş grubundaki annelere ve özellikle 31-35 yaş grubundakilere göre ( $X=2.97$ ) alışveriş listesini daha çok çocuklarıyla birlikte hazırlamaktadırlar ( $f=5.31$ ;  $p<0.01$ ). 36-40 yaş grubundaki anneler ( $X=3.56$ ), 31-35 yaş grubundaki annelere göre ( $X=3.08$ ) çocuklarının kasa ödemelerinde kendilerine yardım etmelerine daha çok izin vermektedirler ( $f=4.15$ ;  $p<0.01$ ). 41 yaş ve üzerindeki anneler ( $X=4.02$ ), 30 yaş ve altındaki annelere göre ( $X=3.60$ ) çocuklarına biriktirdikleri parayla alabilecekleri ürünler konusunda daha çok yol göstermektedirler ( $f=2.86$ ;  $p<0.05$ ).

Verilerden elde edilen sonuca göre her ne kadar genç anneler satın alma sırasında çocuklarının ürün hakkındaki beğenilerini göz önünde bulundursalar da daha önemlisi; anneler, yaşları ilerledikçe çocuklarından satın alma sırasında yardım isteyerek onların direkt alışverişe katılmaları-



nı sağlamakta ve böylece çocuklarının tüketiciliği yaşayarak öğrenmelerine fırsat vermektedirler.

Babaların yaş gruplarına göre de 20, 27 ve 29. tutum maddelerinde anlamlı farklılıklar görülmüştür. 34 yaş ve altındaki babalar ( $X=3.88$ ), 35-40 yaş grubundaki babalara göre ( $X=3.47$ ) alışverişi daha çok peşin parayla yapma eğilimindedirler ( $f=2.96$ ;  $p<0.05$ ). 46 yaş ve üzerindeki babalar ( $X=3.93$ ), 41-45 yaşları arasındaki ( $X=3.25$ ) ve 34 yaş ve altındaki babalara göre ( $X=3.17$ ) çocuklarından kasa ödemeleri sırasında daha çok yardım almaktadırlar ( $f=3.97$ ;  $p<0.01$ ). 46 yaş ve üzerindeki babalar ( $X=4.03$ ), 41-45 yaşları arasındaki babalara göre ( $X=3.45$ ) tüketici olarak tüketim faaliyetlerinde çocuklarına iyi örnek olduklarını daha çok düşünmektedirler ( $f=3.92$ ;  $p<0.01$ ). Babaların yaş gruplarına göre elde edilen sonuçlar bire bir örtüşmese de annelerin yaş gruplarına göre elde edilen sonuçlarla benzerlik göstermektedir. Bu durumda anne-babaların yaşla birlikte deneyimleri arttıkça çocuklarının tüketim davranışlarında daha olumlu etkilerde buldukları söylenebilir.

**Tablo 9. Anne Baba Toplam Tutum Puanlarının Değişkenlere Göre Ortalamaları, Standart Sapmaları ve Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları (n=294)**

Değişkenler	Gruplar	N	$\bar{X}$	S	F	P
Anne yaş (sd=3)	30 ve altı	61	136.25	18.75	1.06	0.36
	31-35	87	134.26	24.69		
	36-40	97	139.35	16.34		
	41 ve üzeri	49	134.37	25.91		
Baba yaş (sd=3)	34 ve altı	69	133.51	20.81	0.74	0.53
	35-40	117	137.55	21.86		
	41-45	75	135.93	21.38		
	46 ve üzeri	33	139.18	20.27		
Anne öğrenim durumu(sd=3)	Okur-yazar, ilkokul	70	133.53	24.37	1.67	0.17
	Orta dereceli okul	33	137.91	21.26		
	Lise ve dengi okul	125	139.18	17.02		
	Yüksekokul/Üniversite	66	133.29	24.56		
Baba öğrenim durumu(sd=3)	Okur-yazar, ilkokul	31	135.10	18.69	1.52	0.20
	Orta dereceli okul	23	133.61	19.11		
	Lise ve dengi okul	130	139.32	18.45		
	Yüksekokul/Üniversite	110	133.83	25.04		
Gelir (YTL) (sd=3)	800 ve altı	108	135.56	22.41	2.16	0.09
	801-1200 arası	61	137.57	22.86		
	1201-1600 arası	60	141.37	16.72		
	1601 ve üzeri	65	131.98	21.06		
Birinci çocuğun yaşı (sd=4)	6 yaş ve altı	18	140.00	27.14	0.82	0.51
	7-11 yaş arası	146	134.86	21.65		
	12-14 yaş arası	49	139.16	24.13		
	15-17 yaş arası	35	139.54	19.83		
	18 yaş ve üzeri	46	134.37	14.58		

Ayrıca anne-babanın yaşları arttıkça alışverişte çocuklarının kendilerine yardım etmesine izin vermelerinin bir nedeni, çocuklarının da yaşça büyük olmasından kaynaklanabilir. Nitekim Foxman, Tansuhaj ve Ekstrom'un

(1989) yapmış oldukları araştırmada yaşça büyük çocukların, yaşça küçük olan çocuklara göre ailenin ürün seçim kararlarında daha büyük etkiye sahip oldukları bulunmuştur ( $p < 0.01$ ). Rust (1993) tarafından yapılan araştırmada da büyük çocukların %12'sinin alışverişi önceden anne babalarıyla planladıkları ve önceki iletişime bağlı olarak mağazada ürünü direkt tercih ettiklerini, bazen de bu çocukların bir liste tuttıkları ve bu listeye göre alışveriş yaptıkları gözlenmiştir. Dolayısıyla çocuklara, tüketim kararlarına katılmaları ve aile sorumluluklarını paylaşmaları için fırsatlar verildiğinde tüketici becerilerini daha kolay öğrenmektedirler (Moschis,1985). Benzer şekilde Lanchance, Legauli ve Bujold (2000) da çalışmalarında aile tüketici görevlerine katılan çocuklar üzerinde ebeveyn kontrolünün daha fazla olduğu, çocukların daha itaatkâr davrandıkları ve bu çocukların tüketici sosyasyonu deneyimine daha çok sahip oldukları saptanmıştır ( $p < 0.001$ ).

Annelerin eğitim durumlarına göre her bir tutum cümlesi incelendiğinde; 11, 17, 18, 20, 25 ve 28. tutum maddelerinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bulgulara göre her ne kadar ilkokul mezunu ve daha az eğitilmiş anneler ( $X = 3.91$ ), lise mezunu annelere göre ( $X = 3.48$ ) peşin alışverişi daha çok tercih etseler de ( $f = 3.35$ ;  $p < 0.05$ ); lise mezunu anneler, ilkokul mezunu annelere göre satın alma planı yapma ( $X_1 = 3.96$ ;  $X_2 = 3.57$ ) ( $f = 3.80$ ;  $p < 0.05$ ), önceden satın almayı kararlaştırdıkları ürünleri hatırlatmaları için çocuklarından yardım isteme ( $X_1 = 3.94$ ;  $X_2 = 3.50$ ) ( $f = 3.23$ ;  $p < 0.05$ ) ve biriktirdikleri parayla satın alabilecekleri ürünleri gösterme konularında ( $X_1 = 3.96$ ;  $X_2 = 3.56$ ) ( $f = 3.03$ ;  $p < 0.05$ ) daha çok puan almışlardır. Lise mezunu anneler, aynı zamanda üniversite mezunu annelere göre de satın alma sırasında alışveriş listesinin dışına çıkmama konusunda çocuklarını uyarma ( $X_1 = 3.48$ ;  $X_2 = 3.06$ ) ( $f = 3.02$ ;  $p < 0.05$ ) ve tüketici olarak savurganlıktan kaçınma konularında ( $X_1 = 4.07$ ;  $X_2 = 3.65$ ) ( $f = 3.47$ ;  $p < 0.05$ ) daha çok puan almışlardır.

Elde edilen veriler ışığında lise mezunu annelerin ilkokul mezunu annelere göre daha çok satın alma planı yaptıkları ve çocuklarına karşı daha eğitici tutumlar sergiledikleri, üniversite mezunu annelere göre ise daha tasarruflu ve sistemli alışveriş tutumu gösterdikleri söylenebilir. Carlson ve Grossbart'a (1988) göre ihmalcî anne babalar çocuklarıyla sınırlı iletişim kurarlar ve daha az tartışma eğilimi gösterirler. Muhafazakâr anne babalar ise daha çok tüketici sosyasyonu amaçlarına sahiptirler; tüketimle ilgili daha çok iletişimde bulunurlar; kontrolden, müdahaleden ve çocukların isteklerini gerçekleştirmekten çok, iletişimle tüketiciliği öğrenmeyi artırmaya çalışırlar. Bu açıklama doğrultusunda, eğitim düzeyi açısından bakıldığında denilebilir ki, bu çalışmadaki üniversite mezunu anneler daha çok ihmalcî, lise mezunu anneler ise daha çok muhafazakâr tutumlar sergilemektedir.

Babaların eğitim durumlarına göre tutum cümleleri ayrı ayrı incelendiğinde; 7, 20, 23 ve 30. tutum maddelerinde anlamlı farklılıklar bulunmuştur. Bulgulara göre lise ( $X = 3.80$ ) ve üniversite ( $X = 3.80$ ) mezunu babaların, ortaokul mezunu babalara göre ( $X = 3.08$ ) reklâmların her zaman doğru bilgiler vermediği konusunda çocuklarını daha fazla uyardıkları ( $f = 3.52$ ;  $p < 0.05$ ) saptanmıştır. Lise mezunu babaların, üniversite mezunu babalara göre peşin alışverişi tercih etmede ( $X_1 = 3.78$ ;  $X_2 = 3.32$ ) ( $f = 3.46$ ;  $p < 0.05$ ); tüketici hak ve sorumluluklarının bilincinde olduklarını düşünmede ( $X_1 = 3.75$ ;  $X_2 = 3.41$ ) ( $f = 2.69$ ;  $p < 0.05$ ) ve tüketimle ilgili bilgilerinin çocuklarını bilinçlendirme



konusunda yeterli olduğuna inanmada ( $X_1=3.67$ ;  $X_2=3.28$ ) ( $f=4.67$ ;  $p<0.01$ ) daha fazla puana sahip oldukları bulunmuştur.

Ailenin toplam aylık gelirine göre anne baba tutumlarına tek tek baktığında, 10, 11, 12, 24 ve 26. tutum maddelerinde gelir grupları arasında fark görülmüştür. Geliri 1601 YTL ve üzerinde olan anne babalar ( $X=2.89$ ) daha düşük gelir gruplarındakilere göre (800 YTL ve altı= $3.42$ ; 801-1200 YTL= $3.60$ ; 1201-1600 YTL= $3.83$ ) çocuklarını alışveriş sırasında önceden tespit edilenlerin dışında bir şey istememeleri konusunda daha az uyarmaktadırlar ( $f=7.76$ ;  $p<0.001$ ). Benzer şekilde geliri 1601 YTL ve üzerinde olan anne babalar ( $X=2.93$ ), geliri 801-1200 YTL arasındaki ( $X=3.60$ ) ve 1201-1600 YTL arasındaki ( $X=3.46$ ) anne- babalara göre çocuklarını satın alma öncesinde alışveriş listesi yapmaları ve bu listenin dışına çıkmamaları gerektiği konusunda daha az uyarmaktadırlar ( $f=3.84$ ;  $p<0.05$ ). Ayrıca geliri 1601 YTL ve üzerinde olan anne babalar, geliri 1201-1600 YTL arasında olan anne babalara göre çocuklarının doğru alışveriş davranışı kazanmaları için parayı doğru kullanmayı öğrenmeleri konusundaki isteklerinde ( $X_1=3.92$ ;  $X_2=4.43$ ) ( $f=3.50$ ;  $p<0.05$ ); kendi tükettiği ürünleri takip etme işini çocuklarına bırakarak onları izleme konusunda ( $X_1=3.15$ ;  $X_2=3.78$ ) ( $f=4.07$ ;  $p<0.01$ ) ve çocuklarıyla birlikte alışveriş listesi hazırlamada ( $X_1=3.07$ ;  $X_2=3.61$ ) ( $f=2.69$ ;  $p<0.05$ ) daha az duyarlıdırlar.

Bu verilere göre anne-babaların gelirleri arttıkça, çocuklarının tutumlu alışveriş yapmaları ve parayı kullanarak tüketiciliği öğrenmeleri konusunda daha esnek tutumlar sergiledikleri, dolayısıyla çocuklarının savurgan ve dikkatsiz tüketici kimliği kazanmasına zemin hazırladıkları söylenebilir. Beatty ve Talpade (1994), çift gelirli ailelerde anne-babalar daha denk bütçeye sahip ve daha “meşgul” olduklarını ve bu nedenle ailelerin çocuklarına daha az zaman ayırdıkları için kendilerini “suçlu” hissettiklerini, vicdanlarını rahatlatmak adına da çocukları bir şeyler istediği zaman daha hoşgörülü davrandıklarını savunmaktadırlar.

İlk çocuğun yaşı temel alınarak anne-baba tutumları tek tek ele alındığında 3 ve 5. tutum maddelerinde ilk çocuğun yaş gruplarına göre anlamlı farklılıklar görülmüştür. 15-17 yaş grubu çocuğu olan anne-babalar ( $X=4.00$ ), 18 yaş ve üzerinde çocuğu olan anne babalarına göre ( $X=3.33$ ) reklamları genelde çocuklarıyla birlikte izlediklerini ve onların yanında yanlış bilgi verenleri eleştirdiklerini belirtmişler ( $f=2.65$ ;  $p<0.05$ ), bunu destekler şekilde de çocuklarının reklamlardan etkilenerek alışveriş yaptıklarını 12-14 yaş grubunda çocuğu olan anne-babalara göre daha az vurgulamışlardır ( $X_1=2.45$ ;  $X_2=3.22$ ) ( $f=2.46$ ;  $p<0.05$ ). Elde edilen bulgu çocukta tüketicilik kimliğinin gelişim evrelerine göre beklenen bir sonuçtur. John'un (1999) analizlerine göre çocuklar 8 yaşından itibaren reklamların niyetini (satın almaya ikna etmek) anlayıp ona karşı bilişsel bir savunma mekanizması geliştirmelerine rağmen tanıtılan ürünleri satın almaktan kendilerini alıkoynamazlar. 12-14 yaşlarını içeren ön ergenler ise reklâmı sosyal etkileşimin, yaşlılarla iletişimin ve bir grubun üyesi olmanın aracı olarak gördükleri için reklâmın etkilerinden kurtulamazlar. Ancak çocuklar 15-17 yaşlarına geldiklerinde çok yönlü (analitik) düşünebildikleri için farkında oldukları etkiye karşı direnebilirler.

## SONUÇ

Çocuklarının tüketim davranışlarına anne-babaların etkisini belirlemek amacıyla 294 anne-baba üzerinde yürütülen çalışmada; anne-babaya yönelik 38 maddeden oluşan tutum ölçeği kullanılarak farklı değişkenlere göre elde edilen bulgular yorumlanmıştır. Elde edilen verilere göre anne babalar, para idaresini öğrenebilmesi için haftalık harçlıkları dışında ek para vermeme tutumunu kız çocukları üzerinde daha fazla uygularken, erkek çocuklarında daha esnek davranabilmektedirler ( $p<0.05$ ).

Anne-babalar 15-17 yaşlarındaki çocuklarıyla birlikte reklâmları daha fazla izleyip eleştirmekte ve bunun sonucu olarak da bu yaş grubundaki çocuklar reklâmlardan daha az etkilenmektedir. Çalışan anneler çocuklarının ihtiyaçlarını satın alırken onun fikrini alma, çocuklarının yanlış tüketim davranışlarında onları uyarma ve çocuklarının harçlıklarını nasıl değerlendirdiklerini kontrol etme konusunda çalışanannelere göre daha duyarlı davranmaktadırlar ( $p<0.05$ ).

Çocuklarını ilköğretimden önce anaokuluna ya da kreşe gönderen anne babalar, göndermeyenlere göre abur-cubur yiyeceklerin neden tüketilmemesi gerektiğini ( $p<0.05$ ), reklâmların neden her zaman doğru bilgiler vermediğini ( $p<0.01$ ) daha fazla açıklamakta; çocuklarının ihtiyaçlarını satın alırken onların fikirlerini daha fazla almakta ( $p<0.01$ ) ve harçlıklarını nasıl değerlendirdiklerini daha çok kontrol etmekte ( $p<0.01$ ); bunların sonucunda da bu ailelerin çocukları reklâmlardan daha az etkilenerek alışveriş yapmaktadır ( $p<0.01$ ).

Genç yaştaki anne ( $p<0.01$ ) ve babalar ( $p<0.05$ ), ileri yaştaki hemcinslerine göre; eğitim düzeyi düşük anne (ilkokul) ve babalar (lise), eğitim düzeyi yüksek anne (lise) ve babalara (üniversite) göre ( $p<0.05$ ) peşin alışverişi daha çok tercih etmektedirler. Anneler 35 yaşından itibaren çocuklarıyla alışverişte daha çok görev paylaşımında bulunmaktadır ( $p<0.01$ ). Annelerin yaşları arttıkça alışveriş listesini çocuklarıyla birlikte hazırlamaya ( $p<0.01$ ), kasa ödemelerini çocuklarına yaptırmaya ( $p<0.01$ ), çocuklarının biriktirdikleriyle satın alabilecekleri ürünler konusunda yol göstermeye ( $p<0.05$ ) daha çok dikkat etmektedirler. Babalar da tıpkı anneler gibi yaşları ilerledikçe çocuklarının kasa ödemelerinde etkin olmalarına daha fazla izin vermektedirler ( $p<0.01$ ).

Lise mezunu anneler, ilkokul mezunu annelere göre daha çok satın alma planı yapmakta ( $p<0.05$ ); üniversite mezunu annelere göre de alışveriş listesinin dışına çıkmama konusunda çocuklarını uyarma ve listedekileri hatırlatmaları konusunda onlardan yardım alma, savurganlıktan kaçınma ve biriktirdikleri parayla satın alabilecekleri ürünleri gösterme konularında daha duyarlı oldukları saptanmıştır ( $p<0.05$ ).

Genellikle bireyin eğitim düzeyi yükseldikçe daha bilinçli tüketici olması gerektiği düşünülürken üniversite mezunu annelerin lise mezunu annelere göre bazı satın alma prensiplerinde daha az duyarlı olmaları beklenmeyen bir bulgu ortaya çıkarmıştır. Diğer ilginç bir bulgu ise aile gelirine göre anne-baba tutum puanlarında ortaya çıkmıştır. Anne-babanın gelirleri yükseldikçe çocuklarıyla birlikte alışveriş listesi yapmada ( $p<0.05$ ), çocuklarına alışveriş listesi yaptırmaya ve bu listenin dışına çıkmamaya özendirme ( $p<0.05$ ), çocuklarının kendi tükettikleri ürünleri takip etmeleri konu-



sunda teşvik etme ( $p < 0.01$ ) ve parayı doğru kullanmayı öğretme konularında ( $p < 0.05$ ) daha az istekli olmalarıdır.

Sonuçta anne babalar;

1.Çocuklarına bağımsız satın alma hakkı tanıyarak,

2.Reklâmların aldaticılığı konusunda çocuklarını uyararak,

3.Alişveriş listesini çocuklarıyla birlikte hazırlayıp alışverişe katılmalarını sağlayarak,

4.Çocuklarına düzenli olarak harçlık verip harcama şeklini kontrol ederek onların erken yaştan itibaren doğru tüketici kimliği kazanmalarını sağlayabilirler.

5.Ayrıca anne ve babanın çocuklarının tüketim davranışlarına model olabilmesi için örgün ve yaygın eğitim kurumlarında eğitime tabi tutulmaları önerilebilir ve üniversiteler bünyesinde gerekli programların hazırlanması sağlanabilir.

#### **KAYNAKÇA**

Akgül, A. 2003. Tıbbi Araştırmalarda İstatistiksel Analiz Teknikleri "SPSS Uygulamaları", Emek Ofset, 2.baskı, Ankara.

Belch, G. E., Belch, M. A. ve Ceresion, G. 1985. Parental and Teenage Child Influences in Family Decision Making. *Journal of Business Research*,13; 163-176.

Beatty, S. E. ve Talpade, S. 1994. Adolescent Influence in Family Decision Making: A Replication with Extension. *Journal of Consumer Research*,21(2), September; 332-341.

Carlson, L. ve Grossbart, S. 1988. Parental Style and Consumer Socialization of Children. *Journal of Consumer Research*,15, June; 77-94.

Çiftçi, O. 1991. Çocuğun Sosyalleşmesinde Ailenin Rolü. *Aile ve Toplum*,1(2):19-22.

Dursun, Y. 1993. Gençlerin Tüketici Rolünü Kazanmaları. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Foxman, E.R., Tansuhaj, P.S. ve Ekstrom, K.M. 1989. Adolescents' Influence In Family Purchase Decisions: A Socialization Perspective. *Journal of Business Research*,18; 159-172.

Gönen, E. ve Özgen, Ö. 1992. İlkokul Çocuklarının Tüketim Davranışları Üzerinde Bir Araştırma. Ankara: Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları (Yayın No:1270/703).

Gönen, E. Özgen, Ö. , Babekoğlu, Y. ve Ufuk, H. 2000. Gençlerin Tasarruf ve Tüketim Davranışları Üzerinde Bir Araştırma. *Türkiye Sosyal Araştırmalar Dergisi* (1): 179-204.

Gönen, E. , Özgen, Ö. , Y. Babekoğlu ve Ufuk, H. 2001. Gençlerin Tüketici Davranışlarının Bir Model Yaklaşımı ile İncelenmesi. *H. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*,19(1): 137-166.

John, D. R. 1999. Consumer Socialization of Children: A Retrospective Look at Twenty-Five Years of Research. *Journal of Consumer Research*, (26):183-213.

Lachance, M., Legauli, J. F. ve Bujold, N. 2000. Family Structure, Parent-Child Communication, and Adolescent Participation in Family Consu-

mer Tasks and Decisions. Family and Consumer Sciences Research Journal,29(2): 125-152.

Lee, C. K.C. ve Beatty, S.E. 2002. Family Structure and Influence in Family Decision Making. Journal of Consumer Marketing, 19(1), 24-41.

Mangleburg, T.F, Grewal, D. ve Bristol, T. 1999. Family Type, Family Authority Relations, and Adolescents' Purchase Influence. Advances in Consumer Research,26: 376-384.

McNeal, J.U. 1992. Kids as Consumers: A Handbook of Marketing to Children. Lexington Books, NewYork.

Moschis, G.P. 1985. The Role of Family Communication in Consumer Socialization of Children and Adolescents. Journal of Consumer Research,(11): 898-913.

Palan, K. M. ve Wilkes. R. E. 1997. Adolescent-Parent Interaction in Family Decision Making. Journal of Consumer Research,24:159-169.

Rust, L. 1993. Observations:Parents and Children Shopping Together: A New Approach to the Qualitative Analysis of Observational Data. Journal of Advertising Research, 33(4):65-70.

Özgen Ö, Demirci, A., Taş A.S, 2006. "Media, Materialism and Socialization of Child Consumers", 8th International Conference on Education. Athens, Greece, 25-28 Mayıs 2006.

Soreh, N. A. ve Bener, Ö. 1995. Üniversite Öğrencilerinin Taksitle Satın Alma Davranışları. Standard Ekonomik ve Teknik Dergi, 34 (404): 71-75.

Tezel Özbek, Z. 2002. 12-14 Yaş Adölesan Çağındaki Kız Çocukların Giysi Seçimi ve Modayla İlgilenme Durumları. Standard Ekonomik ve Teknik Dergi, 41(483): 37-43.

\*\*\* Selçuk Üniversitesi, Mesleki Eğitim Fakültesi, Aile Ekonomisi ve Beslenme Eğitimi Bölümü, Ev Yönetimi ana bilim dalı öğretim üyesi, Konya, Yrd.Dr. seherersoy72@mynet.com



## SÜRDÜRÜLEBİLİR KENTLEŞME OLGUSU VE AZERBAIJAN

Halil İbrahim AYDINLI\* Eyüp ZENGİN\*\*

**Özet:** Kentler, bireylerin ikamet etme, yerleşme, kültürel faaliyetlerini karşılama ve iyi vakit geçirmek gibi ihtiyaçlarını karşıladığı sürekli toplumsal gelişme içinde bulunulan mekanlardır. Kentleşme ise kent sayısının ve bu kentlerde yaşayan nüfusun artması anlamına gelmektedir.

Kentleşme özellikle sanayi devriminden sonra değişen ekonomik koşulların bir sonucu olarak yeni kentler oluşması ve varolan kentlerin demografik yapısının orantısız şekilde artması sonucunu ortaya çıkaran bir süreçtir. Nüfusun hızlı artışı kentlerdeki temel ihtiyaçların karşılanmasında önemli yetersizlikler oluşmasına zemin hazırlamıştır. Kentlerin ve kentlerde yaşayan insanların karşılaştıkları sorunlar bir an önce çözülmediği takdirde, insan hayatı için önemli riskler oluşturabilecektir.

Kentleşmeden kaynaklanan çeşitli sorunlar için devlet, gönüllü kuruluşlar ve bireyler ortak payda altında hareket etmeli yaşam kalitesinin korunması amaçlanarak gerekli tedbirler alınmalıdır. Bunun için de sürdürülebilir kentlerin oluşumu zorunludur.

Azerbaycan'da plan teşkilatlarının kurulması ve bu alanda uzmanların yetiştirilmesi kentleşmenin ilmi esaslarla yürütülmesine büyük ölçüde yardımcı olmuştur. Ülkenin kendine has olan doğal iklimi kent planlarına gereken şekilde yansımakta, kentlerde kurulmuş olan yerleşim birimlerinin estetik yönden yetersizliği söz konusu olmaktadır.

### Phenomenon Of Sustainable Urbanization And The Case Of Azerbaijan

**Abstract:** Cities are places where individuals inhabit, meet their cultural needs. Urbanization means an increase both the number of cities and people who inhabit them.

Urbanisation is the result of the creation of new cities and the transformation of the existent ones after the industrial revolution. A rapid increase in the demographic structure caused a problem in meeting primary needs in cities. In case of a failure to solve the problems with which people of the first and second world countries face, life of those people will be in great danger.

To get to grips with the problems which were created by urbanisation, state and non-governmental organisations should cooperate. To reach this aim it is necessary to establish sustainable cities.

Establishment of planning organisations and recruiting personnel made

\* Yard. Doç. Dr. ,Sakarya Üniversitesi Geyve Meslek Yüksekokulu

\*\* Dr. , Türk İşbirliği ve Kalkınma Ajansı

*it possible fort hem to introduce urbanisation on scientific principles. Natural climate of the country is not reflected enough on the city planning. Founding of cities on empty fields at recent times reflects problem in terms of ascetics.*

## GİRİŞ

Sanayi devrimi ile hızlanan ve önceleri sanayi ülkelerinde daha sonra da bütün dünyada hızla gelişen kentler, kent olarak büyük sorun alanları görünümü vermektedir (Görmez, 1997: 18). Kent, demografik, fiziki ve ekonomik yönlerden gelişme gösterdikçe, bütün çevre şartlarını etkiler (İspir, 1991: 93). Kent sayısının artması ve kentlerde yaşayan insan sayısının artması şeklinde tanımlanabilecek kentleşme, çevre sorunlarının sebebi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yirminci yüzyıldaki hızlı nüfus artışı ve kentleşme, insanın doğa ile olan ilişkilerinden oluşan sistemde, yani ekosistemde, kimi dengesizliklerin doğmasına yol açmıştır. Artan kent nüfusunun ihtiyacı olan besin maddelerinin üretim ve dağıtım, ulaşım araçlarının hızla artması sanayileşmenin ve teknolojik ilerlemelerin doğal çevre üzerinde yarattığı olumsuz etkiler, “çevre sorunları” adı altında toplanan, türlü sorunlara güncel bir önem kazandırmıştır (Keleş, 1996: 442).

Nüfusun belirli bir alanda yoğunlaşmasının olası birçok açıklaması varsa da, temel neden bu yoğunlaşmadan sağlanan yığın ekonomileri (agglomeration economics) dir. Ancak kentlerin sağladığı yığın ekonomileri nedeniyle zaman içerisinde nüfusun aşırı yoğunlaşması sonuçta bazı sorunların ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Kentlerde ortaya çıkan sorunlardan en önemlilerinden bir tanesi hava kirliliğidir. Diğer bir olumsuzluk örneği, trafik tıkanmalarıdır. Tasarruf eğilimindeki düşme ve tüketim alışkanlıklarındaki değişme, düşük verimli „marjinal sektörün“ gelişmesi vb.leri diğer kent olumsuzluklarından bazılarıdır. Kısaca kentler sağladıkları yığın ekonomileri nedeniyle var olur ve gelişirken, optimal ve optimalden daha büyük bir genişliğe ulaşmaları sonucunda bazı sorunları da bünyelerinde taşımaktadırlar (Ertürk, 1998: 86-87).

## KENTLEŞME

Kentleşme olgusu dar anlamda, kent sayısının ve kentlerde yaşayan nüfusun artması olarak tanımlanabilir. Ancak kentleşme olgusu sadece bir nüfus hareketi olmayıp toplumlarda sosyo-ekonomik değişme özelliklerini yansıtan bir olgudur. Bu bağlamda „kentleşme, sanayileşme ve ekonomik gelişmeye koşut olarak kent sayısının artması ve bugünkü kentlerin büyümesi sonucunu doğuran, toplum yapısında artan oranda örgütlenme, işbölümü ve uzmanlaşma yaratan, insan davranış ve ilişkilerinde kentlere özgü değişikliklere yol açan bir nüfus birikimi sürecidir“ (Keleş, 1996: 22).

Kentleşme olgusunun giderek artan hızı, doğa üzerinde olumsuz etkileriyle birlikte pek çok çevre sorununu da beraberinde getirmiştir. Özellikle kentleşmenin yüksek, buna karşın yerleşilebilir alanların sınırlı oluşu toprağın tarımsal kullanımdan kentsel kullanıma dönüşümünü hızlandırmıştır. Kentler çevre sorunlarının olumsuz etkilerinin yoğun olarak yaşandığı mekanlar haline gelmiştir. Bunun sonucunda ekolojik dengelerin gözetildiği, yaratılan kirlenmenin en aza indirildiği bir planlama sistemi geliştirilmesi ihtiyacı doğmuştur ve böylece ekolojik planlama kavramı gündeme gelmiştir (Yılmaz ve Duman, 2001: 125-133).

Nüfusun hızlı artışıyla birlikte konut, sosyal hizmetler, sağlık hizmetleri, altyapı, ulaşım, istihdam gibi bir çok alanda önemli derecede yetersizliklerle karşılaşmaktadır. Bunun sonucunda düzensiz kent gelişimi ile birlikte çevre sorunlarında geometrik artışlar gözlenmektedir (Ceritli, 1995: 16).



Kentleşme, kentlerin büyümesi, yeni kentsel yerleşmelerin ortaya çıkması ve ekonomik sektörler arasında toprak paylaşma savaşımı nüfusun çevreye etkisinin yönünü ve derecesini etkileyecektir. Batı toplumlarında gözlenen kentleşme gelişiminin bir örgütlenme biçiminin mekana yansımaları da içermektedir. Daha açık bir anlatımla, kentleşme süreci, kentlerin gelişmesi, büyümesi, yeni kentsel yerleşmelerin ortaya çıkması, ekonomik sektörlerin mekanı paylaşması, yani sektörler arası toprak kullanımını mücadelesidir (Keleş ve Hamamcı, 1997: 55-56).

Hızlı kentleşme ve ona bağlı olarak kentsel yerleşmelerin yapısında meydana gelen bazı olumsuz gelişmeler, hava kirliliğinin en önemli nedenlerinden biridir. Bu grup altında sıralanabilecek etmenler arasında, kentsel nüfus yoğunluğunun artması, kentsel alan kullanımının topoğrafik ve meteorolojik koşullara uygun olmayan bir karakter kazanması büyük önem taşımaktadır. Bu iki alt-unsurun etkin olması sonucunda ortaya çıkan; yeşil alan yetersizliği, ısınma sisteminin gelişen koşullara uygun bir biçimde geliştirilememesi, ulaşım araçlarında ve özellikle motorlu taşıt sayısındaki artış ve atık tasfiyesindeki yetersizlikler, hava kirliliğine doğrudan yol açan etmenlerdir (Altuğ, 1990: 28).

Doğal olarak kentleşmenin insan yaşamını kolaylaştıran bir çok fonksiyonunun bulunmasının yanısıra, bir arada yaşamın getirdiği çeşitli sorunları da bulunmaktadır. Bunlar genel başlıkları ile; düzensiz yapılaşma ve gecekondulaşma, alt yapı yetersizliği, gürültü ve hava kirliliği, trafik, katı atıklar, sağlıklı içme suyunun temin edilmesi, kanalizasyon, ulaşım gibi belli başlı sorunların yanısıra; gelirin adaletsiz dağılımı, insan yaşamında tek düzelğin ortaya çıkması (rutinleşme) gibi çeşitli ruhsal sorunlar şeklinde sıralanabilir (Gökdayı, 1997: 91).

Kentleşme ve sanayileşme, toplumun ekonomik ve toplumsal gelişmesine katkıda bulunan olumlu etmenleri kentlerde toplamakla birlikte, hava ve su kirlenmesi, gürültü, sanayi ve yapım etkinlikleri için toprağın aşırı derecede kullanılması gibi çevre üzerindeki olumsuz sonuçları da ortaya çıkarmaktadır. Konutlardan ve sanayi kuruluşlarından atılan artık sularla katı maddelerin taşınması, kentlerin temizliği, ulaşımın örgütlenmesi kentsel yaşamın kalitesinin genel olarak bozulması, nüfus birikiminin dolaysız sonuçları olarak ortaya çıkmaktadır (Keleş, 1996: 445).

Kentlerde yoğunlaşan çevre sorunlarıyla birlikte zorlaşan yaşam şartlarıyla da mücadele içinde olan günümüz insanı; bedensel, psikolojik ve sosyal sorunlarıyla içiçe yaşamak zorunda kalmaktadır. İnsanda ve onun yaşadığı çevrede oluşan bu olumsuz değişim, çağımız insanının rekreasyon gereksiniminin büyük ölçüde artmasına yol açmaktadır. Bu durumda kentli, zaman zaman rekreasyona ulaşmak amacı ile, bir parçası olduğu ancak koparıldığı doğaya geçici de olsa dönmenin yollarını aramaktadır. Bununla beraber kent yakın çevrelerinde doğal nitelikli, işlevsel kırsal rekreasyon alanlarının çok az bulunması ve var olanların da giderek azalması; insanların ekonomik imkanları ve zamanları ölçüsünde, rekreasyonel amaçlarla çok daha uzak yörelerdeki rekreasyonel turizm alanlarına yönelmelerini zorunlu kılmaktadır. Kentsel alanlarda yaşayanların, kent yaşamının monotonluğu ve bunalımından kaçma arzusu, turizm ve rekreasyon faaliyetlerini etkileyen önemli faktörlerden birisidir (Aslan, 1993: 24).

Hava ve su kirlenmesi, kıyıların kapışılması, kentlerin kirliliği, trafik tıkanıklıkları, yaya haklarının çiğnenmesi, konut ve işyeri yapımının açık ve yeşil alanları alabildiğine daraltması, tarım topraklarının, doğal ve tarihsel değerlerin zarar görmesi çarpık ve düzensiz kentleşmenin doğrudan sonuçlarıdır (Tokuçoğlu, 1993: 19).

Birey ve toplumun yaşantısını etkileyen dış koşulların tümüne birden kentsel çevre adı verilir. Kent ise, insanı ve doğayı içinde barındıran

bir ekosistemdir. Kentte yaşayanların biyolojik (su, hava, besin maddeleri, barınak ve çöplerin imhası) ve kültürel (örgütlenme, ekonomik sistemler, teknoloji, ulaşım ve haberleşme) gereksinimleri, bu eko sistem içindeki ilişkileri ortaya koyarlar.

Gerçekten insanların gittikçe büyüyen kentsel yerleşme bölgelerinde yaşamaya başlamaları bir yandan insan ile doğa, öte yandan insan ile insan arasındaki ilişkilerin olumsuz yönde gelişmesinin nedeni olmuştur (Gürpınar, 1992: 73).

Gerek gelişmiş ülkelerde, gerekse gelişmekte olan ülkelerde, kentlerin bugün karşılaştıkları sorunlar, gerekli tedbirler alınmadığı takdirde, insanlığın yaşama mücadelesinde önemli riskler meydana çıkaracak niteliktedir. Bunlar, ulusal, bölgesel ve hatta küresel ölçekte önemli istikrarsızlıklar da neden olacaktır. Konut sıkıntısı, gecekondulaşma, yoksulluğun ve suç oranlarının artması, zengin ile fakir arasındaki uçurumun büyümesi, sağlık sorunları, altyapı yetersizliği, trafik tıkanıklığı, çevre kirliliği, yeşil alanların azalması, mevcut yapı stokunun eskimesi, yabancılaşma vb. sorunlar, dünyada bütün kentlerin karşılaştıkları ortak problemlerdir (Eryılmaz, 1996: 179-180).

Kentleşmeden kaynaklanan çevre sorunlarının çözümü için devlet, gönüllü kuruluşlar ve bireyler birlikte hareket etmeli, kentlerde yaşam kalitesinin korunmasının sağlanabilmesi için sürdürülebilir kentler oluşturulması gerekmektedir. Bunun için ise kentlerin "yönetilebilir kılınması" ve kentlerdeki yoksulluğun azaltılabilmesini sağlayacak sosyal ve ekonomik politikalar uygulanmalıdır. Bu politikaların oluşturulabilmesi ve uygulanabilmesi, bütün toplumsal kesimler tarafından benimsenebilecek özellikler taşımasına bağlıdır.

## **SÜRDÜRÜLEBİLİR KALKINMA VE SÜRDÜRÜLEBİLİR KENTLEŞME**

Sürdürülebilir kalkınmanın yaygın olarak bilinen tanımlardan birisi "Ortak Geleceğimiz" raporunda geçmektedir: "Gelecekteki nesillerin ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden taviz vermeden bugünün ihtiyaçlarını karşılayan kalkınma". Bu tanım altında, sosyal, ekonomik, ve çevresel maliyetler ve faydalar noktasında adalet fikri yatmaktadır. Ancak, sürdürülebilir kalkınmaya yakın zamanlarda getirilen tanımlar, insan-merkezli bir unsur barındırmalarına rağmen, esasen çevreyi düşünmektedir (Şekur, 1996: 100-101).

Sürdürülebilir kentler kavramına gelince burada yine de insan gereksinimlerine günümüz kentlerinden daha iyi yanıt veren kentlerin oluşturulmasının yanı sıra, kent sistemlerinin gelecek kuşakların ihtiyaçlarını engellemeyecek bir biçimde geliştirilmesi gerekliliğini tanımlamaktadır. Sürdürülebilir kentler düşüncesinin bu biçimde kavramlaştırılması, sürdürülebilir kalkınma stratejisinin kavramsal içeriğine uygun düşmektedir. Bu bağlamda sürdürülebilir kentler düşüncesinin içeriği, amaçları, sürdürülebilir kalkınmaya ilişkin genel bilgilerden çıkarılabilmektedir (Ertürk, 1996: 175).

Sürdürülebilir kentlerde nüfusun artış düzeyi ve insan kaynaklarının nitelikleri önemli bir yer tutmaktadır. Bu nedenle kentlerde bir yandan nüfus artışı kontrol altına alınırken, diğer yandan eğitimde, sağlık hizmetlerinde, beslenmede, barınmada sağlanacak iyileşmeler yolu ile nüfuzun niteliksel gelişimi sağlanmalıdır. Bu bağlamda kentlerde nüfus sorunu insanların kaynaklarından adil bir biçimde yararlanabilmesi amacını da içermektedir. Bu açıdan kentlerdeki işsizlik sorununun çözümünün yanı sıra istihdam sorunlarının da çözümü önem kazanırken, iş güvencesinin sağlanması gerekmektedir (Zengin ve İbrahimov, 2001).



Sürdürülebilirliğin bir de sosyal yönü vardır. İnsanların çeşitliliğini korumak için onların kişiliklerini özellikle sağlık ve eğitim yoluyla gerçekleştirmelerine izin vermemiz gerekir. Hatta insanların sağlığına ve eğitimine yapılan yatırımın, özellikle küresel rekabet çağında önemli bir faktör olduğunu söylemek de mümkündür. Bu tür sermayenin sürdürülebilmesi için, eğitim, sağlık ve diğer sosyal hizmetlere yatırımın devam ettirilmesi gerekmektedir. Sürdürülebilirlik aynı zamanda insan ırkının her birimizi destekleme kapasitesidir, insan potansiyelinin küçülmesine ve kaybına yol açacak yalnızlık duygularını aşabilmek demektir (Nüfus ve Hayat Kalitesi Bağımsız Komisyonu, 1997: 81).

Kentler, insanların yerleşme, barınma, çalışma, dinlenme, eğlenme ve özellikle kültürel gereksinmelerini karşıladığı, sürekli toplumsal gelişme içinde bulunan mekanlardır. Yaşayan bir organizma olan kentlerin yaşamlarını sürdürebilmeleri için kentlere özgü niteliklerin, devamlı olması gerekmektedir (Cebeci ve Çakılcıoğlu, 2002).

Kentlerin yüzeyde görece büyük boşluklar bırakarak gelişmesi sonucunda oluşan yörekentlerde yaşayan insanlar, kent merkezi ile ekonomik, toplumsal ve kültürel açılardan bağımlılık ilişkisi içindedirler. Oturma alanlarından kent merkezine yapmak zorunda oldukları gündelik gidiş gelişlerde özel arabaların kullanımını, ulaşım maliyetleri ile enerji tüketimini artırmaktadır. Ayrıca tarım topraklarının bu yöntemle kentsel gelişime açılması ve daha sonra oluşan gelişmeler sonucunda o bölgedeki doğal denge olumsuz yönde etkilenmektedir (Bayram, 2001: 251-263).

Çevre değerlerindeki aşınma, gerek kentteki toplumsal ve ekonomik ilişkilerin bir sonucu ve gerekse insanların kaynakları kullanmaları sonucunda ortaya çıkan her türlü atıkların dışarıya verilmesi ile artmaktadır. Ayrıca olumsuz sonuçları önleyici gerekli düzenlemelerin yeterince olmayışı var olan durumu daha da zorlaştırmaktadır. Kentler, çevresel değerleri olumsuz etkilemesine rağmen, yaşam biçimi olarak önümüzdeki yıllarda da kaçınılmaz olarak insanlığın gelişimine damgasını vuracaktır. 20. Yüzyıl sonunda en önemli gelişmelerden biri dünya nüfusunun %50'sinin kentlerde yaşıyor olmasıdır. Dünya nüfusunun kentleşme eğilimi 21. Yüzyılda daha da güçlenerek devam edecektir. Özellikle kentlerin metropolitenleşmesi daha da hızlanacak ve bu metropollerden çoğu gelişmekte olan ülkelerde yer alacaktır.

Kentlerde yaşam kalitesi açısından belirli bir düzeyin tutturulması, kendi varlıklarını devam ettirebilmeleri ve çevre ile olan ilişkilerinde sürdürülebilir olmaları ile kaynakları kullanma biçimleri şu andaki eğilimler doğrultusunda olanaklı görülmemektedir. Kentler yeni bir yaklaşım ile gerek gelişme biçimlerini gerekse içsel işleyişlerini düzenlemek durumundadırlar.

### **SÜRDÜRÜLEBİLİR KENTLEŞME**

Kent ile çevre arasındaki ilişkinin doğasını çözümlemek, var olan ekonomik yapıların, ideolojik söylemlerin ve kuramsal yaklaşımların temelden irdelenmesini zorunlu kılmaktadır. Bunun dışındaki her türlü değerlendirme bizi ilişkinin yüzeysel ve teknik ayrıntılarını tartışma yanılığına düşürür. Sürdürülebilir kentsel gelişmeyle ilgili her düzeydeki uygulamaların değerlendirilmesi yerine, önceliğin kavramın ne anlama geldiğine verilmesi gerekmektedir. Diğer bir ifade ile, kavramın ne olduğu, nasıl gerçekleşeceği ve özünde kimlere katkı sağlayacağı sorularına verilecek yanıtlar doğrultusunda pratikteki oluşumlar anlamlı olur (Bayram, 2001: 251-263). Ayrıca sürdürülebilir kentsel gelişmeye farklı boyutlardan yaklaşıldığında anlamında değişimler olmakta ve buna bağlı olarak sürdürülebilir kent-

lerin nasıl sağlanacağı sorusu bu noktada önem kazanmaktadır (Eraydın, 1996: 45-54).

Yazında “sustainable cities” (sürdürülebilir kentler), “sustainable urban development” (sürdürülebilir kentsel gelişme), “sustainable human settlements” (sürdürülebilir insan yerleşimleri), “eco-cities” (eko-kentler), “greening cities” (kentlerin yeşillendirilmesi), “liveable cities” (yaşanabilir kentler) gibi kavramlarla yer alan ve her birinde küçük anlam farklılaşmaları olan yaklaşımlar, özünde kentlerin çevre ile uyumlu bir ilişki içinde olmasını dile getirmektedirler. Sürdürülebilir kentsel gelişmeden ne anlaşılması gerektiği konusunda yazında çok farklı yaklaşım vardır.

Bunlardan bir kaçış şöyle sıralanabilir; sürdürülebilir kentsel gelişme, ekonomik olanakların oluşmasını, toplumsal anamalin artmasını ve çevrenin sağlıklı olmasını güçlendiren ve koruyan bir gelişmedir. Başka bir tanımda ise sürdürülebilir kentsel gelişme, sürekli ve dengeli bir gelişmenin vurgulandığı, ileriye dönük olumlu bir değişim ile toplumsal ve çevresel boyutları birleştiren bir süreç olarak algılanmaktadır. Ayrıca, buna ek olarak, pazar ekonomisinde toplumsal ve ekonomik yönleri, çevre ile uyumlu bir şekilde geliştirecek bir değişim ve reform gerektirmektedir.

Başka bir görüşe göre ise sürdürülebilir kent, toplumsal ve ekonomik çıkarlar, çevre ve enerji sorunlarıyla uyumlu bir biçimde bir araya getirilerek değişimde devamlılığın sağlandığı bir yapıdır. İçten ve dıştan gelebilecek her türlü değişimlere kentlerin uyum sağlayabilme düzeyidir. Başka bir görüşte sürdürülebilir kent, orman, ırmak gibi doğal değerlerin taşıma kapasitelerinin üstünde kullanımı sonucunda geri dönülemeyecek şekilde yok olmasını önleyen ve şimdiki kuşakların yanında gelecek kuşakların da ihtiyaçlarını karşılayıcı gelişme biçimini benimseyen kenttir. Diğer taraftan sürdürülemez kent kavramında anlatılmak istenen ise, kentlerin nüfusunda ani düşüşlerin olması, çevresel değerlerde bozulmaların artması, etkin olmayan enerji sisteminin kullanılması ve üretici kesimin dışarı kaçması sonucunda kentin ekonomik temelinde yapısal bozulmalar ortaya çıkmaktadır. Bu yeni koşula kentin uyum sağlayamaması sonucunda varlığını devam ettirmesi zorlaşmaktadır (Bayram, 2001: 251-263).

Kentler, insanlar için yaşamsal olanaklar sunmalarına karşın, çevre değerlerine verdiği olduğu olumsuz etkiler sonucunda yakın gelecekte insanlığın geleceğini tehdit edebileceklerdir. Buna bir çözüm yolu olarak sunulan sürdürülebilir kentsel gelişme kavramı yukarıdaki bölümlerde değerlendirildi. Gelişmekte olan bir ülke olmamız nedeniyle bu yaklaşımdan Azerbaycan'ın nasıl etkilendiği, kentlerinin yapısı ile olumlu ve olumsuz yönlerinin tartışılması gelecek bölümün konusu olacaktır (Bayram, a.g.m.: 251-263).

### **AZERBAYCAN'DA KENTLEŞME**

Ülkede plan teşkilatlarının kurulması ve bu alanda uzmanların yetiştirilmesi kentleşmenin ilmi esaslarla yürütülmesine büyük ölçüde yardımcı olmuştur. Bununla birlikte Azerbaycan'da kent sanatının gelişmesinde noksanlar ve çözülmemiş sorunlar vardır. Ülkenin kendine has olan doğal iklimi kent planlarında gereken şekilde yansımamaktadır. Son zamanlarda kentlerin boş sahalarda kurulmuş yerleşim birimlerinin estetik yönden yetersiz olduğu görülmektedir. Küçük ve orta kentlerin kent planlarının uygulanmasında büyük eksiklikler vardır. Çoğu zaman kentlerde inşaat yapılırken kent planları tahrif ediliyor ve sonuçta kentlerin planlı şekilde gelişmesi zorlaşıyor. Planlarda ortaya çıkan tahrifler aşağıdaki gibidir.

- Kent planlanırken gözönünde bulundurulmuş yükseklik, alan ve kullanım bölgelemesi prensiplerine uygun olmayan uygulamalar yapılmaktadır. Kent arazisinin semtler ayrımı bozuluyor. Sanayi müesseseleri sahası, yeşil



alanlar ferdi inşaat için kullanılıyor. Kent planında planlanmış kat sayısı göz ardı edilerek çok katlı apartmanlar yapılıyor ki bunun sonucunda da kent alanı gereksiz olarak genişlemektedir.

- Gereksiz olarak sosyal binaların yeri değiştiriliyor. Mesela Tovuz'da yapılmış stadın sınırları değiştirilmiş, aynı şekilde Fuzuli'de de otel binasının yeri değiştirilerek kent planı dışına çıkmıştır.

- Kent planında belirlenmiş cadde şebekelerinin bozulması halleri de olmaktadır

- Özel yaşayış binalarının yapımında onaylanmış plandan sapmalar olduğu için kentlerin mimari görüntüsü bozulmaktadır. Bu durum son aylarda özellikle Başkent Bakü'de müşahade edilmektedir. Kentin çeşitli yerlerinde yüksek katlı bir çok konut inşa edilmeye başlanmıştır. Bir kısmı bitirilen bu yüksek katlı konutlar kent silüetini bozmaktadır.

Azerbaycan'da daha önce hazırlanmış olan kent planlarının çoğunun süresi bitmek üzeredir. Bu bakımdan Bakü'nün yapılmakta olan yeni kent planı büyük önem taşımaktadır. Kent yapımında gözönünde tutulan yeni hususiyetler, kişi başına düşen yaşam alanının artırılması, aynı zamanda konutların katlarının yükseltilmesi, Hazar probleminden başlayarak ulaşım sorunlarına kadar tüm meselelerin yeni kent planında ilmi esaslarla yansımalarıdır. Apşeron yarımadasının merkezine kadar genişlemiş olan kent alanının tek planla birleştirilmesi zorluk çıkarmaktadır. Çünkü önce işçilerin oturması için planlanan yerleşim alanları (mikrorayonlar) yapılırken onların genel kent planı dahilinde birleştirilmesi göz önünde tutulmamıştı. Şimdi gereken plan ve inşaat tedbirleri kullanılarak bu problem çözüme kavuşturulmalıdır. Bunun için önceden petrol üretilen şimdi ise terkedilen alanlar belirlenerek yeşil alan, inşaat alanı, su havzası olarak kullanılabilir.

Bakü'nün Nazım İmar Planı yapıldıktan sonra ortada kalan en zor problemlerden biri de petrol madenlerinin bu plan yapısına hangi şekilde koyulacağıdır. Bu problemin çözümü petrol madenlerinin mimari organizesi ile sıkı bağlıdır. Artık petrol madenleri düzensiz petrol ormanı şeklinde kalmamalıdır. Onlar birer sanayi tesisleri olarak mimari ve teknik bakımından uygun hale getirilmelidir. Bakü-Sumgayıt bölgesinde sanayi çok sık merkezleşmiştir, buradaki bazı sanayi müesseselerinin ülkenin küçük kentlerinde yerleştirilmesi bu bölgelerde sanayinin gelişmesini ve kentleşmenin hızla gelişmesini sağlayacaktır (İsmaylov, 1974: 60).

Dünya ülkelerinin bir çoğunda kent planlaması yapılırken kurulan su teçhizatı sistemlerinden, kanalizasyon şebekesinden, su depolarından sıızan sular su baskınlarına neden olmaktadır. Bu tür olaylar toprak yapısı su sızdırmayan, derin bölgelerde kurulan ve zayıf topraklı sahalarda kurulan kentlerde daha çok ortaya çıkmaktadır. Azerbaycan Cumhuriyeti rayon ve kentlerinde de süzülüp sıızan suların dolayısı su basma olaylarının gözlenildiği sahalarda mevcuttur (Memmedeova ve Ocaqov, 2002: 5). Bakü'de, Bayıl yamacında meydana gelen toprak kaymasının nedenlerini araştırmak amacıyla bir komisyon kurulmuştur. Komisyon en önemli neden su süzülmelerini görmüş ve bu konuda bir çok teklifte bulunmuştur (Aliyev, 2002: 135-137).

Azerbaycan kentleri ekonomisinin sektörel yapısı ve iktisadi yönden faal olanların sayısı göz önüne alındığında, fonksiyonel bakımdan şu tiplere ayrılmaktadır.

1. Çok fonksiyonlu kentler (Bakü, Gence, Nahçıvan, Hankendi)
2. Sanayi kentleri (Sumgayıt, Ali Bayramlı, Mingçeşevir ve 16 kent)
3. Ulaşım ve ulaşım-sanayi kentleri (Yevlah Ağstafa ve 8 kent)
4. İdarî fonksiyona sahip yerel ekonomi merkezleri (Ağdam, Laçın ve 30 kent)
5. Rekreasyon-turizm kentleri (Naftalan, Şuşa) (Samedov, 1983: 41).

Azerbaycan kentleri coğrafi konumları itibariyle çok çeşitlilik sunarlar. Kentlerin büyük kısmı düz alanlarda ve dağ eteğinde yer alır. Orta yükseklikteki dağlık alanlara yerleşmiş kentler de vardır (Daşkesen ve Şuşa gibi). Aynı zamanda ülke kentlerinin çoğu demiryolu ve karayolu kenarında ya da kavşağında kurulmuştur ve bu konumları onların gelişmeleri için büyük olanak sağlamaktadır. Diğer taraftan sanayi merkezleri, kentlerin oluşumunda ve büyümesinde birer çekim gücüne sahiptirler.

Azerbaycan kentlerinin önemli bir problemi içme suyu sağlanmasıdır. Özellikle Bakü bu konuda sıkıntılar çekmektedir. Bu sıkıntının temelinde su şebekesinin eski olması gelmektedir. Şebekenin eskiliği dolayısıyla ortaya çıkan kayıplar yüksektir. Şebekede ortaya çıkan su sızımları büyük miktarda su kaybına yol açmaktadır. Bu suyun maliyetini yükseltmekte, çevreye olumsuz etki yapmakta, bataklıkların oluşmasına neden olmaktadır (Hacıyev, 2002: 288-289).

Bu çalışmada elde edilen istatistik verilere dayanarak Azerbaycan'ın kentleşmesinde "Tek Büyük Kent" kuramının geçerli olduğu söylenebilir. Başkent Bakü üç ayrı dönemde de hızla gelişmiş, diğer kentler onun gölgesinde kalarak az gelişmişlerdir. Bakü'de gereken alt yapı olmasına - bu altyapı oldukça eskimiş ve yer yer kullanılmıyaz durumda ve yetmemektedir- rağmen Azerbaycan kentli nüfusunun %47'lik büyük bir bölümünü barındırmaktadır. Buna göre de alt yapı yetersizliği ortaya çıkmakta ve ortaya bir takım sorunlar çıkarmaktadır. Böyle giderse bu problemlerle beraber daha büyük kent olan İstanbul'un karşılaştığı sorunlarla da karşılaşabilir. Bunun için bu bölgede yoğunlaşmış sanayiinin diğer kentlere kaydırılması sağlanmalıdır.

Su an kentleşmede önemli olan yatırımların büyük bölümü Bakü'ye yapılmaktadır. Yatırımlar diğer kentlere yapılırsa buradaki sanayi de hızla gelişecektir. Çünkü, diğer kentlerde de sanayi temeli mevcuttur. Yatırımlar sayesinde durmuş sanayinin harekete geçirilmesi sağlanabilir.

Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra Azerbaycan'da bütün alanlarda olduğu gibi yol şebekesinin idare edilmesinde de bir takım zorluklar ortaya çıkmıştır (Valehov, 2002: 48). Özellikle kent içi yollar bakımsız durumdadır. Bu durum otomobil ulaşımında problemler yaratmaktadır. Bakü'de yollar üzerinde yapılan araştırmalara göre asfalt-betonlarda görülen kusurlar ikiye ayrılabilir: yolların yapımında kullanılan malzeme beklenen mukavemeti karşılayabilecek düzeyde değildir ve bundan çeşitli sorunlar ortaya çıkmaktadır: çatlaklar, çökmeler, ve izler. Yine asfalt ve diğer yollarda plastik deformasyon neticesinde dalgalar, kaymalar ve zeminde kullanılan malzemenin ufalanması gibi sorunlarla karşılaşmaktadır (Memmedov, 2001: 57).

Azerbaycan'da proje ve inşaat tecrübesi günümüzde genellikle ev yaptırmak isteyenler dergilerde yayınlanan tiplerde konut yaptırmaktadırlar. Bu yöntemle, yani tesadüfi planlara göre yapılan evler kent planlaması ve mimarlığın çağdaş beklentilerine cevap vermemektedir. Bu durum kentlerin, kasabaların ve köylerin imarında problemler ortaya çıkarmaktadır. Özellikle Batı ve kuzey iklim bölgeleri için projelendirilen konutlar Azerbaycan halkının adetlerine, ananelerine uymamaktadır (Abdullayev, 2001:46-47).

## **AZERBAYCAN'DA SÜRDÜRÜLEBİLİR KENTLEŞME İÇİN İLKE- LER VE ÖNERİLER**

Önümüzdeki yıllarda kent, yerleşim birimi olarak baskın konumunu artırarak devam ettirecektir. Diğer taraftan, kentin var olan tüketim kalıpları içinde kaynakları hızla tüketmesi ve sonucunda oluşan atıkların çevreye verilmesi ve uzamda yatay biçimde hızlı yayılımı sonucunda ekolojik



denge olumsuz etkilenmektedir. Kentte yaşayanların yaşam kalitelerinin yükseltilmesi kaygısı da buna eklenmektedir. Yerel düzeyde kentlerin işleyişine yeni bir bakış açısından yaklaşılmasını öngören sürdürülebilir kentsel gelişme; kaynakların kullanımında, atıkların değerlendirilmesinde ve kent biçiminin daha etkin kurgulanmasında kent yönetimine ve kentte yaşayanlara yeni açılımlar sunmaktadır. Sürdürülebilir kentsel gelişmenin sağlanabilmesi için öncelikle, yerel düzeyde oluşturulacak karar ve eylemlerin ulusal düzeydeki politikalarla desteklenmesi ve uyumlu hale getirilmesi gerekmektedir (Bayram, 2001: 251-263).

Üçüncü dünya ülkelerinin kentsel gelişiminde kentlerin yeşillendirilmesi; kirliliğe karşı önlemlerin alınması, yeşil alanların korunup, geliştirilmesi ile kent çevresindeki alanların ormanlaştırılmasının ötesinde bir yeniden yapılanma sürecini içerir. Aynı şekilde, bu akım daha iyi ulaşım sistemi, kamu hizmeti, kaynakları ve enerjiyi kent sistemi içinde daha akılcı kullanmak için atık ve geri dönüşüm teknolojilerinin de ötesinde bir yaklaşımı gerektirir. Kentlerin yeşillenmesi daha üst düzeyde sürdürülebilir gelişim sürecinde kentsel işlevlerin yeniden düzenlenmesini gerektirir. Diğer taraftan tarım, sanayi ve kentsel eylemlerin uzamda yeniden dağılımı önemli bir yer tutmaktadır.

Büyük kentlere yönelen nüfus ve sanayii baskınını azaltabilmek, dengeli ve sağlıklı kentleşmeyi sağlayabilmek amacıyla başlıca aşağıdaki uygulamalar önerilmektedir;

1- İktisadi açıdan gelişmekte olan bölgelerle belirli sektörlerde potansiyel gösteren bölgelerde, gelişmenin hızlandırılması, kaynakların etkili kullanımının sağlanması amacıyla bölge planları yapılmalıdır.

2- Yerleşmelerin kademelenmesinde dengeye ulaşmak ve metropoli-ten alanlara yönelen nüfus ve sanayi yoğunluğunu azaltmak, bölgeler arası ve bölge içi göçleri yönlendirerek kontrol etmek üzere; az gelişmiş bölgelerin merkezi nitelikteki kentleri ve merkezi nitelikteki kırsal yerleşme birimlerinin gelişmesinin desteklenmesi, bunun için gerekli araçların oluşturulması gerekir.

3- Bölgeler arası nüfus hareketleri fazla göç veren bölgelerde istihdam imkanları sağlanarak önlenmelidir.

4- Ülke yerleşme düzeni bölgelerin gelişme potansiyelini değerlendirmeyi sağlayacak şekilde yönlendirilmeli, kentler arasında ihtisaslaşmanın sağlanması amacıyla kentlerin belirli fonksiyonlarına (turizm, sanayi vs.) ağırlık verilmelidir.

5- Kentlerde yaşayan nüfusun kentleşme sürecini hızlandırıcı düzenlemeler yapılması; yerleşme alanlarında kaliteli ve sağlıklı bir yaşam çevresi oluşturulması gerekir.

6- Kentlerde hizmet ve standardı yükseltecek yatırımlara ağırlık verilmesi; konut, arsa üretimi, ulaşım ve alt yapı sorunlarının kentlerin büyüme hızının önünde gidecek şekilde planlanması, kentlerin sosyal ve teknik alt yapı imkanlarının geliştirilmesi gerekir.

7- Mücavir alanlar, deniz ve göl kenarları, ulaşım alanları, sanayinin yerleşebileceği alanlar gibi arazi kullanım taleplerinin yoğunlaştığı yörelerde, gelişmeleri yönlendirebilmek için arazi kullanma planlarının yapılmasına ağırlık verilmelidir.

8- Rekreasyon alanlarında; aktif ve pasif alanlar yeterli miktarda olmalı, günlük kent yaşamında doğrudan kullanılacak açık ve yeşil alanlar planlanmalı, kent çevresinde hafta sonu kullanılacak rekreasyon amaçlı bölgeler oluşturulmalıdır.

9- Gerek trafik kaynaklı ve gerekse çalışma ortamındaki standartlarda belirtilen orandan daha fazla olan gürültü kontrol altına alınmalıdır.

10-Yapı özellikleri; yapıların kullanım türüne uygun olarak fonksiyonel, mekanı iyi değerlendirecek ve ihtiyaçları giderecek şekilde planlanmalı; yapı çevresinde günlük yeşil alan, oyun, oto park vd. ihtiyaçları karşılayabilecek şekilde estetik unsurlar dikkate alınmalıdır.

11-Kentsel nüfustaki artışla birlikte özellikle lağım atık sorunları da boyutlara ulaştığından, lağım atıklarının ekonomik olarak değerlendirilmesi ve yeterli düzenlemeler yapılarak sağlık önlemleri alınarak bu atıkların tarım alanlarına döndürülmesi, böyle bir uygulamaya imkan olmaması halinde gerekli çevresel önlemler alınarak lağım atıklarının dikkatli bir şekilde yerleşim yerlerinden bertaraf edilmesi gerekir.

13- Yollar ve açık alanlardaki çöp kutusu, bank vs. unsurların kullanışlı, standart, sağlam ve insan sağlığına uygun olması; çöplerin düzenli bir şekilde toplanarak çevreye zarar vermeyecek bir şekilde bertaraf edilmesi; mümkünse yeniden kullanıma kazandırılacak olanların çöplerden ayrılması sağlanmalıdır. Her ne kadar çöp atıkları tarımsal amaçlarla belli bir ölçüde kullanılmakta iseler de büyük bir kaybı azaltmak için bu bitki besinleri ve organik madde kaynağından daha geniş ölçüde faydalanılmaya çalışılmalıdır. İşletmedeki gelişmeler yüksek miktarda besin ihtiva eden kuru lağım kalıntılarını düşük fiyatlarla elde etme imkanını verdiği takdirde, bunların organik gübre olarak kullanılma olanakları artacaktır.

14- Çöplerin bertaraf edilmesi açısından en akılcı yol, çöpleri, yabancı maddeleri olabildiğince ayıkladıktan sonra, belli yığınlar halinde, yeterli nem ve havalanma ile fermente ederek, çürüterek gübreye dönüştürmek, geriye kalan ve kompost yapımında kullanılmayacak olan cam, tenek gibi kalıntıları ise tekrar sanayiye geri kazandırmaktır. Kompost yapma; belki de maddelerin en başarılı ve en ekonomik şekilde yok edilmesinin yoludur. Bu şekilde gübre olarak adlandırılan değerli bir son ürün elde edilmektedir. Atıkların toplanması, işlenmesi ve değerlendirilmesi için geliştirilecek politika, strateji ve programlar kısaca "sürdürülebilir atık yönetimi sistemi" atıkların duyarlı yönetiminde bir gerekliliktir (Palabıyık, 1999: 73-74).

15- Kıyıların; su kaynaklarının kentleşmeden olumsuz etkilenmemesi ve korunabilmesi için de yasal düzenlemeler olmakla birlikte, bu düzenlemelerin dar kapsamlı ele alındığı düşünülmekte, bu ortamların daha geniş koruma bölgeleri ile tanımlanarak kamu kullanımına tahsisi gerekmektedir.

#### KAYNAKÇA

- Abdullayev, T. E. (2001). "Ferdî Yaşayış Evlerinin Hecm-Planlaşdırma Konstruktif Helli," *Azerbaycan Memarlık ve İnşaat Üniversitesi, 25 ilik jubileye hesr olunmuş Beynelxalq Elmi Konfransın Materiaları*, Bakı-2001: 46-47
- Aliyev, F. Ş. (2002). "Bayıl Yamacında Növbeti Sürüşme Fövqelade Hallara Sebep Olacaqdır," *Fövqelade Hallarda Ekologiya ve Texnologiya Problemleri*, II Beynelxalq Simpozium, 8-10 Oktyabr-ci il, s. 135-137
- Altuğ, Fevzi (1990). *Çevre Sorunları*, Uludağ Üniversitesi Güçlendirme Vakfı Yayın No:41, Bursa.
- Aslan, Zeynep (1993). "Sanayileşme ve Kentleşmenin Doğada Rekreasyon Faaliyetlerine Duyulan Gereksinimi Arttırıcı Etkisi," *Ekoloji: Çevre Dergisi*, Temmuz-Ağustos-Eylül, Sayı: 18.
- Bayram, Ferhat (2001). "Sürdürülebilir Kentsel Gelişme: Araçlar, Yaklaşımlar ve Türkiye," *Prof. Dr. Cevat Geray'a Armağan*, Mülkiyeliler Birliği Yayını, Ankara, s. 251-263
- Cebeci, Ö. Faruk, Mehmet Çakılcıoğlu (2002). "Kültürel Sürdürülebilirlik," *10. Ulusal Bölge Bilimi Bölge Planlama Kongresi*, 17-18 Ekim 2002.
- Ceritli, İsmail (1995). "Şehirleşmeye Bağlı Çevre Sorunlarını Oluşturan Temel Kaynaklar," *Ekoloji: Çevre Dergisi*, Ekim-Kasım-Aralık, Sayı:17.
- Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (1987). *Ortak Geleceğimiz*, Türkiye Çevre Sorunları Vakfı Yayını, Ankara.
- Eraydın, Ayda (1996). "Sürdürülebilir Gelişmenin Planlanması Konusunda Yeni Yak-



- laşımalar," *Sürdürülebilir Kalkınma Sempozyumu*, TMMOB, Ankara.
- Gürpınar, Ergun (1992). *Çevre Sorunları*, Der Yayınları, İstanbul.
- Gürpınar, Ergun (1993). *Kent ve Çevre Sorunlarına Bir Bakış*, Der Yayınları, İstanbul.
- Ertürk, Hasan (1995). *Kent Ekonomisi*, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa.
- Ertürk, Hasan (1996). "Sürdürülebilir Kentler," *Yeni Türkiye Dergisi*, Habitat II Özel Sayısı, 968.
- Eryılmaz, Bilal (1996). "Kentleri Yönetilebilir Kılmak," *Yeni Türkiye Dergisi*, Habitata II Özel Sayısı, 968.
- Gökdayı, İsmail (1997). *Çevrenin Geleceği: Yaklaşımlar ve Politikalar*, Türkiye Çevre Vakfı Yayını, Ankara.
- Görmez, Kemal (1997). *Çevre Sorunları ve Türkiye*, Genişletilmiş 2. Baskı, Gazi Büro Yayınevi, Ankara.
- Hacıyev, T. M. (2002). "Suvarma Kanallarının Mohkemlendirilmesi," *Fövqelade Hallarda Ekologiya ve Texnologiya Problemleri*, II Beynelxalq Simpozium, 8-10 Oktyabr 2002-ci il.
- İsbir, Eyüp G. (1991). *Şehirleşme ve Meseleleri*, Geliştirilmiş İkinci Baskı, Ankara.
- İsmaylov, Enver (1974). *Azərbaycan Kentlerinin Plan Yapısı*, Bakü.
- Keleş, Ruşen (1997). *Can Hamamcı, Çevrebilim*, İmge Kitabevi Yayını, Ankara.
- Keleş, Ruşen (1996). *Kentleşme Politikası*, İmge Kitabevi Yayını, 3. Baskı, Ankara.
- Memmedov, A. H. (2001). "Bakı Şehrinde Yol Örtüyünün Veziriyeti Haqqında," *Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti*, 25 illik jubileye hwsr olunmuş Beynelxalq Elmi Konfransın Materialları, Bakı.
- Memmedova G. H., H. O. Ocaqov (2002). "Şehirlerin Mühendis Tikinti Tehlükesizliyi," *Fövqelade Hallarda Ekologiya ve Texnologiya Problemleri*, II Beynelxalq Simpozium, 8-10 Oktyabr 2002-ci il.
- Nüfus ve Hayat Kalitesi Bağımsız Komisyonu (1997). *Geleceğe Özen*, Türkiye Çevre Vakfı Yayını, Ankara.
- Palabıyık, Hamit (1999). "Kentsel Katı Atıkların Yönetimi: Geri Kazanım ve Sürdürülebilirlik Konusunda Perspektifler," *Türk İdare Dergisi*, Mart-1999, Sayı 422.
- Samedov, G. Y. (1983). *Promışlennıye Goroda Azerbaycana*, Leningrad.
- Şekur, Teslim (1996). "Sürdürülebilir Kalkınma ve Kalkınmakta Olan Ülkelerin Şehirleri," *Habitat II Kent Zirvesi*, İstanbul 96, Uluslararası Bilimsel Toplantılar, 3-12 Haziran 1996, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Kültür İşleri Daire Başkanlığı, Cilt 2, s.100-101
- Tokuçoğlu, Bülent (1993). "Çevre Sorunları ve Kentleşme," *Ekoloji: Çevre Dergisi*, Ocak-Şubat-Mart 1993, Sayı:6.
- Türkiye Ulusal Çevre Stratejisi ve Eylem Planı (1998). DPT Yayını, Ankara.
- Türkiye Ulusal Rapor ve Eylem Planı (1966). *Habitat II Raporu*, İstanbul.
- Valehov, H. Q. (2001). "Yeni İqtisadi Şeraitde Avtomobil Yollarının İdare Edilmesi," *Azərbaycan Memarlıq və İnşaat Universiteti*, 25 illik jubileye hesr olunmuş Beynelxalq Elmi Konfransın Materialları, Bakı.
- Yılmaz, Oğuz, Ülkü Duman (2001). "Toplu Konut Alanlarında Ekolojik Planlama İlkelerinin Ankara Eryaman V. Etap Örneğinde İrdelenmesi," *Tarım Bilimleri Dergisi*, 7 (1).
- Zengin, Eyüp, Rövsen İbrahimov (2001). "Dayanıqlı İnkişaf ve Şehersalma Problemleri", "Rüzgar" Ekoloji Cemiyeti, Odlar Yurdu Universiteti, Azərbaycan Milli Elmler Akademiyası Radiasiya Tedqiqatları Sektoru, Azərbaycan Dayanıqlı İnkişafa Keçidin Problemleri Konferansı Bakı, 30-31 May, 2001.

## YAZIM KURALLARI

Üçüncü Sektör Kooperatifçilik Dergisi, kooperatifçilik, tarım, yönetim, ekonomi, işletme, sosyo-kültürel ve buna yakın alanlarda ulusal ve uluslar arası seviyelerde makaleler yayınlar. Çeviri yazılar yayına kabul edilmez. Dergiye gelen makaleler başka bir dergiye gönderilmemiş ya da yayınlanmamış olmalıdır. Sunulu bildiri ve posterler kabul edilir. Makale, Üçüncü Sektör Kooperatifçilik Dergisi kapsamına ve yazım kurallarına uygun olarak hazırlanmamış ise hakem görüşüne sunulmadan yazım kurallarına uygun hale getirilmek üzere yazara iade edilir. Yazarlara telif ücreti ödenmez. Makaleler sadece yazarların görüşlerini taşır. Dergi için bağlayıcı nitelik taşımaz.

Tablo, şekil ve grafikler dahil metin, Word programı kullanılarak, sayfanın tek yüzüne, tek aralıklı, üstte 4.5 cm, altta 5.8 cm, solda 5.0 cm ve sağda 4.5 cm boşluk bırakılarak, Times New Roman yazı karakteri ile ve 10 punto kullanılarak yazılmalıdır. Dip not 1.25 cm olmalıdır. Makaleler 15 sayfayı geçmemeli, iki kopya ve bir disket ile birlikte sunulmalıdır. Yazarlar, makale ile birlikte "Telif Hakkı" istenilmediğine ve Makalenin daha önce başka bir dergiye gönderilmediğine dair bir dilekçe sunmalıdır.

Yayınlanmasına karar verilen makaleler üzerine yazarlarca hiçbir yeni eklenti yapılamaz. Yayınlanmayan yazılar yazarlara iade edilmez.

Makale, Başlık sayfası, Özet, Abstract, Giriş, Materyal ve Metot, Bulgular ve Tartışma, Sonuç ve Kaynakları içermelidir. Bölümler metin içinde numarasız verilmelidir. Metin içindeki ana başlıklar büyük harf, alt başlıklar küçük harf ve ikinci alt başlıklar italik olmalıdır.

Başlık sayfasında, kısa ve konu hakkında bilgi verici makale başlığı, yazarın (yazarların) açık adı, unvanı, kurumu, açık adresi, iletişim bilgileri bulunmalıdır.

Makale başlığının altında yazarların adı unvarsız olarak verilmelidir. (\*) ile ilk sayfanın altında yazarın (yazarların) unvanı ve çalıştığı kurum belirtilmelidir. Makalenin 100 kelimeyi geçmeyecek şekilde Türkçe ve İngilizce özeti olmalıdır. İngilizce özetten önce İngilizce başlık verilmelidir. Özet kısa, ne yapıldığını, nasıl yapıldığını ve bulguları vurgulamalıdır. Özet altında, İngilizce ve Türkçe olarak maksimum 5 (beş) ANAHTAR sözcük (Key Words) verilmelidir. *Özet ve abstract italik olmalıdır*

Makalenin giriş bölümünde çalışmanın önemi ile amacı belirtilmeli, ayrıca bu

konuda yapılmış çalışmaların bir düzen içinde özetleri verilmelidir. Araştırma materyali ve metot tarif edilmeli, ancak yayınlanmış olanlar varsa kapsamlı açıklamalara girmeden atıfta bulunulmalıdır. Bulgular bölümünde veriler kısa ve mantıklı bir şekilde sunulmalıdır. Sonuçlar tartışılmalı, değerlendirilmeli ve yorumlanmalıdır. Tablo ve şekillerdeki rakamlar metin içinde aynı şekilde ve geniş yer almamalıdır. Tablo ve şekillerin metin içerisinde yorumlanması ve açıklaması kısa tutulmalıdır. Dipnotlardan olabildiğince kaçınılmalıdır.

Tablo numarası ve ismi üstte, şekil ve grafik numarası ve ismi altta yazılmalıdır. Kaynak var ise alta yazılır. Tablo başlıkları en soldan başlamalıdır. Bütün tablo ve şekiller metin içinde ayrı ayrı ardışık olarak numaralandırılmalıdır.

Metin içinde atıfta bulunulmayan kaynaklar kaynakça bölümünde yer almamalıdır. Kaynaklar, metin içinde kaynağın atıf yapıldığı yerde parantez içinde yılı ile birlikte verilir. Bir yazar var ise (Arıcı, 1998,s.40), iki yazar var ise (Peker ve Çelik, 2005,s. 98.) ve ikiden fazla yazar var ise (Tanrıvermiş vd, 2005, s.39) şeklinde verilir. Kaynak cümle başında ise "Demirci (2005)'e göre" şeklinde verilir. Aynı yazara ait aynı yılda birden fazla kaynak var ise, (Tosun, 1985a,b, s. 67.) şeklinde sıralanır. Kaynaklar metin sonunda yazarların soyadlarına göre alfabetik ve sola yaslı olarak numaralandırılmaksızın sıralanır. Kaynaklar aşağıdaki şekilde yazılmalıdır.

### Makale ise:

Peker, K. ve Çelik, Y. 2005. Toplum Tarım Desteği Modeli ve Türkiye'de Organik Tarım Üretiminde Uygulanabilirliği.

Üçüncü Sektör Kooperatifçilik. Sayı:149. Temmuz-Ağustos-Eylül.

Flings, A. 2000. Estimation of Leaf Area in Tropical Maize. Agron. J. 92: 436-444.

### Kitap ise:

Chick, V. 1983. Macroeconomics After Keynes: A Reconsideration of the General Theory. The MIT Pres, Cambridge.

### Kitaptan bir bölüm:

Koo, W. ve Bayaner, A. 1998. World Durum Wheat Trade: Competitiveness and Outlook. In T.Yıldırım, A. Schmitz and

W.H.Furtan (ed) World Agricultural Trade. Westview Pres. pp. 187-207.



### Adres:

Makaleler posta ile gönderilecek veya elden teslim edilecekse iki nüsha metin ve bir disket veya CD'si ile birlikte, aşağıda verilen adrese gönderilmelidir. Elektronik posta ile gönderilecekse, WEB sayfamızdaki yazım ilkelerine ilişkin formu da doldurarak [admin@koopkur.org.tr](mailto:admin@koopkur.org.tr) adresine gönderilmelidir. Türk Kooperatifçilik Kurumu Mithatpaşa Cad. No:38/A Kızılay, Ankara, Türkiye e-posta: [admin@koopkur.org.tr](mailto:admin@koopkur.org.tr)

### YAZARLAR İÇİN SON KONTROL LİSTESİ

- "Telif Hakkı Devri Formu" imzalandı.
- Makale iki kopya ve bir disket olarak hazırlandı.
- Yazım kurallarına uyuldu.
- Yazar isimleri açık olarak yazıldı (kısaltma yok).
- Yazar adres(leri) verildi.
- Türkçe başlık ve özet yazıldı.
- Türkçe anahtar kelimeler verildi.
- İngilizce başlık ve özet (abstract) yazıldı.
- İngilizce anahtar kelimeler verildi.
- Metin içinde tablolar ve şekiller ardışık numaralandı.
- Kaynaklar yazım kurallarına uygun yazıldı.
- Sayfalar numaralandı.

### INSTRUCTIONS TO AUTHORS

The Journal of Third Sector Cooperatives accepts articles in the fields of cooperatives, agriculture, management, economics, business and socio-culture on the national and international levels. Translated articles are not accepted. Manuscripts must be based on original research and contain novel findings of general significance. Manuscripts submitted to the Journal of Third Sector Cooperatives must not have been published or be under consideration for publication elsewhere, other than as an abstract of an oral or poster presentation. Manuscripts may be rejected without peer review if they do not comply with the instructions to authors or are beyond the scope of the journal. Authors are not paid and are responsible for the views in the articles.

Manuscripts should be prepared in Word, typed using Times new roman on one side of the paper, 10 punto and single-spaced. Margins are as follows; Top: 4.5 cm, bottom: 5.8 cm, left: 5 cm, right: 4.5 cm and footnote: 1.25 cm. Total numbers of manuscripts must not exceed 15 pages. Two clear copies of the manuscript and a diskette should be submitted.

After referee-recommended revisions are completed and the manuscript has been accepted for publication, the author will not be permitted to make any new additions to the manuscript. Manuscripts not published are not returned to the authors.

Manuscript should follow this order: Title Page, Abstract with title of manuscript, Özet (Turkish Abstract), Introduction, Materials and Methods, Results and Discussion, Conclusions and References. Section and sub-section headings should not be numbered.

The first page should contain a concise, short and informative title, the names and addresses of the authors and contact details of the corresponding author (postal address, e-mail, and fax and telephone numbers).

The abstract must be in both English and Turkish, and should not exceed 100 words. The abstract should be informative as to why and how the study was conducted, and what the results and conclusions are. A maximum of 5 key words must be given at the end of the abstract.

Introduction should define the background and significance of the problem. A summary of the relevant literature should be given. Materials and methods should be concise with complete information about the analytical and statistical procedures. Findings should be given and evaluated in results and discussed section with reference to the tables and figures and by considering information from the literature. The data/information given in a table and figure must not be repeated extensively in the text. Footnote must be avoided as much as possible.

The number and the title of the Tables must be given above the tables and the number and the title of the Figures must be given below the figures. Titles must start from the left margin. All tables and figures must be numbered consecutively throughout the paper.

References not cited in the text should not be given in Reference section. References should be cited in the text by the last name(s) of the author(s) and year of publication, for example, (Arıcı, 1998), (Peker and Çelik, 2005)

Beçya

## Üçüncü Sektör Kooperatifçilik



Mithatpaşa Caddesi 38/A  
06420 Kızılay - ANKARA  
Tel : 0.312 435 98 99 - 435 96 91  
Fax : 0.312 430 42 92  
[www.koopkur.org.tr](http://www.koopkur.org.tr)  
[admin@koopkur.org.tr](mailto:admin@koopkur.org.tr)



becya

## Üçüncü Sektör Kooperatifçilik



Mithatpaşa Caddesi 38/A  
06420 Kızılay - ANKARA  
Tel : 0.312 435 98 99 - 435 96 91  
Fax : 0.312 430 42 92  
[www.koopkur.org.tr](http://www.koopkur.org.tr)  
[admin@koopkur.org.tr](mailto:admin@koopkur.org.tr)