

ERZURUM İLİ UZUNDERE İLÇESİNDE SERADA HIYAR VE DOMATES ÜRETİM MALİYETİ VE PAZARLAMA YAPISI

Esra KADANALI¹ Aşlı SAKLICA¹ Vedat DAĞDEMİR¹

Özet

Bu çalışmada Erzurum İli Uzundere ilçesinde serada hıyar ve domates üreten işletmelerin üretim maliyeti ve pazarlama yapısı incelenmiştir. Bu amaçla 85 işletme ile anket yapılmıştır. Seralar büyüklüklerine göre hıyar için iki, domates için ise tek grup olarak incelenmiştir. Çalışma sonucunda hıyar ve domatesteki çiftçinin karı ortalama olarak sırasıyla 0,077 ve 0,028 YTL/kg olarak hesaplanmıştır. Tüketicinin ortalama olarak 1 kg hıyar ve domates için ödediği fiyatın çiftçinin eline geçen oranı sırasıyla %69,23 ve %68,57 tespit edilmiştir. Üretilen ürünlerin çoğunlukla çiftçi tarafından yerinde pazarlandığı müşahede edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Seracılık, Birim Maliyet, Pazarlama Marjı.

THE PRODUCTION COST AND MARKETING STRUCTURE OF GREENHOUSE FARMS CUCUMBER AND TOMATO IN UZUNDERE DISTRICT, ERZURUM PROVINCE

Abstract

In this research, production costs and marketing structures of greenhouse farms that produce cucumber and tomatoes in Uzundere district, Erzurum, have been analyzed. For this end, survey studies have been conducted with 85 selected farmers. The greenhouse farms were divided into two groups for cucumber and one group for tomato based on their sizes. According to the study results, the profits of cucumber and tomatoes farmers are approximately; 0,077 and 0,028 NTL (New Turkish Liras), respectively. 69,23% and 68,57% of the cost paid by the consumer for 1 kg cucumber and tomato were received by the farmers. It seems that the crops produced in greenhouse farms were mostly marketed at greenhouse farms.

Key words: Greenhouse Farms, Unit Cost, Marketing Margin.

¹ Atatürk üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, 25240/Erzurum. ekadanali@atauni.edu.tr, asaklica@atauni.edu.tr, dagdemir@atauni.edu.tr

1.Giriş

Tarımsal üretim mevsimlik, tüketim ise devamlıdır. Devamlı olan bu tüketime üretimi uydurabilmek için entansif bir üretim şekli olan seralar önem arz etmektedir. Seralar, iklim koşullarının açıkta bitki yetiştirmeye elverişli olmadığı dönemlerde kültür bitkilerinin ekonomik olarak yetiştirilmesini olanaklı kılan, bitkisel üretim için gerekli olan gelişim etmenlerini sağlayabilen, içinde hareket edilebilir yapılardır. Türkiye'deki örtü altı tarım alanı 47 774 ha olup sera alanı 30 575 ha'dır. Türkiye'de sera alanlarının son yıllardaki dağılımı yaklaşık %65'i Antalya'da, % 21'i Mersinde, % 7'si Muğla'da, %7'si de diğer illerde bulunmaktadır (Anonim 2005). Seracılık genelde, sıcak iklim bölgelerinde yaygınlaşmıştır. Fakat iklim koşullarının uygun olmadığı Erzurum İlinde de seracılık yapan işletmelerde son yıllarda artış olmuştur. Özellikle Erzurum İlinin kuzey ilçelerinde örtü altı sebze üretimi daha uygun iklim koşulları nedeniyle yaygınlaşmaktadır.

Araştırma bölgesi olarak seçilen Erzurum'un kuzey ilçelerinden Uzundere ilçesi seraların sayısı olarak %73'nü, alan olarak ise %85'ini oluşturmaktadır. İlçede 84 000 hektar toplam alanın 6 100 hektarı kullanılan tarım alanıdır. Kullanılan tarım alanının %15,0'ı meyve ve ağaçlık, %48,9'u tarla alanı, %8,1'i çayır alanı, %27,8'i sebze bahçesidir. Erzurum'a göre daha ılıman bir iklime sahip olan Uzundere ilçesinde arazinin engebeli ve kıt olması da serada üretimi yöre için avantajlı kılmaktadır. Uzundere İlçesinde 1994 yılında 4 adet ve 660 m² kapalı alanla başlatılan seracılık ilçede kabul görmüş ve çiftçiler için önemli bir gelir kaynağı haline gelmiştir.

Bölgede nüfus yoğunluğunun fazla olduğu özellikle Erzurum ili ve bunun yanı sıra Artvin ve Bayburt gibi diğer illerinde ihtiyaç duyduğu yaş sebzelerin Uzundere ilçesinden sağlanması tüketiciye de avantajlar sağlamaktadır.

Fiyatının serbest rekabet koşulları içerisinde oluştuğunun söylenebileceği sera ürünlerinde üreticinin elde edeceği geliri etkileyebileceği temel faktör ürün maliyetidir. Üreticiler üretim masrafları üzerinde doğrudan etkiye sahipken bu şans ürün fiyatları konusunda bulunmamaktadır. Bu nedenle üreticiler açısından üretim masraflarının ayrıntılarıyla bilinmesi önemli yararlar sağlayabilecektir (Yılmaz 1997). Yaş meyve ve sebzelerin kısa sürede bozulma özelliğine sahip olması ve depolama olanaklarının sınırlı olması nedeniyle hasat işleminden hemen sonra pazara sunulması ve tüketiciye ulaştırılması gerekmektedir. Serada

üretim ile elde edilen ürünlerin artması ve bu artıştan yararlanabilmek büyük ölçüde pazarlama faaliyetlerinin gelişimine bağlıdır.

Bu çalışmada Erzurum İli Uzundere ilçesinde serada hıyar ve domates üretim maliyetleri, pazarlama yapısı ve pazarlama marjlarının belirlenmesi amaçlanmıştır.

2. Materyal ve Metot

2.1. Materyal

Araştırmanın ana materyali 22 Mart 2008 - 25 Nisan 2008 tarihleri arasında Erzurum ili Uzundere ilçesinde serada sebze üretimi yapan işletmelerden yapılan anketlerden oluşmuştur.

2.2. Metot

2.2.1. Anket Safhasında Uygulanan Yöntem

Erzurum İli Uzundere İlçesinde İlçe Tarım Müdürlüğüne kayıtlı 221 adet sera mevcuttur (Anonim 2008). Tamamına tam sayım yöntemi uygulanarak inceleme düşünülmüş, fakat 240 m²'nin altında ki seraların piyasaya yönelik üretimden ziyade daha çok aile ihtiyacına göre üretimde bulunduğu ve ekonomik olmadığı ayrıca 1500 m²'nin üzerinde bulunan seraların sayı olarak az olması ve ortalama olumsuz etkileyeceği düşünüldüğünden çalışmaya dahil edilmemiş ve anket sayısı 85 olarak belirlenmiştir.

85 işletmede doldurulan anket formları hıyar için 240-749 m² I. grup, 750-1500 m² II. grup olarak, domates için ise tüm seraların 750 m²'nin altında olması nedeniyle 240-749 m² arasında olanlar tek grup olarak incelenmiştir.

2.2.2. Maliyet Analizinde Kullanılan Yöntem

Seracılık yapan işletmeler bölgede iklim şartlarını dikkate alarak ekonomik olarak üretimde bulunabilmek için tek dönem üretimde bulunmaktadır. Tüm hesaplamalarda tek üretim dönemi dikkate alınmıştır. İşletme masraflarının saptanmasında tek ürün bütçe analiz yöntemi kullanılmıştır. Maliyet ile ilgili tüm masraf kalemleri grup ortalamalarını göstermektedir. Maliyeti oluşturan masraf kalemleri; sera bakım giderleri, fide bedeli, gübre bedeli, ilaç bedeli, aile işgücü bedeli, geçici işçilik ücreti, plastik örtü bedeli, döner sermaye faizi, genel idare giderleri (masraflar toplamının %3'ü), arazi kirası, sera tesis masrafları, sera amortismanından oluşmaktadır. Masraf kalemlerinden döner sermaye faizi ve amortisman

aşağıdaki formüller yardımıyla hesaplanmış, diğer masraf kalemlerinin belirlenmesinde çiftçi beyanları dikkate alınmıştır.

Döner sermaye faizi: Döner sermaye faizi 2007 yılı için reel faiz hesaplanarak elde edilmiştir. Sermaye değerleri ele alınan üretim döneminin sonu itibariyle ele alınıyorsa o zaman reel faiz oranlarının kullanılması doğru olacaktır. Reel faiz oranı (Kıral ve Kasnakoğlu 1999);

$$i = \frac{(1+r)}{(1+f)} - 1$$

$$\begin{aligned} i &= \text{reel faiz oranı} & r &= 0.175 \\ r &= \text{nominal faiz oranı} & f &= 0.0962 \\ f &= \text{enflasyon oranıdır} \end{aligned} \quad i = \frac{1+0.175}{1+0.0962} - 1 = 0.0719 (\%7.19)$$

2007 yılı için reel faiz oranı hesabında; nominal faiz oranı T.C. Ziraat Bankasından alınan bilgiye göre %17.50 (Anonim 2007/a), enflasyon oranı ise 2007 yılı ortalama % 9.62 olarak (Anonim 2007/b) dikkate alınmıştır. Reel faiz oranı %7.19 olarak hesaplanmış ve kullanılmıştır.

Sera amortismanı: Bu çalışmada sera tesis masraflarının amortismanı tespit edilirken doğru hat yöntemi kullanılmıştır (Dağdemir 1998).

$$\text{Sera tesis masrafları amortismanı} = \frac{\text{Sera tesis masrafı} - \text{hurda değeri}}{\text{Seranın ekonomik ömrü}}$$

Bir kg ürün maliyeti aşağıda gösterildiği gibi hesaplanmıştır (Rad ve Yarış 2004).

$$1 \text{ kg ürün maliyeti} = \frac{\text{Üretim masrafları genel toplamı}}{\text{Üretim miktarı}}$$

Pazar maliyeti: Çiftçinin üstlendiği pazarlama masraflarına ait hesaplamalar yapılan anket çalışmasıyla elde edilmiştir. Yükleme, nakliye ve paketleme pazarlama masrafları olup bunların toplamı da Pazar maliyetini oluşturmaktadır.

2.2.3. Pazarlama Analizinde Uygulanan Yöntem

Pazarlama Zincirinin Tespiti

Pazarlama, üretimin devamı niteliğinde bir faaliyet olup malların üreticiden nihai tüketiciye ulaşmaya kadar geçirdiği tüm aşamaları kapsamaktadır. Araştırma yöresi ile ilgili kanal anketlerle belirlenmiştir.

Pazarlama Marjının Hesaplanmasında Kullanılan Yöntem

Pazarlama marjı, belli bir miktardaki ürün için tüketicinin ödediği fiyatla üreticinin aynı miktardaki ürüne eşdeğer olan miktar için eline geçen fiyat arasındaki fark olarak tanımlanır. Marjın fonksiyonel formülü şöyle açıklanmaktadır:

$$\text{Pazarlama marjı} = Pr - Pf$$

$Pf = 1$ kg ürün (hıyar ve domates) için üreticinin eline geçen fiyat

$Pr = 1$ kg ürüne (hıyar ve domates) tüketicinin ödediği fiyat (Dağdemir ve Aşkan 2004).

3. Araştırma Bulguları ve Tartışma

3.1. Ortalama Sera Büyüklükleri

1. ve 2. grup hıyar seralarında sera büyüklükleri, ortalama olarak sırasıyla 408 ve 1015 m² olarak hesaplanmıştır. Üreticiler yörede domates üretimini fazla tercih etmediklerinden domates sera alanı tek grup olup, anket sayısı 25 ve alan ortalaması 270 m² olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 1. Hıyar İçin Gruplara Göre Anket Sayısı

Gruplar	Grup Sınırları (m ²)	Toplam Sayı	%	Ortalama
I	240-749	39	45,88	408
II	750-1500	46	54,12	1015
Toplam	240-1500	85	100,00	720

3.2. Sera İşletmelerinin Genel Özellikleri

Üretim Yapısı

Üretici, örtü materyali olarak plastik, iskelet malzemesi olarak da demir konstrüksiyonlu seralarda üretim yapmaktadır. Anket çalışmasının yapıldığı yörede sera üreticilerinin tamamı mülk sahibidir.

İşgücünün Yapısı

Sera işletmeciliği yörede bir aile işletmeciliği özelliği taşımaktadır. Anket yapılan işletmelerde 203 erkek 200 kadın toplam 403 nüfus hesaplanmış olup ortalama aile birey sayısı 4,74'dür. Hıyar ve domates üretimi yapan işletmeler ortalama olarak sırasıyla 2.98 ve 2,02 EİB¹'ne sahiptirler.

İşgücünün Niteliği

Anket yapılan işletmelerde işgücünün niteliğine bakıldığında serada çalışan kadın ve erkek sayısı birbirine çok yakındır. Hıyar ve domatesin her ikisi içinde serada çalışan nüfusun %51'i erkek, %49'u kadındır.

Eğitim Durumu

Eğitim durumu çizelge 2'de verilmiştir. Anket yapılan işletmelerde okur-yazar olanlar yaşlı erkek ve yaşlı kadınların sayısı birbirine yakındır. Ortaokul mezunu daha çok ailede orta yaşlarda bulunan erkeklerden oluşmaktadır.

Çizelge 2. Eğitim Durumu

Eğitim Durumu	0-6 yaş	Okur-yazar değil	Okur-yazar	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniv.	Toplam
Sayı	26	17	56	132	66	82	24	403
%	6.50	4.22	13.90	32.75	16.37	20.35	6.00	100.0

Serada Yetiştirilen Ürünler

Yörede hıyar başlıca sera ürünüdür. İkinci sırada ise domates yer almaktadır. Ancak üreticiler domatesin daha uzun sürede olgunlaşma isteği nedeniyle çoğunlukta hıyarı tercih etmektedirler. Hıyar üretiminde ise olgunlaşma süresi kısa olduğu için hemen satılmaktadır. Anket yapılan işletmelerin tamamı hıyar yetiştirmekte olup %24.71'i ise hem hıyar hem de domates yetiştirmektedir.

¹ EİB: Erkek iş birimidir. Burada 15-49 yaş arası erkek =1, 15-49 yaş arası kadın =0.75, >50 yaş erkek=0.75, >50 yaş kadın 0.50 ve 7-14 yaş arası çocuk =0.50 erkek iş birimi sayılmaktadır (Dağdemir 2004).

Serada Üretimin Seçimi

Yapılan anket çalışmasında Uzundere ilçesinin Erzurum ili iklim koşullarının aksine seracılığa uygun iklim yapısına sahip olması nedeniyle seracılık meslek haline gelmiştir. Yörede üreticiler örtüaltı üretim için yapılan teşvikler nedeniyle serada üretimi tercih etmişlerdir. Üreticilerin serada üretimi seçme nedenleri arasında %77 ile kaymakamlık, Orköy, Türkiye Kalkınma Vakti (TKV) teşvikleriyle, %23'de iklim şartlarının uygun olması şeklinde belirlenmiştir. Teşviklerin serada üretimin seçilmesinde önemli bir payının olduğu belirlenmiştir.

Serada Üretimin Yararları

Yapılan anketler doğrultusunda serada üretimin yararları önem derecesine göre daha iyi ve daha çabuk gelir elde etmek, yeni bir iş imkanı sağlamak, daha yüksek verim ve daha kaliteli ürün elde etmek olarak sıralanmıştır.

Teknik Bilgi

Araştırma bölgesinde yapılan anket çalışmasına göre serada üretim yapan üreticilerin teknik bilgiyi nereden temin ettikleri çizelge 3'de gösterilmiştir.

Çizelge 3. Teknik Bilginin Nereden Temin Edildiği

Bilginin Nereden Temin Edildiği	Sayı	%
Tarım danışmanı	47	55.30
İlçe Tarım Müdürlüğü	32	37.65
Meslektaşlar	6	7.05
Toplam	85	100,00

Yapılan anket çalışmasında, üreticilerin %55.30'unun teknik bilgiyi çoğunlukla ilçedeki tarım danışmanından edindikleri belirlenmiştir. Bunun sebebi köylerde görevlendirilen tarım danışmanlarına ulaşma kolaylığından kaynaklanmaktadır. Bunun dışında İlçe Tarım Müdürlüğü'nün de üreticinin teknik bilgi edinmesinde önemli rolü bulunmaktadır.

Ürünün Fiyatı

Çizelge 4'de ürünün fiyatının oluşumunda ki faktörler önem sırasına göre verilmiştir. Ürün fiyatının belirlenmesinde ürünün kalitesi büyük önem

taşımaktadır. Bunun yanı sıra toptancı halindeki fiyatların sık aralıklarla değişmesi de fiyat oluşumunda önem arz etmektedir.

Çizelge 4. Ürünün Fiyatlarının Oluşmasındaki Faktörler

Ürün Fiyatları	%
Ürün kalitesi	51
Toptancı halinde ki fiyatlar	41
Ödeme zamanı	8

Üretimde Yapılan İşlemler

İşletmelerin tamamı (%100) gübreleme işlemini yaptığını belirtmişlerdir. Toprak analizi (%75) tarım danışmanı vasıtasıyla yaptırılmakta olup toprak dezenfeksiyonu işlemi oldukça azdır (Çizelge 5).

Çizelge 5. Üretimde Yapılan İşlemler

Üretimde yapılan İşlemler	Sayı	%
Toprak analizi	64	75,00
Gübreleme	85	100,00
Toprak dezenfeksiyonu	13	9,41

Üretimde Karşılaşılan Sorunlar

Çalışma yöresinde yapılan anketlere göre serada sebze üretiminde karşılaşılan sorunlar: hastalık ve zararlılarla ilgili sorunlar (%58), girdi fiyatlarının yüksek olması (%19), doğal afetlerin üretime olan olumsuz etkisi (%13), sulama suyu sıkıntısı (%8) ve teknik bilgi yetersizliği (%2) şeklinde belirlenmiştir.

Ürünün Toplanması

Ürün, hasat işleminden sonra üretim mahallinde toplanmaktadır. Toptancı haline taşınmasında genellikle her iki ürün için farklı kaplar kullanılmaktadır. Hıyar için çuval, domates için de plastik kasalar kullanılmaktadır. Üreticilerin tamamı taşıma kabını kendisi temin etmektedir. Paketleme işlemini üreticilerin yalnızca %42'si yapmaktadır. Ürünün %24'ü toptancı haline gönderilmeden önce üretim yerinde üretici tarafından dereceleme işlemine tabi tutulmaktadır. Dereceleme işlemi, ürünün büyüklüğüne ve rengine göre yapılmaktadır.

Ürünlerin Satış Zamanları ve Ürünün Piyasa Fiyatı

Uzundere İlçesinde yapılan serada üretim de sadece tek üretim dönemi söz konusudur. Bu bağlamda ürünlerin satış zamanları da tek üretim dönemine göre gerçekleşmektedir. Tek üretim de satış zamanları Mayıs ayının son çeyreğinde başlayıp Eylül sonuna kadar 5 ay sürmektedir.

Yapılan anket çalışmasında üreticilerin piyasa fiyatlarını aldıkları kaynakları; bölge içi haber kaynakları, belediye sebze hali ve sebze komisyoncuları, bölge dışı haber kaynakları ise Erzurum ve Artvin sebze hallerinden temin edilmektedir.

Sera Tipleri ve Ekonomik Ömrü

Uzundere mevcut seralar, demir konstrüksiyonlu plastik örtülü tünel seralar şeklindedir. Demir konstrüksiyonlu seraların ekonomik ömrü ortalama 25 yıl olup plastik örtüler ortalama 4 yılda bir değiştirilmektedir.

3.3. Üretim Maliyetleri

Çizelge 6'da hıyar üretim maliyetleri gruplar itibariyle ve ortalama olarak verilmiştir. 1 Kg hıyar için pazar maliyetinin, işletme büyüklüğü arttıkça azaldığı görülmüştür. Çiftlik avlusu maliyeti de aynı şekilde azalmıştır. İşletme büyüklüğüne göre birim başına verim değerlerinde çok büyük farklılıklar görülmemiştir (Çizelge 6).

Çizelge 6. 1 Kg Hıyar Maliyeti

Masraf Kalemleri	I. Grup		II. Grup		Ortalama	
	Tutar (YTL)	%	Tutar (YTL)	%	Tutar (YTL)	%
Sera bakım giderleri	163.20	4.57	248.00	3.35	209.09	3.72
Fide	233.14	6.52	568.40	7.70	414.57	7.35
Gübre	291.42	8.15	676.66	9.15	499.90	8.86
İlaç	200.00	5.60	338.33	4.58	274.86	4.87
Aile işgücü bedeli	945.00	26.45	2350.00	28.60	1578.17	27.98
Geçici işçi ücreti	332.50	9.31	473.81	6.41	408.97	7.25
Plastik örtü gideri	292.19	8.18	726.88	9.83	527.43	9.35
Toplam	2457.45		5382.08		4040.17	
Döner Sermaye Faizi (%7.19)	176.69	4.94	386.97	5.00	290.49	4.99
Toplam	2634.14		5769.05		4330.66	
Genel İdare Giderleri (%3)	79.02	2.21	170.07	2.24	129.92	2.23
Arazi kirası	500.00	14.00	1150.00	15.56	851.76	15.10
Sera amortismanı	360.00	10.07	560.00	7.58	468.24	8.30
Üretim Mas. Toplamı	3573.16	100.0	7649.12	100	5780.58	100.00
Hıyar Üretim Miktarı (Kg)	9792		25326		18165	
Verim (Kg/m²)	24.00		24.12		24.06	
1 Kg Hıyar Çiftlik Avlusu Maliyeti	0.365		0.302		0.318	
1 Kg Hıyar Pazarlama Masrafı	0.055		0.055		0.055	
1 Kg Hıyar Pazar Maliyeti	0.420		0.357		0.373	

Çizelge 7’de domates üretim maliyetleri tek grup için ortalama olarak verilmiştir. Domates üretim maliyeti ile ilgili olarak da Uzundere ilçesinde arazinin kıt ve parçalı olması sebebiyle üreticiler ilk ürün olarak hıyarı tercih etmiş bunun dışında daha küçük alanlarda ise domates üretimine yer vermişlerdir. Ayrıca hıyarın olgunlaşma süresi, yani pazara arz edilmesi domatese göre kısa olduğundan dolayı yörede öncelikli tercih nedeni olmuştur.

Çizelge 7. 1 Kg Domates Üretim Maliyeti

Masraf Kalemleri	Tutar (YTL)	%
Sera bakım	115.00	4.81
Fide	244.80	10.23
Gübre	120.00	5.01
İlaç	80.00	3.34
Aile işgücü bedeli	695.00	29.03
Geçici işçi	171.00	7.14
Plastik örtü	289.74	12.11
Toplam	1715.54	
Döner ser (%7.19)	123.35	5.15
Toplam	1838.89	
Genel idare Giderleri(%3)	55.17	2.30
Arazi kirası	300.00	12.53
Sera amortismanı	200.00	8.35
Üretim Masrafları Toplamı	2394.06	100
Domates Üretim Miktarı (Kg)	4320	
Verim (Kg/m ²)	16.00	
Çiftlik Avlusu Maliyeti	0.554	
1Kg Domates Pazarlama Masrafı	0.050	
1 Kg Domates Pazar Maliyeti	0.604	

Hıyar ve domates için masraf kalemleri arasında materyal giderlerinden plastik örtü bedelinin yüksek olduğu çizelge 6 ve 7’de görülmektedir. Üretim girdisi olarak plastik örtü bedelinin yüksek olması maliyeti artırmaktadır.

Araştırma bölgesinde gruplandırılan hıyar ve domates seralarında ortalamalara bakıldığında aile iş gücü bedeli ve arazi kirası gibi itibari masrafların üretim masrafları içinde önemli bir paya sahip olduğu görülmektedir (Çizelge 6 ve 7). Arazi kirası bedelinin yüksek olması yörede arazinin kıt ve sınırlı olmasından kaynaklanmaktadır.

Mersin ili Erdemli ilçesinde yapılan bir çalışmada serada domates ve hıyar yetiştiriciliğinde gübre ve ilaç önemli girdi masraflarını oluşturmakta iken (Adıgüzel 2005) araştırma bölgesinde ilaç ve gübre kullanımı çok değildir. Bu durum da araştırma bölgesinde yetiştirilen ürünlerin maliyetlerinin düşmesine neden olmuştur.

3.4. Pazarlama Yapısı

Pazarlama Kanalları

Araştırma bölgesindeki işletme sahipleriyle yapılan anketlerde üreticilerin ürünlerini nerede, ne zaman, kimlere sattıkları spesifik sorularla belirlenmiştir. Üretici ürününü kendisi satmakta, üretim merkezi komisyoncusu aracılığına ihtiyaç duymamaktadır. Yörede hıyar ve domates için 3 pazarlama kanalı belirlenmiş, aşağıda şematik olarak verilmiştir.

- Üretici → Tüketici
- Üretici → Tüketim Merkezi Komisyoncusu → Perakendeci → Tüketici
- Üretici → Perakendeci (Büyük Marketler) → Tüketici

Üretici ürününü perakendecilere satışı iki şekilde olmaktadır. Birincisi çevre illerden (Erzurum, Artvin ve Bayburt) perakendecilerin gelip ürünü seralardan satın alması şeklinde, ikincisi ise üreticiler Erzurum ilinde ki büyük marketlere (Carrefour, Migros, Tema vb.) önceden yapılan anlaşmalar ile doğrudan satış yapmaktadırlar.

Ürünlerin Fiyat Dağılımı ve Pazarlama Marjı

1 kg hıyar ve domates için fiyat dağılımı çizelge 8'de gösterilmiştir. Tüketim merkezi komisyoncusu çiftçiden hıyar ve domatesin kilogramını sırasıyla 0,450 ve 0,480 YTL'den satın almaktadır. Yani çiftçi ortalama olarak 1 kg hıyar ve domatesi sırasıyla 0,077 ve 0,028 YTL kar ile satmıştır. (Çizelge 8).

Çizelge 8. 1 Kg Hıyar ve Domates İçin Fiyat Dağılımı

	Hıyar			Domates (YTL)
	1.Grup (YTL)	2.Grup (YTL)	Ortalama (YTL)	
ÇİFTÇİ				
-Maliyet	0.420	0.357	0.373	0.452
-çiftçi karı	0.030	0.093	0.077	0.028
Tüketim merkezi kom.				
alış fiyatı	0.450	0.450	0.450	0.480
-satış	0.540	0.540	0.540	0.580
Perakendeci				
alış fiyatı	0.540	0.540	0.540	0.580
-satış	0.650	0.650	0.650	0.700
TÜKETİCİ	0.650	0.650	0.650	0.700

1 kg hıyar ve domates için pazarlama marjının dağılımı çizelge 9'da gösterilmiştir. Ortalama olarak 1 kg hıyar ve domates için tüketicinin ödediği fiyatın sırasıyla %69,23 ve %68,57'si çiftçinin eline geçmiştir. Tüketicinin ödediğinden çiftçinin önemli bir pay aldığı söylenebilir.

Çizelge 9. 1 Kg Hıyar ve Domates Pazarlama Marjının Dağılımı (YTL)

	Hıyar Ort.	%	Domates	%
Çiftçi eline geçen	0.450	69.23	0.480	68.57
Tüketim	0.090	13.85	0.100	14.29
komisyoncusu				
Perakendeci	0.110	16.92	0.120	17.14
Tüketici	0.650	100.00	0.700	100.00

Çiftçiler tarafından serada üretimin en önemli faydası, yörede arazinin kit ve engebeli bir yapıya sahip olmasından dolayı seracılık gibi entansif ve dar alanda yapılan bir faaliyetten önemli bir gelir elde etmek olarak beyan edilmiştir.

Üretim aşamasında teknik bilgi temini ilçede ki tarım danışmanı ve İlçe Tarım Müdürlüğü vasıtasıyla gerçekleşmektedir. Üretim de karşılaşılan en önemli sorunun aynı alana devamlı aynı ürünün ekiminden dolayı toprağın yapısının bozulması ve verimini kaybetmesi olarak ifade edilmiştir. Yörede seracılık gelişme göstermesine rağmen çiftçilerde önemli oranda teknik bilgi eksikliği olduğu müşahede edilmiştir.

Uzundere ilçesinde üretici için teknik bilginin tarımsal yayım ve haberleşme hizmetleri, tarım teşkilatlarının ortak çalışmalarıyla artırılmalı ve çiftçi eğitim programları bölgede bulunan Atatürk Üniversitesinin de katılımıyla düzenlenmelidir. Ayrıca ürünün pazarlanmasında karşılaşılan sorunların daha güçlü olarak çözülebilmesi ve üreticilerin girdi ihtiyaçlarını ucuz bir şekilde temin edebilmelerinin sağlanmasında kooperatifleşme ile ilgili çalışmaların başlatılması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- Adıgüzel, E. 2005. Mersin İli Erdemli İlçesinde Bazı sera Sebzelerinde Üretim Maliyeti ve Pazarlama Yapısı. Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi (Basılmamış).
- Anonim, 2005. Türkiye İstatistik Kurumu, Özel Elektronik Kayıtlar.
- Anonim, 2007/a. T.C. Ziraat Bankası Erzurum Bölge Müdürlüğü.
- Anonim, 2007/b. www.dpt.gov.tr - Temel Ekonomik Göstergeler
- Anonim, 2008. Uzundere İlçe Tarım Müdürlüğü Kayıtları.
- Çimen, Z. 2001. Antalya İli Kumluca İlçesindeki Sera Üreticilerinin Pazarlama Sorunları. Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Dergisi (1) 1-14.
- Dağdemir, V., 1998. Kuzeydoğu Anadolu Bölgesinde Süt Ürünlerinin İmalat Maliyeti ve Pazarlama Şekli Üzerine Bir Araştırma. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı. (Basılmamış) Doktora Tezi, Erzurum.
- Dağdemir, V. ve Aşkan, E. (2004), Erzurum Merkez İlçede 200 Gramlık Bir Ekmeğin İmalat Maliyeti ve Pazarlanma Marjının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. Türkiye VI. Tarım Ekonomisi Kongresi.
- Dağdemir, V. (2004). Bayburt İli Kop ve Burnaz Dere Havzalarında Arıcılık Yapan İşletmelerin Genel Durumu ve Kooperatifleşmeye Bakış Açısı. Kooperatifçilik Dergisi, Sayı: 146 s. 102-111.
- Kıral, T. ve Kasnakoğlu, H. (1999), Tarımsal Ürünlerin Maliyet Hesaplama Metodolojisi ve Veri Tabanı Rehberi.
- Rad, S. ve Yarış, G. (2004), Silifke İlçesi'nde Sebze Yetiştirilen Seraların Yapısal, Teknik ve Ekonomik Analizi. Türkiye Ziraat Odaları Birliği (Ağustos 2004, yayın no:250) Mersin.
- Yılmaz, İ.(1997), Antalya İlinde Cam ve Plastik Seralarda Hıyar, Fasulye ve Kabak Yetiştiriciliğinde Girdi Kullanımı ve Üretim Maliyetleri. Çukurova Üniversitesi Ziraat Fak. Dergisi 12,(1):19-26.