

**T.C.  
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ**



**ANTALYA İLİNDE KARPUZ ÜRETİMİ VE PAZARLAMA YAPISI**

**Haşim BÜYÜKKALAY  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ  
TARIM EKONOMİSİ  
ANABİLİM DALI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**HAZİRAN 2019**

**ANTALYA**

**T.C.  
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ**



**ANTALYA İLİNDE KARPUZ ÜRETİMİ VE PAZARLAMA YAPISI**

**Haşim BÜYÜKKALAY**

**TARIM EKONOMİSİ**

**ANABİLİM DALI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**HAZİRAN 2019**

**ANTALYA**

**T.C.  
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**ANTALYA İLİNDE KARPUZ ÜRETİMİ VE PAZARLAMA YAPISI**

**Haşim BÜYÜKKALAY**

**TARIM EKONOMİSİ**

**ANABİLİM DALI**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**Bu tez  
Akdeniz Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi  
tarafından FYL-2018-3498 nolu proje ile desteklenmiştir.**

**HAZİRAN 2019**

T.C.  
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ  
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

ANTALYA İLİNDE KARPUZ ÜRETİMİ VE PAZARLAMA YAPISI

Haşim BÜYÜKKALAY  
TARIM EKONOMİSİ  
ANABİLİM DALI  
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Bu tez 21./06/2019 tarihinde jüri tarafından Oybirliği/Oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

Doç. Dr. M. Göksel AKPINAR ( Danışman)

Prof. Dr. Mevlüt GÜL

Dr. Öğr. Üyesi R.Figen CEYLAN

## ÖZET

### ANTALYA İLİNDE KARPUZ ÜRETİMİ VE PAZARLAMA YAPISI

**Haşim BÜYÜKKALAY**

**Yüksek Lisans Tezi, Tarım Ekonomisi Anabilim**

**Dalı Danışman: Doç. Dr. M. Göksel AKPINAR**

**Haziran 2019; 56 Sayfa**

Bu tez çalışmasında, Antalya ilinde karpuz üretim ve pazarlama yapısının kantitatif ve kalitatif boyutta ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda, bölgede karpuz üretiminin yaygın olduğu Serik ve Aksu ilçelerinde toplam 70 üreticiyle gerçekleştirilen yüz yüze anket yöntemiyle elde edilen birincil veriler kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan anket formunda çiftçi, çiftlik, üretim ve pazarlama profilinde açık-kapalı uçlu, çoktan seçmeli, önem sıralaması ve Likert Ölçeği formatındaki soru tipleri kullanılmıştır. Verilerin SPSS programında basit tanımlayıcı istatistikler ve Ki-kare testi ile analiz ve değerlendirmesi yapılmıştır.

Çalışmada elde edilen sonuçlara göre, bölgede karpuz üreticilerinin üretim sürecindeki en önemli sorunları girdi fiyatlarının yüksekliği, hastalık ve zararlılar, sulama ve işgücü tedariki olarak belirlenmiştir. Pazarlama aşamasında ise monopilistik pazar yapısı yani tek veya sınırlı sayıda alıcı bulunması ve üretici fiyat düzeyinin belirsizliği öncelenen sorunlardır. Fiyat belirsizliği sorunu, pazarlama marjının sabit olması nedeniyle ürünün perakende düzeydeki fiyat hareketliliğinin, üretici pazarında daha yüksek bir etki oluşturmasıyla ilişkilendirilmiştir. Çalışmanın Ki-kare analizi sonuçlarında da, karpuz üreticilerinin yaş ve eğitim seviyeleri ile üretim maliyeti ve üretim faaliyetinden elde edilen gelir arasında istatistiki bir ilişki tespit edilmiştir.

**ANAHTAR KELİMELEER:** Karpuz, Üretici, Üretim, Pazarlama, Antalya.

**JÜRİ:** Doç. Dr. M. Göksel AKPINAR

Prof. Dr. Mevlüt GÜL

Dr. Öğr. Üyesi R.Figen CEYLAN

## **ABSTRACT**

### **WATERMELON PRODUCTION AND MARKETING STRUCTURE IN ANTALYA PROVINCE**

**Haşim BÜYÜKKALAY**

**MSc. Thesis in Agricultural Economics**

**Supervisor: Assoc. Prof. Dr. M. Göksel AKPINAR**

**June 2019; 56 pages**

In this thesis study, it is aimed to set forward structure of water-melon production in Antalya with its quantitative and qualitative aspects. In this aspect, primary data retrieved via face to face survey from 70 producers in sum in Serik and Aksu towns of the regions, where water-melon production is widespread was used. Open and close ended questions, as well as ranking and Likert-scale type questions were used in the survey form utilized regarding farmer, farm and production and marketing profile. Data were analyzed and evaluated with simple descriptive statistics and Chi-square test in SPSS program.

Due to the findings retrieved in the study, the most important problems experienced by water-melon farmers in production process were determined as high level of input prices, illness and detriments, irrigation and labor supply. The superior problems in the marketing phase were the monopolistic market structure, or existence of either one or limited number of purchasers and uncertainty of producer price level. Price uncertainty problem was related with the high effect on producer market induced by instability of retail price of the product due to the standard marketing margin. The results reached by the Chi-square analysis detected statistical relationships between production costs and income retrieved from production activity and age and education levels of the water-melon producers.

**KEYWORDS:** Watermelon, Producer, Production, Marketing

**COMMITTEE:** Assoc. Prof. Dr.M. Göksel AKPINAR

Professor Dr. Mevlüt GÜL

Assistant Prof Dr. R.Figen CEYLAN

## ÖNSÖZ

Çalışmamın teorik kısmında Dünya genelinde, Türkiye de ve Antalya ilinde karpuz üretimi hakkında genel bilgiler verilmektedir. Araştırmanın amacı karpuz üretim ve pazarlama problemlerini belirlemek ve çözüm önerileri sunmaktır. Çalışmada veriler yüz yüze anket yöntemi ile toplanmıştır.

Elde edilen veriler SPSS 12.00 paket programında değerlendirilmiştir. Ki-kare analizi ile işletmelerin problemleri algılamalarında farklılık olup olmadığı belirlenmiştir. İşletmelerin türlerine ve hedef pazarlarına göre üretim ve pazarlama problemlerini farklı algıladıkları saptanmıştır.

Çalışmam boyunca benden bilgi ve birikimini esirgemeyen, çalışmamın tamamlanmasında gerekli desteği sağlayan, akademik ve insani değerler açısından kendisinden çok şey öğrendiğim danışmanım Sayın Doç. Dr. M. Göksel AKPINAR'a teşekkür ederim. Tez konumun şekillenmesine katkı sunan başta Dr. Öğr. Üyesi R. Figen CEYLAN'a ve katkı sağlayan Tarım Ekonomisi Bölümü'nün değerli hocalarına ayrıca teşekkür ederim. Son olarak aileme, bana gereken desteği sağladıkları için teşekkür ederim.

## İÇİNDEKİLER

ÖZET .....	i
ABSTRACT.....	ii
ÖNSÖZ .....	iii
AKADEMİK BEYAN .....	vi
KISALTMALAR .....	vii
ŞEKİL DİZİNİ .....	viii
ÇİZELGELER DİZİNİ .....	ix
1. GİRİŞ .....	1
2. KAYNAK TARAMASI .....	8
3. MATERYAL VE METOT .....	10
4. BULGULAR VE TARTIŞMA .....	13
4.1. İşletme Profili.....	13
4.1.1. Yaş, Cinsiyet, Eğitim Durumu.....	13
4.1.2. Hane Genişliği .....	15
4.1.3. Karpuz Üretimiyle İlgili Bilgi Kaynakları .....	19
4.1.4. Karpuz Üreticilerinin Genel Memnuniyet Durumları.....	20
4.1.5. Karpuz Üretimine Devam Etme Eğilimi.....	20
4.2. İşletme Profili.....	21
4.2.1. Toplam Arazi Varlığı.....	21
4.2.2. Karpuz Üretim Alanı.....	22
4.3. Üretim Yapısı.....	23
4.3.1. Karpuz Yetiştiriciliğini Tercih Nedenleri .....	23
4.3.2. Çeşit Tercihi.....	23
4.3.3. Girdi Tedarik Kanalları.....	26
4.3.4. Üretim Masraflarına Duyarlılık .....	26
4.3.5. Fiyat ve Üretim Miktarı .....	27



4.3.6. Üretimde Karşılaşılan Sorunlar.....	28
4.4. Pazarlama Yapısı .....	28
4.4.1. Üretici Düzeyinde Pazarlama Hizmetleri .....	28
4.4.2. Satış Şekli .....	30
4.4.3. Satış Koşulu .....	31
4.4.4. Ürün Kayıpları .....	32
4.4.5. Pazarlama Sorunları .....	33
4.4.6. Üretim ve Pazarlama Göstergelerinin Gelişimi .....	33
4.5. İlişki Analizi Bulguları .....	39
5. SONUÇLAR.....	43
6. KAYNAKLAR .....	46
7. EKLER.....	48
ÖZGEÇMİŞ	

## AKADEMİK BEYAN

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum “Antalya İlinde Karpuz Üretimi ve Pazarlama Yapısı” adlı bu çalışmanın, akademik kurallar ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını belirtir, bu tez çalışmasında bana ait olmayan tüm bilgilerin kaynağını gösterdiğimi beyan ederim.

21.06.2019

Haşim BÜYÜKKALAY



## **KISALTMALAR**

Tezde ondalık ayıracı olarak “21.01” şeklinde kullanımda bulunulmuştur.

SPSS : Statistical Package for the Social Sciences (Sosyal Bilimler başta olmak üzere

Eğitim Bilimleri, Sağlık Bilimleri ve Fen Bilimleri alanlarında istatistiksel  
analize yönelik bir bilgisayar programıdır.)

TL : Türk Lirası

TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu

## ŞEKİL

Şekil 4.1. Karpuz tedarik zinciri .....	30
---	----

## ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 1.1. Türkiye örtüaltı karpuz üretim miktarı ve alanı .....	2
Çizelge 1.2. Antalya örtüaltı karpuz üretim miktarı ve alanı .....	3
Çizelge 1.3. Türkiye’de karpuz ekili alan ve üretim miktar .....	4
Çizelge 1.4. Antalya’da karpuz ekilen alan ve üretim alanı .....	5
Çizelge 1.5. Karpuz üretiminin illere göre dağılımı .....	6
Çizelge 3.1. Ürün tipi tercihleri .....	12
Çizelge 3.2. Üretim modeli tercihleri .....	12
Çizelge 4.1. Üretici cinsiyeti .....	13
Çizelge 4.2. Ürün tipine göre cinsiyet durumu .....	14
Çizelge 4.3. Karpuz üretiminin illere göre dağılımı .....	14
Çizelge 4.4. Üreticilerin yaş grupları.....	14
Çizelge 4.5. Üretici eğitim durumu .....	15
Çizelge 4.6. Ortalama hane genişliği .....	16
Çizelge 4.7. Annenin karpuz üretimine katılma durumu.....	16
Çizelge 4.8. Ürün tipine göre annenin çalışma durumu .....	17
Çizelge 4.9. Üretim modeline göre annenin çalışma durumu.....	17
Çizelge 4.10. Ürün tipine göre çalışan kadının karpuz üretiminde bulunma durumu ....	18
Çizelge 4.11. Çocukların üretime katılma durumu.....	18
Çizelge 4.12. Ürün tipine göre çocukların üretimde çalışma durumu .....	18
Çizelge 4.13. Karpuz üretiminde yer alan ve almayan çocukların çalışma ve yaş durumları.....	19
Çizelge 4.14. Karpuz üretiminde yer alan ve almayan çocukların çalışma ve yaş durumları.....	19
Çizelge 4.15. Üreticilerin karpuz üretimi ile ilgili memnuniyet durumları.....	20
Çizelge 4.16. Üreticilerin karpuz üretimine devam durumları .....	21
Çizelge 4.17. Mülkiyet durumlarına göre üreticilerin arazi varlıkları.....	22

<b>Çizelge 4.18.</b> Üreticilerin üretim yaptıkları alan türlerine göre çeşit tercihleri.....	23
<b>Çizelge 4.19.</b> Üreticilerin çeşit tercihlerine etki eden faktörler.....	25
<b>Çizelge 4.20.</b> Karpuz üretiminde masrafların öncelik durumuna göre dağılımları.....	26
<b>Çizelge 4.21.</b> Ankete katılan üreticilerin 2017 yılı karpuz satış tutarı ve fiyatı.....	27
<b>Çizelge 4.22.</b> Hasat sonrası gerçekleştirilen pazarlama işlemleri.....	29
<b>Çizelge 4.23.</b> Üreticilerin karpuz satış şekilleri.....	31
<b>Çizelge 4.24.</b> Ürün satış koşulları.....	31
<b>Çizelge 4.25.</b> Karpuz üretim sürecinde yaşanan ürün kayıpları.....	32
<b>Çizelge 4.26.</b> Son 5 yılda karpuz üretimi ile ilgili üreticilerin üretim değişimleri.....	34
<b>Çizelge 4.27.</b> Üreticilerin son 5 yılda üretimde yaşadıkları değişiklikler.....	35
<b>Çizelge 4.28.</b> Üreticilerin son 5 yılda pazarlamada yaşadıkları değişiklikler.....	36
<b>Çizelge 4.29.</b> Meslek durumuna göre üreticilerin son 5 yılda üretimde yaşadıkları değişiklikler.....	37
<b>Çizelge 4.30.</b> Meslek durumuna göre üreticilerin son 5 yılda pazarlamada yaşadıkları değişiklikler.....	38
<b>Çizelge 4.31.</b> Üreticinin eğitim durumuna göre ailedeki anne veya kadının üretimde yer alma durumu.....	39
<b>Çizelge 4.32.</b> Üreticilerin eğitim durumunun tarımsal faaliyetlerden elde edilen gayrisafi üretim değerine etkisi.....	40
<b>Çizelge 4.33.</b> Üreticinin eğitim durumunun tarımsal faaliyetlerdeki toplam masrafa etkisi.....	40
<b>Çizelge 4.34.</b> Üretici yaşının tarımsal faaliyetlerden elde edilen gayri safi üretim değerine etkisi.....	41
<b>Çizelge 4.35.</b> Üreticinin yaş durumunun tarımsal faaliyetlerdeki toplam masrafa etkisi.....	41

## 1. GİRİŞ

Tarımsal ürünler içerisinde meyvesi yenen sebze grubunda karpuz, sezon ve sezon dışı periyotta çekirdekli-çekirdeksiz, ithal-yerli, açık tarla-örtüaltı özelliğinde yıl boyunca iç pazarda tüketiciyle buluşmaktadır. Tüketim duyarlılığı güçlü bir ürün olarak tanımlanan karpuz, yaz döneminde geniş kitleler tarafından yüksek oranda tüketilen, sezon dışında da belirli tüketici kitlelerini hedef alan tanımlamada pazarlanmaktadır. Karpuz aynı zamanda ülkemizde üretim sezonunda en çok üretimi gerçekleştirilen sebze konumundadır. Tek yıllık özelliğiyle sıcak ve ılıman bölgelerde üretimi gerçekleştirilen karpuz ağırlıklı olarak açıkta yetiştirilmekle birlikte örtü altı üretim modelinde de yaygınlaşma görülmektedir. Karpuz, kabuğu ile gıda, ilaç ve kozmetik endüstrisinde değerlendirilmektedir. İhracat açısından bakıldığında ürünün nem ve hava koşullarına duyarlılığı nedeniyle ihracatta riskli ürünler kapsamında değerlendirilmektedir.

Karpuz tek yıllıktır ve yerde sürünerek gelişir. Tohum ekiminden sonra bitkiler ilk başta iki kotiledon yaprağını toprak yüzeyine çıkarır. Önce kazık kök, daha sonrada saçak kök gelişimi başlar. Köklerin; % 40-60'ı toprağın 10-30 cm toprak derinliğinde, % 20-30'u toprağın 50-60 cm toprak derinliğinde, % 5-10'u toprağın 100- 150 cm toprak derinliğinde yer alır. Dişi çiçekler, erkek çiçeklere göre daha büyüktür. Dişi çiçeklerin, çiçek sapından sonra meyvenin şekline göre yuvarlak, uzun veya oval bir yumurtalığa sahiptir. Genel olarak çiçek oluşumu ana gövde üzerinde, 6-8 inci boğuma kadar çiçek yoktur. 6. yapraktan itibaren ilk başta erkek, daha sonrada dişi veya erdişi çiçekler oluşur.

Meyvelerde irilik, renk ve şekil vb. özellikler çeşitlere göre farklılık gösterir. Bir gramında 15-40 adet tohum bulunur. Tohumları ortalama 5-8 yıl canlılıklarını sürdürebilirler. Karpuzda meyveler ağırlıklarına ve boylarına göre küçük, orta, iri ve çok iri olarak sınıflandırılır. Meyve iriliği 2-3 kg'dan başlayıp 50-60 kg'a kadar çıkabilir. Karpuzda, 5-6 kg'lık ve az çekirdekli olanlar tercih edilir.

Karpuz dünyada ve Türkiye'de en çok üretilen sebzelerin başında gelmektedir. Karpuz tek yıllık, sıcak ve ılıman iklim bitkisidir. Karpuz açıkta yetiştirilmekle birlikte örtü altında da üretilmektedir. Karpuzun %95'i sudur ve besin değeri birçok besinde olduğu gibi kabuğunda saklıdır. Gıda, ilaç ve kozmetik sektöründe kullanılan karpuz kabuğu ise özellikle son yıllarda önem kazanmıştır. Türkiye, karpuz kabuğu ihracatını en çok Almanya, Fransa, İtalya ve Yunanistan'a yapmaktadır. Dönem dönemde ABD, Arnavutluk, İspanya ve Ukrayna'ya da ihracat yapılmaktadır. Kavun ve karpuz kabuğunun en büyük alıcısı ise İtalya ve Almanya'dır. Kavun karpuz kabuğu nem ve hava değişimlerinden olumsuz etkilendiği için ihracatta riskli ürün grubuna girse de sağladığı yüksek kazançla girişimcileri cezbetmektedir.

**Çizelge 1.1.** Türkiye örtüaltı karpuz üretim miktarı ve alanı

	Türkiye							
	Alçak Tünel		Cam Sera		Plastik sera		Yüksek Tünel	
	Dekar	Ton	Dekar	Ton	Dekar	Ton	Dekar	Ton
2013	90902	617799	890	6000	1951	12643	690	4071
2014	91750	623797	895	7028	2351	16068	1120	6450
2015	95186	645201	950	7448	2860	20153	1155	6573
2016	96559	662593	1073	8340	3315	23946	1170	6653
2017	102696	737059	1120	8723	3691	26809	2949	18686
2018	115303	817235	1130	8771	3748	27183	2944	18656

Kaynak: TÜİK 2019

Türkiye karpuz üretimi bölgelere göre ya açıkta ya da örtüaltında (özellikle alçak tüneller altında) yapılmaktadır. Örtüaltı karpuz üretiminin çok büyük bir kısmı Çukurova Bölgesinde gerçekleştirilmektedir. Zengin besin içeriği ile insan sağlığı açısından önemli bir öneme sahiptir.



**Çizelge 1.2.** Antalya örtüaltı karpuz üretim miktarı ve alanı

	Antalya							
	Alçak Tünel		Cam Sera		Plastik sera		Yüksek Tünel	
	Dekar	Ton	Dekar	Ton	Dekar	Ton	Dekar	Ton
2013	2100	8400	885	5950	1935	12573	165	905
2014	3000	15000	890	6978	2285	15613	600	3300
2015	3200	16200	945	7398	2785	19613	650	3550
2016	3350	17050	1068	8290	3245	23396	660	3600
2017	3370	17150	1115	8673	3611	26159	660	3600
2018	3400	20550	1125	8718	3651	26381	660	3600

Kaynak: TÜİK 2019

Türkiye’de karpuzun en çok yetiştirildiği iller; Adana, Antalya, İzmir, Diyarbakır ve Samsun; Üretimleri yapılan karpuz çeşitleri üretim bölgesine göre değişmekte olup başlıca çeşitler Crimson sweet, Yalova Washington 26, Yalova yuvarlak alaca 18 olarak belirtilebilir. Yetiştirilen karpuz çeşit sayısında da artış gözlenmektedir.

Türkiye’de yaklaşık 860 bin dekar alanda 4,03 milyon ton karpuz üretimi gerçekleştirilmektedir. Dekara karpuz verimi ise 4,66 ton seviyesindedir (TÜİK, 2019). Türkiye üretim rekoltesi açısından dünyada Çin’den sonra ikinci ülke konumdadır. İç Pazar açısından bakıldığında karpuz üretiminde yoğunlaşma Akdeniz, Ege, Güneydoğu Anadolu ve Marmara bölgelerinde görülmektedir. Akdeniz Bölgesi kapsamında da Antalya yaklaşık %12’lik üretim payı ile Adana’dan sonra en fazla karpuz üretiminin gerçekleştirildiği il durumundadır. Antalya ilinde dekar karpuz verimi 5,96 ton ile Türkiye ortalamasının üzerinde bir değere sahiptir. Antalya yöresinde karpuz üretimi çoğunlukla örtüaltı alçak tünelde erkenciliğe yönelik olarak yapılmaktadır.

**Çizelge 1.3.** Türkiye’de karpuz ekilen alan ve üretim miktarı

<b>Yıllar</b>	<b>Ekilen Alan (Dekar)</b>	<b>Üretim (Ton)</b>	<b>Verim (Ton/Da)</b>
<b>2005</b>	1.165.460	3.970.000	3,41
<b>2006</b>	1.090.219	3.805.306	3,49
<b>2007</b>	1.082.076	3.796.680	3,51
<b>2008</b>	1.096.112	4.002.285	3,65
<b>2009</b>	997.205	3.810.205	3,82
<b>2010</b>	956.598	3.683.103	3,85
<b>2011</b>	979.644	3.864.489	3,94
<b>2012</b>	977.322	4.022.296	4,12
<b>2013</b>	979.458	3.887.324	3,97
<b>2014</b>	954.627	3.885.617	4,07
<b>2015</b>	935.458	3.918.558	4,19
<b>2016</b>	919.927	3.928.892	4,27
<b>2017</b>	904.884	4.011.313	4,43
<b>2018</b>	863.610	4.031.174	4,66

Kaynak: TÜİK 2019

Türkiye’de yıllara göre karpuz üretim alanları, üretim miktarları ve dekara verim verilerine baktığımızda ekili alanın azaldığını fakat dekara alınan verimin arttığını buna bağlı olarak alınan ürün miktarında fazla bir değişim olmadığı gözlenmiştir. Daha verimli karpuz çeşitlerinin piyasaya girdi olarak sunulması, üretici bilgi ve deneyimlerindeki artış ve alet-makine kullanımındaki artış bu durumun sebebi olarak gösterilebilir (Çizelge 1.3).

**Çizelge 1.4.** Antalya’da karpuz ekilen alan ve üretim miktarı

<b>Yıllar</b>	<b>Ekilen Alan (Dekar)</b>	<b>Üretim (Ton)</b>	<b>Verim (Ton/Da)</b>
<b>2005</b>	48.060	176.348	3,67
<b>2006</b>	60.670	243.770	4,02
<b>2007</b>	81.427	331.407	4,07
<b>2008</b>	83.367	339.172	4,07
<b>2009</b>	72.624	352.161	4,85
<b>2010</b>	77.567	370.453	4,78
<b>2011</b>	87.932	406.166	4,62
<b>2012</b>	80.322	485.686	6,05
<b>2013</b>	77.002	365.841	4,75
<b>2014</b>	78.750	403.759	5,13
<b>2015</b>	79.535	443.882	5,58
<b>2016</b>	81.780	458.037	5,60
<b>2017</b>	81.613	487.794	5,97
<b>2018</b>	83.529	498.357	5,96

Kaynak: TÜİK 2019

Antalya’da yıllara göre üretim alanı ve dekara düşen verim miktarı artmış ve buna bağlı olarak ton bazında üretimde de artış gözlenmiştir (Çizelge 1.4). Türkiye’de en çok karpuz üretimi yapan ilimiz Adana’dır. Adana’dan sonra ise ikinci sırada Antalya ve üçüncü sırada İzmir gelmektedir. Türkiye’deki karpuz üretiminin %41,72’si bu ilk üç ilde gerçekleştirilmektedir (Çizelge 1.4).

**Çizelge 1.5.** Karpuz üretiminin illere göre dağılımı

İller	Üretim (Ton)	Aldığı Pay (%)
<b>Adana</b>	1.006.322	24,96
<b>Antalya</b>	498.357	12,36
<b>Bursa</b>	177.522	4,40
<b>Şanlıurfa</b>	171.062	4,24
<b>Diyarbakır</b>	165.418	4,10
<b>Mersin</b>	151.057	3,74
<b>İzmir</b>	149.932	3,71
<b>Manisa</b>	108.660	2,69
<b>Samsun</b>	100.845	2,50
<b>Mardin</b>	83.370	2,06

Kaynak: TÜİK 2019.

Tüketici pazarı boyutunda bakıldığında; meyvesi yenen sebze grubunda özellikle sezonda yüksek tüketim düzeyine sahip olan karpuz, sezon dışı dönemlerde yüksek fiyat düzeyi ile niches pazar özelliğini yansıtan bir ürün olarak değerlendirilebilmektedir. Karpuz ürünüde çeşit tercihinin önem kazandığı, iç pazarda sezonda çekirdekli-çekirdeksiz, sezon dışında ise yerli/ithal ürün kavramı gündeme gelmektedir. Pazar odaklayan tüketici eğilimli pazarlama anlayışı, üretim öncesi başlayan ve tüketim sonrasına kadar uzanan bir süreç olarak değerlendirildiğinde, söz konusu hangi ürünün, hangi çeşitte, hangi kalite özelliklerinde, ne zaman üretileceğine ilişkin kararlar işletmeci ve işletme düzeyinde önem kazanmaktadır. Bu bağlamda yürütülen tez çalışmasında ile Antalya ilinde karpuz üretim ve pazarlama yapısının kantitatif ve kalitatif boyutta araştırılması hedeflenmiştir. Bu ana hedefte çalışmanın ayrıntılı amaçları aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

- İşletmeci profili kapsamında:
  - ✓ Cinsiyet, yaş, eğitim, medeni durum, hane genişliği, gelir, harcama vb. özellikler,
  - ✓ Tarımsal faaliyetle uğraşma süresi,
  - ✓ Karpuz yetiştiricilik süresi,
  - ✓ Üretimle ilgili bilgi kaynakları,
  - ✓ Pazarlama ile ilgili bilgi kaynakları,
  - ✓ Kredi kullanım düzeyi,
  - ✓ Üretim faaliyetine ilişkin memnuniyet düzeyi,
  - ✓ Üretim faaliyetine devam etme eğilimi,
  - ✓ Üretici beklentisi,
  - ✓ Demografik özelliklerle üretim ve pazarlama faaliyetleri arasındaki ilişki.
  
- İşletme profili kapsamında;
  - ✓ Arazi varlığı,
  - ✓ Mülkiyet durumu,
  - ✓ Parçalılık,
  - ✓ Sulama vb. özellikler.
  
- Pazarlama ve üretim yapısı değerlendirmesinde;
  - ✓ Üretici düzeyinde pazarlama hizmetleri (ana-yardımcı hizmetler),
  - ✓ Üretici düzeyinde pazarlama masrafı,
  - ✓ Üretici düzeyinde pazarlama kanal yapısı,
  - ✓ Üretici düzeyinde pazarlama kanal tercihi ve etkili faktörler,
  - ✓ Ürün satış şekilleri,
  - ✓ Pazarlamaya ilişkin sorunlar,
  - ✓ Üretim alanı dağılımı,
  - ✓ Ürün deseni ve değişimi,
  - ✓ Ürün tercihi ve etkili faktörler,
  - ✓ Çeşit tercihi ve etkili faktörler,
  - ✓ Girdi tedarik süreci; nereden-niçin-nasıl,
  - ✓ Üretim faaliyetine ilişkin sorunlar.

## 2. KAYNAK TARAMASI

Türkiye’de tarımsal ürünlerin üretim ve pazarlama yapısına ilişkin farklı bölgelerde farklı zamanlarda gerçekleştirilen çalışmalar bulunmaktadır. Karpuz ürününde benzer konu kapsamında yürütülen önceki çalışmalardan bazıları aşağıda verilmiştir.

Adana ili toptan sebze ve meyve fiyatlarının çeşitli faktörlere göre değerlendirildiği bir çalışmada, hafta değişkeni ile karpuz haftalık toplam miktarı arasında pozitif bir ilişkinin olduğu ( $r=0,136$ ), ancak diğer değişkenler kontrol edildiğinde iki değişken arasındaki korelasyonun  $r=0,125$  olarak hesaplandığı görülmektedir. Birim fiyat ile karpuz haftalık toplam miktarı arasında negatif bir ilişkinin ( $r=-0,214$ ) olduğu saptanmıştır. Diğer değişken kontrol edildiğinde iki değişken arasında ki korelasyonun  $r=-0,207$  olduğu görülmektedir. Karpuz fiyatının haftalık olarak artması, haftalık üretilen karpuz miktarının artmamasına neden olmaktadır. Zaman ilerledikçe karpuz toplam miktarında da artmakta olduğu saptanmıştır (Korkmaz 2011).

İzmir ili örneğinde gerçekleştirilen bir çalışmada Türkiye’de yaş meyve-sebze pazarlamasında toptancı hallerinin etkinliği araştırılmıştır. Çalışmada Türkiye’de yaş meyve ve sebze toptancı halleri ile ilgili yasal düzenlemeler, yaş meyve ve sebze toptancı hallerinin yapısı ve işleyişi, karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerileri üzerinde durulmuştur (Kahraman 2012).

Türkiye’de Yaş Meyve ve Sebze Ürünleri Üretim ve Pazarlaması konulu çalışmada, meyve ve sebze ürünleri önemli tarım ürünlerindedir. Meyve ve sebze endüstrisi her biri farklı özellikte arz ve talebe sahip olan çok sayıda ürünlerden oluşmaktadır. Her ne kadar yüzlerce meyve ve sebze ürünleri ticari olarak alınıp satılıyor ise de sadece belirli sayıda ürünler bu piyasada önemli bir rol oynamaktadır. Dünyanın birçok ülkesiyle karşılaştırıldığında Türkiye’de hemen hemen her mevsimde ve her bölgede meyve ve sebze üretimi söz konusudur. Fakat belirli bölgeler bu ürünler üretiminde daha fazla pay almaktadırlar. Örneğin Akdeniz ve Ege bölgesi Türkiye toplam meyve üretiminin %54’ünü, ve sebze üretiminin ise %49’unu üretmektedir. Son 30 yıl içerisinde Türkiye’de meyve ve sebze tüketimi genel olarak artış eğilimi göstermektedir. Meyve ve sebze ürünleri, gerek sanayi üretimi ve gerekse ihracatta önemli bir yer tutmakta olup toplam tarım ürünleri ihracatının yaklaşık %25’ini oluşturmaktadır. Bu çalışmada Türkiye için önemli olan yaş meyve ve sebzelerin üretim, dış ticaret ve pazarlamasına dair durumu ortaya koymak amaçlanmıştır (Akbay 2005).

Türkiye’de yaş meyve sebze ürünlerinin pazarlama sisteminde Toptancı Hallerinin konumun değerlendirildiği bir çalışmada, alanla ilgili yasal düzenlemeler, toptan pazarın işleyişinde ortaya çıkan sorunlara odaklanılmıştır. Antalya ili toptancı hali örneğinde üretici ve komisyoncu düzeyinde gerçekleştirilen anketlerle mikro değerlendirme yapılmıştır (Yılmaz ve Yılmaz 2002).

Adana ilinde karpuz üretim maliyeti ve pazarlama yapısının incelendiği bir çalışmada, üreticiler önemli bir bölümünün ürünü tüccara sattığı ve karpuz satışının %51 oranında peşin olarak gerçekleştirildiği belirtilmektedir. Ayrıca toplam karpuz üretim maliyeti içerisinde değişken masrafların oranı %67 seviyesinde bildirilmektedir (Gül 2004).

Adana ilinde yapılan bir diğer çalışmada da, karpuz üretiminde girdi kullanım düzeyi ve sorunları incelenmiştir. Çalışmada, üretici düzeyinde girdi fiyatlarının yüksekliği ile ürün fiyat düzeyinin belirsizliği en önemli sorunlar olarak belirtilmektedir. Bunun yanı sıra gübreleme konusunda üreticilerin yeterli bilinç düzeyine sahip olmadıkları ifade edilmektedir (Sarı 2004).

### 3. MATERYAL VE METOT

Çalışmanın materyalini birincil ve ikincil kaynaklardan elde edilen veriler oluşturmuştur. Antalya ili karpuz üreticileri verileri il müdürlüğünde alınmıştır. Belirlenen örnek hacmi doğrultusunda anket yolu ile elde edilen veriler çalışmanın birincil verilerini oluşturmuştur. Ayrıca çalışmada, Türkiye İstatistik Kurumu yayınları, konu ile ilgili diğer araştırmacılar tarafından yapılmış ve sonuçlandırılmış olan ulusal ve uluslararası ikincil kaynaklardan da yararlanılmıştır.

Örnek hacminin belirlenmesi sürecinde çalışmanın ana kitlesi olarak Antalya ili Aksu ve Serik ilçelerinde karpuz üretimi yapan üreticiler dikkate alınmıştır. Çalışma için yeterli örnek sayısının belirlenmesinde ise “Tabakalı Örneklem Yöntemi” kullanılmıştır. Tabakalar oluşturulurken tabaka içi homojenlik, tabakalar arası heterojenlik esas alınmaktadır. %90 güven aralığında, %5 hata payı ile örneklem sayısı 70 olarak belirlenmiştir. Örnek büyüklüğünün tespitinde aşağıdaki formül kullanılmıştır (Karagölge ve Peker, 2002);

$$n = \frac{\sum_{h=1}^H \frac{N_h^2 S_h^2}{D^2}}{N^2}$$

	N	Std. Deviation	Variance	Mean	Örnek
1.00-2,50	201	0,49	0,24	1,75	8
2.51-5.00	179	0,77	0,59	3,83	10
5.01-15.00	167	2,63	6,94	8,13	34
15.01-+	22	10,55	111,36	25,31	18
	569	5,40	29,17	5,19	70

Bu formülde;

n: Örnek büyüklüğü,

N: Popülasyondaki birim sayısı,

N<sub>h</sub>: h'nci tabakadaki birim sayısı,

S<sub>h</sub><sup>2</sup> : h'nci tabakanın varyansı,

D<sub>2</sub>: (d<sup>2</sup>/z<sup>2</sup>)<sup>2</sup>



d: Araştırmacı tarafından kabul edilebilecek maksimum hata miktarı veya örnek ortalaması ile popülasyon ortalaması arasındaki fark.

Z: Standart normal dağılım tablosundaki güvenilirlik katsayısı.

Çalışmada veri toplama yöntemi olarak yüz yüze anket tekniği kullanılmıştır. Araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanan anket formları, araştırma alanında karpuz üretiminin yoğunlaştığı Serik ve Aksu ilçelerinde belirlenen sayıda üreticiye uygulanmıştır. Veri toplama aracı olarak kullanılacak anket formunda açık ve kapalı uçlu, çoktan seçmeli, ölçekli soru formatında sorulara yer verilmiştir.

Çalışmada veri analiz yöntemi olarak basit tanımlayıcı istatistikler kullanılmıştır. Kalitatif (üretici algısı ve tutum) verilerin değerlendirilmesinde Likert Ölçeğinden yararlanılmıştır. Ayrıca üreticilerin demografik özellikleri ile üretim ve pazarlama faaliyeti arasındaki ilişkinin irdelenmesinde ise Ki-Kare Testi uygulanmıştır. Ki-Kare testinin teorik açıklaması aşağıda belirtilmiştir.

Ki-kare testi, gözlenen frekanslar (G) ile beklenen frekanslar (B) arasındaki farkın istatistik olarak anlamlı olup olmadığı temeline dayanır. Ki-kare testinde, niteliksel olarak belirtilen veriler kullanılır. Ayrıca, ölçümle belirtilen sürekli değişkenler de belli bir dereceden az veya çok olarak nitelendirilerek ki-kare testi uygulanabilir. Veriler, oranlar veya yüzdelikler olarak ifade edilmişse testin uygulanması mümkün değildir. Ki-kare testi, serbestlik derecesi (sd) ile karakterize edilir. Dağılımın ortalaması sd'ye ve var-yansı ise sd'nin iki katına eşittir. Ki-kare değerleri, sıfır ile artı sonsuz arasında değerler alır. Dağılım; küçük sd'lerinde basık olmasına rağmen sd arttıkça normal dağılıma yaklaşır. Ki-kare dağılımı, sürekli bir dağılımdır. Ki-kare dağılımı, genellikle iki bağımsız niteliksel kriteri test etmek için kullanılır. Sıfır hipotezi ( $H_0$ ), iki kriterin bağımsız olduğunu; araştırma hipotezi ( $H_A$ ) ise, iki kriterin arasında ilişki olduğunu ifade eder. İki nitel değişkene ait gözlemler, rastgele n hacimli bir örnekle ele alınır. Bir gözlemin seçimi, diğer gözlemin seçimini etkilemediği için gözlemlerin bağımsız olduğu söylenebilir (Bulut ve Güngör 2008).

Bu çalışmada pazar odaklı bakış açısından hareketle işletmeler; örtüaltı-açık tarla karpuz üretimi ve çekirdekli-çekirdeksiz ürün tipi ayrımında incelenmiştir (Çizelge 3.1), (Çizelge3.2).

Yapılan anket çalışmaları sonucunda üreticilerin %45,7'si çekirdeksiz karpuz, %54,3'ü çekirdekli karpuz çeşit tercihinde bulunduğunu belirtmiştir (Çizelge 3.1.).

**Çizelge 3.1.** Ürün tipi tercihleri

Ürün Tipi	Sayı	%
Çekirdeksiz	32	45,7
Çekirdekli	38	54,3
Toplam	70	100

Ankete katılan karpuz üreticilerinin %22,9 örtüaltı, %68,6'sı açık tarla ve %8,5'i hem örtüaltı hem açık tarla üretim modeli tercihinde bulunmuştur.

**Çizelge 3.2.** Üretim modeli tercihleri

Üretim Modeli	Sayı	%
Örtüaltı	16	22,9
Açık Tarla	48	68,6
Örtüaltı ve Açık Tarla	6	8,5
Toplam	70	100

#### 4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Tez çalışmasının bu bölümünde saha araştırmasıyla elde edilen mikro verilere ilişkin bulgulara yer verilmiştir. Araştırma bulguları dört temel konu başlığı altında sunulmuştur. Bunlar; İşletmeci, işletme, üretim ve pazarlama profili olarak tanımlanmıştır.

Bu çalışma Antalya'nın Aksu ve Serik ilçelerini kapsamaktadır. Şubat ve Mart aylarında gerçekleştirilen anketlerden 70'i değerlendirilmeye tabi tutulmuştur. Eksik yanıtların yer aldığı ve hatalı doldurulan anketler değerlendirilmeye alınmamıştır. Anket çalışması yapılan üreticilerin 38'i Serik, 32'si Aksu ilçelerinde üretim yapmaktadır.

Ankette, görüşülen kişilere ailelerin sosyo-demografik özellikleri, genel olarak karpuz üretimi tercih nedenleri, tercih kriterleri, tarım dışı gelir, üretim ve pazarlama sorunları hakkında sorular sorulmuştur.

#### 4.1. İşletmeci profili

##### 4.1.1. Yaş, cinsiyet, eğitim durumu

Anketlere katılımda bulunan 70 hane halkı adına görüşme yapılan referans kişilerin cinsiyeti %1,4 oranında kadınlardan, %98,6'sı erkeklerden oluşmaktadır. Anketlere cevap veren üreticilerin 70 kişiden sadece 1'i kadın iken 69'u erkektir. (Çizelge 4.1)

**Çizelge 4.1.** Üretici cinsiyeti

Üreticinin cinsiyeti	Sayı	%
Kadın	1	1,4
Erkek	69	98,6
Toplam	70	100.00

Ankete katılan erkek üreticilerin %53,62'si çekirdeksiz ürün tipi tercihinde bulunurken %46,38'i çekirdekli karpuz çeşidi tercihinde bulunmuştur. Karpuz üretiminde bulunan kadın üreticilerin %100'ü çekirdekli karpuz çeşidini tercih etmiştir.

**Çizelge 4.2.** Ürün tipine göre üreticilerin cinsiyet durumu (%)

Cinsiyet / Ürün tipi	Çekirdekli (%)	Çekirdeksiz (%)	Toplam
Kadın	100,00	-	100,00
Erkek	46,38	53,62	100,00

Ankete katılan erkek karpuz üreticilerinin %68,11'i açık tarla üretim modelini kullanırken, %23,18'i örtüaltı, %8,71'i hem açık tarla hem de örtüaltı üretim modeli tercihinde bulunmuştur. Ankete katılan kadın üreticilerin %100'ü açık tarla üretim modeli tercihinde bulunmuştur.

**Çizelge 4.3.** Üretim modeline göre üretici cinsiyeti

Cinsiyet / Üretim Modeli	Açık Tarla (%)	Örtüaltı (%)	Hem Açık Tarla Hem Örtüaltı(%)	Toplam
Kadın	100,00	-	-	100,00
Erkek	68,11	23,18	8,71	100,00

Görüşmelere katılan referans kişilerin yaş ortalaması ise, 43,5 olarak bulunmuştur. Ankete cevap verenlerin %45,6'sı 25-43 yaş aralığındadır.

**Çizelge 4.4.** Üreticilerin yaş grupları

Yaş Grupları	Sayı	%
18-30	9	12,85
31-45	28	40,00
46-60	31	44,28
61 ve üstü	2	2,87
Ortalama	43,5	100,00

Antalya ili Serik ve Aksu ilçelerinde anket çalışması yapılan üreticilerin %1,4'ü okur-yazar olmayan, 24,3'ü ilköğretim düzeyinde, 24,3'ü ortaokul, %31,4'ü lise,

%18,6'sı lisan ve önlisans düzeyinde öğrenim görmüş kişilerden oluşmaktadır. (Çizelge 4.5).

Görüşülen üretici hanesindeki bireylerden ebeveynlerin büyük oranla eğitim durumları lise düzeyindeyken ve hane içerisindeki çocukların çoğunluğu üniversite okumakta veya mezunu olarak tespit edilmiştir.

Görüşülen üreticilerin ana mesleğini %61,4'lük oran ile çiftçilik oluşturmaktadır. Bunu %8,6 ile özel sektör çalışanları ve %5,7 ile ziraat mühendisliği izlemektedir.

**Çizelge 4.5. Üretici eğitim durumu**

Referans kişinin eğitim durumu	Sayı	%
Okuryazar Olmayan	1	1,4
İlkokul	17	24,3
Ortaokul	17	24,3
Lise	22	31,4
Lisan ve Ön lisans	13	18,6
Toplam	70	100

#### 4.1.2. Hane genişliği

Görüşme yapılan hanelerdeki ortalama birey sayısı 4'tür. Görüşe yapılan haneler içerisindeki 4 kişilik hanelerin oranı %50'dir. %37,1'i ise 3 ve daha az bireye sahip hanelerden oluşmaktadır (Çizelge 4.6).

**Çizelge 4.6.** Ortalama hane genişliği

Hane genişliği	Sayı	%
1	4	5,7
2	10	14,3
3	12	17,1
4	35	50,0
5	6	8,6
6	3	4,3
Toplam	70	100,0
Ortalama	3,54	

**Çizelge 4.7.** Annenin karpuz üretimine katılma durumu

Annenin karpuz üretimine katılma durumu	Sayı	%
Çalışıyor	29	56,8
Çalışmıyor	22	43,2
Toplam	51	100,0

Çekirdekli ürün tercihinde bulunan üreticilerin hanesindeki anne/kadının %55,50'si çekirdekli karpuz üretiminde çalışırken, %44,50'si çekirdekli karpuz üretiminde yer almamaktadır. Çekirdeksiz karpuz yetiştiren üreticilerin hanesindeki anne/kadının %58,33'ü üretimde yer alırken, %41,67'si çekirdeksiz karpuz üretiminde çalışmamaktadır.

**Çizelge 4.8.** Ürün tipine göre annenin çalışma durumu

Anne Çalışma / Ürün Tipi	Çekirdekli	Çekirdeksiz
Çalışıyor (N)	15	14
%	%55,50	%58,33
Çalışmıyor (N)	12	10
%	%44,50	%41,67
Toplam (N)	27	24
%	%100,00	%100,00

Ankete katılan üreticilerin hanelerindeki anne/kadının %72,85'i açık tarlada, %54,28'i örtüaltı ve %27,14'ü hem açık hem örtüaltı üretimde yer almaktadır (Çizelge 4.9).

**Çizelge 4.9.** Üretim modeline göre annenin çalışma durumu

Annenin Çalışma Durumu / Üretim Modeli	Açık Tarla	Örtüaltı	Hem Açık Tarla Hem Örtüaltı
Çalışıyor (N)	51	38	19
%	%72,85	%54,28	%27,14
Çalışmıyor (N)	19	32	51
%	%27,15	%45,72	%72,86
Toplam (N)	70	70	70
%	%100,00	%100,00	%100,00

Ankete katılan üreticilerin hanelerindeki kadının/annenin %51,73'ü çekirdekli, %48,27'si çekirdeksiz karpuz üretimine katılmaktadır.

**Çizelge 4.10.** Ürün tipine göre çalışan kadının karpuz üretiminde bulunma durumu

Annenin çalışma durumu / Ürün tipi	Çalışıyor (%)	Toplam (%)
Çekirdekli	51,73	100,00
Çekirdeksiz	48,27	100,00

Karpuz üretiminde bulunan hanelerdeki çocukların yalnızca %26,7'si üretime katkıda bulunmaktadır (Çizelge 4.11).

**Çizelge 4.11.** Çocukların üretime katılma durumu

Çocukların üretime katılma durumu	Sayı	%
Çalışıyor	19	26,7
Çalışmıyor	52	73,3
Toplam	71	100,0

Çekirdeksiz karpuz üretiminde bulunan üreticilerin hanelerindeki çocukların %42,10'u üretimde yer almaktadır. Çekirdeksiz karpuz üretimi yapan üreticilerin hanelerindeki çocukların ise %57,90'ı üretime katılmaktadır.

**Çizelge 4.12.** Ürün tipine göre çocukların üretimde çalışma durumu

Çocukların Çalışma Durumu / Ürün Tipi	Çekirdekli	Çekirdeksiz
Çalışıyor (N)	8	11
%	%42,10	%57,90
Çalışmıyor (N)	11	8
%	%57,90	%42,10



Üreticilerin hanelerindeki çocukların yaş ortalamaları arttıkça üretime katılma eğilimlerinin de arttığı görülmektedir (Çizelge 4.12).

**Çizelge 4.13.** Karpuz üretiminde yer alan ve almayan çocukların çalışma ve yaş durumları

	15 yaş ve altı (N)	16-20 yaş arası (N)	21 yaş ve üzeri (N)
Çalışıyor	3	7	9
Çalışmıyor	27	7	18
Toplam	30	14	27

Üreticilerin mesleklerine göre ailedeki kadının çalışma durumunu incelediğimizde mesleği çiftçilik olan üreticilerin ailesindeki kadının üretime katılma durumu ana mesleği çiftçilik olan üreticilerin %85,71'i üretime katılırken, kalan %14,29'u üretime katılmamaktadır. Bu sebepten aile işletmesinde kadınların üretime genel olarak katılımının yüksek olduğu söylenebilir (Çizelge 4.14).

**Çizelge 4.14.** Üreticinin meslek durumuna göre ailedeki kadının karpuz üretiminde yer alma durumu

	Çiftçi	Diğer	Toplam
Evet (N)	24	4	28
%	%85,71	%14,29	%100,00
Hayır (N)	8	22	30
%	%26,67	%73,33	%100,00

#### 4.1.3. Karpuz üretimiyle ilgili bilgi kaynakları

Ankete katılan üreticilerden 33'ü diğer üreticileri, 3'ü interneti, 2'si Tarım İl ve İlçe Müdürlüklerini, 53'ü karpuz üretimi ile ilgili kendi bilgi ve deneyimini, 20'si ilaç bayilerini, 27'si danışman ziraat mühendislerini üretimde kullandıkları bilgi kaynağı olarak belirtmiş, ankette bulunan araştırma enstitüleri ve üniversite seçeneklerini kullanmadıklarını saptanmıştır.

#### 4.1.4. Karpuz üreticilerinin genel memnuniyet durumları

Çalışma kapsamında üreticilerin karpuz üretim faaliyetine ilişkin memnuniyet düzeyleri 5’li Likert ölçeği üzerinden alınmıştır. Elde edilen bulgulara göre söz konusu faaliyete ilişkin üretici memnuniyet düzeyi %57 seviyesinde tespit edilmiştir. Karpuz üreticileri düzeyinde memnun olmayan kitle oranı %12 seviyesinde gözlenirken, yaklaşık her üç üreticiden birisinin tatmin derecesi orta seviyede saptanmıştır. Genel değerlendirmede araştırma alanında karpuz tarımında üreticilerin yarısından fazlasında belirli bir memnuniyetin gerçekleşmesi söz konusu faaliyetin sürdürülebilirliği açısından önemli bulunmuştur. Ankete katılan üreticilerin genel memnuniyet ortalamaları 3,48 olarak saptanmıştır. Bu da üreticilerin genel memnuniyet düzeylerinin ortalamasının üzerinde olduğunu göstermektedir.

**Çizelge 4.15.** Üreticilerin karpuz üretimi ile ilgili memnuniyet durumları

Memnuniyet Durumları	Sayı	%
1.Hiç Memnun Değil	3	4,3
2.Memnun Değil	6	8,6
3.Orta Derece Memnun	21	30,0
4.Memnun	34	48,6
5.Çok Memnun	6	8,6
Toplam	70	100,0
Ortalama	3,48	

#### 4.1.5. Karpuz üretimine devam etme eğilimi

Karpuz üreticilerinin karpuz üretimine devam etme eğilimleri sorulduğunda üreticilerin %67,1’inin devam edeceğini belirttikleri saptanmıştır. Bu da karpuz üretimi ile ilgili üreticilerin memnuniyet düzeylerinin ortalamasının üzerinde olduğunu göstermektedir. Üreticilerin üretime devam etme durumları ortalama 3,61 olarak bulunmuştur. Bu da üreticilerin devam etme eğilimlerinin ortalamasının üzerinde olduğunu göstermektedir (Çizelge 4.16).

**Çizelge 4.16.** Üreticilerin karpuz üretimine devam durumları

Karpuz Üretimine Devam Durumu	Sayı	%
1.Kesinlikle Devam Etmeyeceğim	2	2,9
2.Devam Etmeyeceğim	10	14,3
3.Karasızım	6	8,6
4.Devam Edeceğim	47	67,1
5.Kesinlikle Devam Edeceğim	5	7,1
Toplam	70	100,0
Ortalama	3,61	

## 4.2. İşletme profili

### 4.2.1. Toplam arazi varlığı

Çalışma kapsamında üreticilerin toplam arazi varlığı arazi mülkiyet durumlarıyla incelenmiştir. Görüşme yapılan 70 üreticiden %50'sinin toplam arazi varlığı 20 dekar ve altındadır. Bu da üreticilerin geniş alanda üretim yapma imkanlarının çok fazla olmadığını göstermektedir. Bunun sebebinin ise arazi fiyatlarının yüksek olması ve girdi fiyatlarının fazla olması olarak değerlendirebilmekteyiz.

Üreticilerin 41 tanesi tarla, 2 tanesi açık sebze, 60 tanesi sera, 13 tanesi meyve, 3 tanesi boş ve 1 tanesi diğer alanlarda kullanılan arazilerde üretim yapmaktadır. Arazilerin tamamı sulanabilir arazidir.

Tarlaların %46,34'ü mülk, %48,78'i kiralık tutulmuş ve %4,88'si kiraya verilmiş durumdadır. Açıkta sebze üretimi yapılan arazilerin tamamının mülkiyeti üreticilere aittir. Sera arazilerinin ise %73,33'ü mülk, %25,00'i kiralık ve %1,67'si kiraya verilmiştir. Meyvecilik yapılan, boş bırakılan ve diğer işlerde kullanılan arazilerin tümünün mülkiyeti üreticilere aittir (Çizelge 4.17).

**Çizelge 4.17.** Mülkiyet durumlarına göre üreticilerin arazi varlıkları

Mülkiyet Durumu	Tarla	Açıkta Sebze	Sera	Meyvecilik	Boş Arazi	Diğer
Mülk (N)	19	2	44	13	3	1
%	%46,34	%100,00	%73,33	%100,00	%100,00	%100,00
Kiralık (N)	20	-	15	-	-	-
%	%48,78	-	%25,00	-	-	-
Kiralanmış (N)	2	-	1	-	-	-
%	%4,88	-	%1,67	-	-	-
Toplam (N)	41	2	60	13	3	1
%	%100,00	%100,00	%100,00	%100,00	%100,00	%100,00

#### 4.2.2. Karpuz üretim alanı

Karpuz üreticilerinin %22,9'u seralarda, %68,6'sı açık alanda ve %8,5'i hem açık alanda hem serada üretim yapmaktadır (Çizelge 4.18).

Serada karpuz üretimi yapan çiftçilerin %67,2'si 10 dekar ve altı arazilerde üretim yapmakta iken açık alanda karpuz üretimi yapan çiftçilerin sadece %11,6'sı 10 dekar ve altı alanda üretim yapmaktadır.

**Çizelge 4.18.** Üreticilerin üretim yaptıkları alan türlerine göre çeşit tercihleri

	Karpuz Çeşitleri									%
	Style	Celine	Üstün	Karain	Starburst	Pascal	Joker	Fusion	Toplam	
Serada Üretim (N)	10	2	-	2	-	1	-	1	16	22,9
Açıkta Üretim (N)	24	6	8	3	1	2	2	2	48	68,6
Sera ve Açık Üretim (N)	3	1	1	-	-	-	-	1	6	8,5

Üreticilerin tercih ettikleri karpuz çeşitleri sırasıyla %44,3 ile Style, %14,3 ile Üstün ve %11,4 ile Celine sırasıyla ilk üçte yer almaktadır. Tercih edilen diğer çeşitleri ise Dizayn, Karain, Starburst, Pascal, Joker, Şahmaran, Fusion oluşturmaktadır.

Üreticilerin karpuz haricinde 2'si sebze, 1'i kesme çiçek, 5'i biber, 7'si pamuk, 12'si domates, 1'i kavun, 7'si buğday, 7'si mısır, 7'si narenciye ve 6'sı nar yetiştirmektedir.

Üreticilerin karpuz üretim faaliyetleri ile ortalama uğraşma süreleri ortalama 5 aydır. Toplam tarımsal faaliyette ortalama bulunma süreleri ise 7 aydır.

### 4.3. Üretim yapısı

#### 4.3.1. Karpuz yetiştiriciliğini tercih nedenleri

Üreticilerin 23'ü fiyatların iyi olması, 24'ü verimli olması, 27'si satışının garantili olması, 8'i iklim koşullarına uygunluğu, 39'u işçiliğinin kolay olması, 18'i sözleşmeli üretim seçeneğinin bulunması, 4'ü alışkanlık ve 4'ü de diğer koşullar açısından karpuz üretimini tercih ettiğini belirtmiştir.

#### 4.3.2. Çeşit tercihi

Üreticilerin çekirdekli ve çekirdeksiz karpuz çeşidi seçimlerini etkileyen faktörler genel olarak pazarlama kolaylığı, erkencilik, ürün kalitesi, hastalık ve zararlılara karşı

dayanıklılık, ürün boyut ve gramajı, pazar isteği, fiyat düzeyi ilaç bayisinin önerisi, tüccar komisyoncu önerisi, alışkanlık ve deneyim ve komşu üretici önerisidir.

Üreticilere ürün çeşidi tercih nedenleri sorulduğunda üreticilerin büyük çoğunluğu pazarlama ve satış kolaylığı, ürünün erkenciliği ve ürün kalitesinin tercihlerinde etkili olduğu görülmüştür.

Çekirdekli karpuzun girdi fiyatları daha az olduğundan dolayı üreticiler çekirdeksiz karpuz çeşitlerine oranla çekirdekli çeşitleri daha çok tercih ettikleri görülmüştür.

Üreticilerin tamamı kullandıkları fidelerin aşılı fide olduğunu belirtmiştir. AŞISIZ fidelerin ürün kalitesinin düşük olduğu, hastalık ve zararlılara dayanımlılığının az olduğu, olumsuz iklim şartlarından fazla etkilendiğini belirten üreticiler, aşısız fidelerin soğuya dayanımlılıklarının az olduğundan ötürü bahar aylarında ekildiği ve bu yüzden hasat zamanı karpuzdan aşılı fideye nispeten daha az kar elde ettikleri için aşısız fideleri tercih etmediklerini belirtmiştir.

**Çizelge 4.19.** Üreticilerin çeşit tercihlerine etki eden faktörler

Çeşit Tercihine Etki Eden Faktörler	Cevap Veren Kişi Sayısı				
	Hiç Etkili Değil	Etkili Değil	Kısmen Etkili	Etkili	Çok Etkili
Hastalık ve Zararlılara Karşı Dayanıklılık	1	7	19	23	8
Erkencilik	1	2	4	33	28
Ürün Kalitesi	1	2	10	20	25
Ürün Boyutu/Gramajı	1	4	21	17	16
Pazarın İsteği	-	1	17	24	20
Pazarlama-Satış Kolaylığı	-	-	11	26	31
Fiyat Düzeyi	1	1	16	23	15
İlaç Bayi	18	6	9	8	9
Tüccar-Komisyoncu	7	7	11	13	19
Komşu Üreticiler	19	3	15	12	9
Alışkanlık-Deneyim	7	6	7	19	18

Çizelge 4.19’da üreticilerin çeşit tercihine etki eden faktörler sorulmuş ve bunun sonucunda erkencilik, ürün kalitesi, pazar isteği, satış kolaylığı gibi özelliklerin çeşit tercihlerini en çok etkileyen faktörler olduğu belirlenmiştir. Komşu üreticilerin çeşit tercihleri, tüccar ve komisyoncuların çeşit istekleri ve ilaç bayi çeşit önerilerinin üreticilerin tercihlerine fazla etkide bulunmadığı saptanmıştır (Çizelge 4.19).

#### 4.3.3. Girdi tedarik kanalları

Karpuz üretiminde en büyük girdiler alet-makine, yakıt ihtiyacı, hastalık ve zararlılar ile mücadele, işçilik, sulama ve bitki besleme ve gübreleme olarak sıralanabilir. Üreticilerin bu tür girdileri nerelerden temin ettikleri sorulmuş, bu sonuçlara göre ankete katılan üreticilerin Tarım Kredi Kooperatifi'nden girdi temin etmediği ve çoğunlukla fide firmaları, zirai ilaç ve gübre bayisi ve tüccar/komisyoncu gibi kaynaklardan girdi temininde bulunduğu saptanmıştır.

#### 4.3.4. Üretim masraflarına duyarlılık

Bir tarım işletmesinde, üretim faaliyetlerini gerçekleştirebilmek için kullanılan çeşitli girdiler ve hizmetler için yapılan giderlerin tümü üretim masraflarını oluşturur. Dolayısıyla üretim masrafları, sabit ve değişken masrafların toplamıdır.

Çizelge 4.20'de de görüldüğü üzere üretim masraflarının büyük çoğunluğunu arazi kirası, fide, tarımsal mücadelede kullanılan ilaç ve bitki besleme gibi olgular oluşturmaktadır. İken, sulama, nakliye ve işçilik masraflar kaleminin sonunda yer almaktadır.

**Çizelge 4.20.** Karpuz üretiminde yıllık masrafların öncelik durumuna göre dağılımları

Masrafların Öncelik Durumu	1.Öncelik Durumu (N)	2. Öncelik Durumu (N)	3. Öncelik Durumu (N)
Arazi Kirası	22	-	2
Sulama	-	-	5
Mazot	4	11	17
İşçilik	1	5	6
Nakliye	-	-	5
İlaç-Gübre	16	33	18
Fide	27	18	4



#### 4.3.5. Fiyat ve üretim miktarı

Karpuz satış fiyatlarındaki minimum ve maksimum tutarların arasındaki farkın fazla olmasının sebebi çekirdekli ve çekirdeksiz karpuz birim satış fiyatları arasındaki farkın fazla olmasından kaynaklanmaktadır. Ankete katılan üreticilerin 2017 yılı ortalama satış tutarları kilogram başına 1,05 TL ve toplam satış olarak 29990 kg olarak saptanmıştır (Çizelge 4.21). Buna göre üreticilerin 2017 yılında karpuz satışından elde ettikleri gelir ortalama olarak 31489,5 TL'dir.

**Çizelge 4.21.** Ankete katılan üreticilerin 2017 yılı karpuz satış tutarı ve fiyatı (TL/kg)

	Minimum Tutar	Maksimum Tutar	Ortalama
2017 Üretim Dönem Sonu Karpuz Satış Fiyatı (TL/Kg)	0,30	3,00	1,05
2017 Üretim Dönemi Sonu Karpuz Satış Miktarı (Kg)	3.000	150.000	29990

Üreticilerin tarımsal faaliyetten elde ettikleri yıllık gayri safi üretim değeri ortalaması 158.537 TL olarak belirlenmiştir. Karpuz üretiminden elde edilen yıllık gayri safi üretim değeri ise ortalama 89.714 TL olarak saptanmıştır. Görüldüğü üzere karpuz üretimi yapan üreticilerin gelir kaynaklarının büyük bir çoğunluğunu karpuz üretimi oluşturmaktadır.

Karpuz üretiminde yaşanan en büyük sorunlardan birisi üretim masraflarının yüksek olmasıdır. Karpuz üretiminden elde edilen gayri safi üretim değerinin yarısından çoğunu masraflar oluşturmaktadır. Bu da potansiyel üreticiler için yatırım maliyetlerinin yüksek olması anlamına gelmektedir.

#### 4.3.6. Üretimde karşılaşılan sorunlar

Araştırma kapsamında incelenen üreticiler düzeyinde karpuz üretimine ilişkin sorunlar da irdelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre, karpuz üreticilerinin sorunları öncelik sırasına göre:

- Girdi fiyatlarının yüksek olması,
- Hastalık ve zararlılarla mücadele,
- İklim koşulları,
- Desteklemelerin yetersiz olması,
- Sulamada yaşanan sorunlar,
- İşçilik, işgücü temini ve maliyet şeklinde belirlenmiştir.

Burada saptanan sorunlar, tarım sektörünün genel sorunlarıyla örtüşmektedir. Girdi fiyatlarına duyarlılık fiyat ve miktarda görülen artışlardan kaynaklanabilmektedir. Bu boyutta girdi tedariki üretici açısından önem arz etmektedir. Girdilerin birim fiyatı yanında üreticiye sunulan satış ve ödeme koşullarındaki esneklik kısa vadede üretici açısından avantajlı görülen, ödeme aşamasında artan maliyetle üretici karlılığı üzerinde negatif etki oluşturabilmektedir.

#### 4.4. Pazarlama yapısı

##### 4.4.1. Üretici düzeyinde pazarlama hizmetleri

Hasat sonrası gerçekleştirilen pazarlama işlemlerinde ortalama 12.500 TL ile ürün sigortalama konusunda harcama yapıldığı, dereceleme/ boylama ve depolama işlemleri için harcama yapılmadığı ve genel olarak taşıma, nakliye, toplama, hasat, yükleme, boşaltma gibi işlemlerin hasat sonrası gerçekleştirilen pazarlama işlemleri arasındaki en büyük kalemi oluşturduğu görülmüştür (Çizelge 4.22).

**Çizelge 4.22.** Hasat sonrası gerçekleştirilen pazarlama işlemleri

Hasat Sonrası Pazarlama İşlemleri	Cevaplayan Üretici Sayısı (N)	Minimum Tutar (TL)	Maksimum Tutar (TL)	Ortalama (TL)
Toplama-Hasat-Yükleme-Boşaltma	43	200	4500	4222
Temizleme	4	500	5000	3250
Paketleme ve Ambalaj	2	3400	3400	3400
Etiketleme	2	5000	5000	5000
Taşıma-Nakliye	44	100	5000	3668
Sigortalama	3	2500	17500	12500

Tedarik zincirinin bazı aşamaları toptancı piyasasında karpuz tedarik zincirinin yapısı Şekil 4.1’de belirtilmiştir.

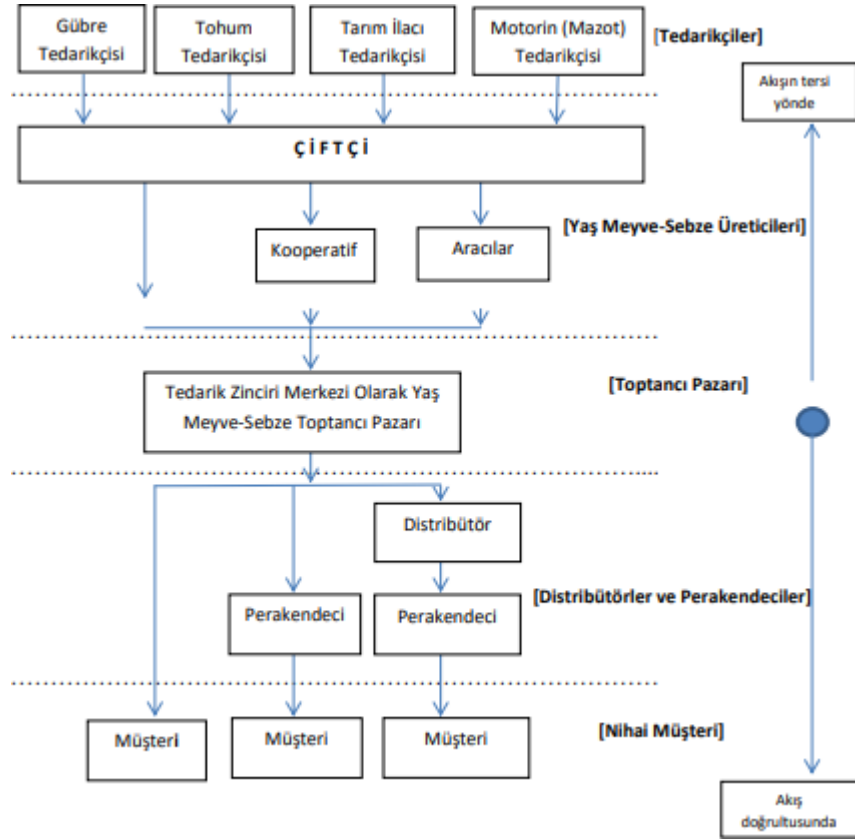
Tedarikçiler karpuz tedarik zincirinin en üstünde bulunan kişi ve kurumlardır. Tohum, gübre, hastalık ve zararlılar için ilaç ve mücadele yöntemleri, danışmanlık hizmetleri, mazot gibi girdileri üreticiye tedarik edilmesini sağlamaktadır (BİRCAN 2015).

Karpuz tedarik zincirinde üretici ürünlerini toptancı, aracı, perakendeci veya direkt olarak tüketicilere ulaştırmaktadır. Üreticiler hasat sonrası ürünlerin büyük çoğunluğunu toptancı piyasasına doğrudan iletebilmektedir. Ancak küçük üreticilerin toptancıya ürünlerini ulaştırabilmesi için aracılara devreye girmekte ve buna bağlı olarak küçük çiftçilerin dağıtım masrafları artmaktadır. Bu da küçük ölçekli işletmelerin piyasadaki rekabetini zorlaştırmaktadır (BİRCAN 2015).

Karpuz müşterilere dağıtıcı ve perakendeciler tarafından ulaştırılmaktadır. Dağıtıcılar yurt içi ve yurt dışı pazarlarında büyük miktarlarda ürün tedarik etmektedir. Süper marketler karpuz iç pazarında en büyük perakendeci unsurdur (BİRCAN 2015).

Nihai müşteriler başlıca olarak, bireyler, oteller, yemek şirketleri, küçük esnaflar olarak nitelendirilebilir. Nihai müşteriler karpuzu toptancı piyasası, dağıtıcılar ve perakendeciler olmak üzere üç kanaldan temin edebilirler (BİRCAN 2015).

Şekil 4.1. Karpuz tedarik zinciri



Kaynak: Bircan K. 2015.Adnan

#### 4.4.2. Satış şekli

Ankete katılan üreticilerin fiyat hakkındaki bilgi kaynakları 15 kişi ile diğer üreticilerden, 32 kişi ile tüccar ve komisyonculardan, 18 kişi ile yaş meyve ve sebze halleri ve 5 kişi ile diğer bilgi kaynaklarından olduğu belirlenmiştir. Üreticilerin tamamı fiyat ile ilgili bilgi kaynağı olarak interneti kullanmadıklarını belirtmiştir.

**Çizelge 4.23.** Üreticilerin karpuz satış şekilleri

Üreticilerin Karpuz Satış Şekli	Hasat Sonrası Yarıısı Peşin	Hasat Sonrası Tamamı Peşin	Hasat Sonrası Vadeli	Diğer	Toplam
Kişi Sayısı (N)	11	24	27	8	70

**4.4.3. Satış koşulu**

Üreticilerin 41'i Toptancı/tüccar ile satış gerçekleştirdiğini belirtirken, 23 tanesi hal/komisyone ve 6 tanesi diğer kanallar ile satış gerçekleştirdiğini belirtmektedir. Ankete katılan üreticilerin tamamı iç pazara satış yapmaktadır. Bunun sebebi ise dış pazara satışın zor ve üreticilerin bu konuda eğitimsiz olmasıdır. Üreticilerin 11'i sözleşmeli üretim yaparken kalan 59 katılımcı kendi adına üretim yaptığını belirtmiştir. Sözleşmeli karpuz üretimi iki şekilde gerçekleştirilmektedir. Birincisi dekara üretim masrafları dahil olmak üzere belirli bir fiyat verilir üretim yaptırılması, ikincisi ise elde edilen ürünün kilogramı başına fiyatlandırılması ile üretim yaptırılmasıdır.

**Çizelge 4.24.** Ürün satış koşulları

Satış Koşulu	Dekara Toplam Bedel Üzerinden	Dekara Sabit Fiyat Kg Üzerinden	Toptancı Hali	Kg Fiyatı Üzerinden Markete Teslim	Kg Fiyatı Üzerinden Tüccara Teslim	Doğrudan Tüketicilere Satış	Toplam
Kişi Sayısı (N)	27	11	18	2	10	2	70

Ankete katılan üreticilerin sadece 19'u satış fiyatına kendisi karar verdiğini söylerken 51 tanesi satış fiyatına dış etkenlerin karar verdiğini belirtmiştir. Satış fiyatına dış etmenlerin karar verdiğini belirten üreticilerin fiyata 22'si komisyoncunun, 28'i tüccarların ve 2'si diğer etmenlerin karar verdiğini belirtmiştir (Çizelge 4.24).

#### 4.4.4. Ürün kayıpları

Karpuz üretiminde hasat sonrası ürün kaybı hususunda üreticilerin büyük çoğunluğu üretim ve pazarlama dönemlerinde zarar yaşamadıklarını belirtmiş, yapılan anket sonuçlarına bakıldığında üretimdeki zarar en çok %5 ile %20 arası, pazarlamada ise %10 ile %20 arası olarak saptanmıştır.

Ürün kayıplarının en büyük sebebi anket görüşmelerinin yapıldığı 2018 yılı yaz aylarında aşırı sıcaklardan ötürü karpuzlarda güneş yanığı oluşması nedeniyle verimde düşüş ve buna bağlı olarak fiyatlardaki aşırı dalgalanmalar olarak gösterilebilir.

**Çizelge 4.25.** Karpuz üretim sürecinde yaşanan ürün kayıpları

	Üretimde		Pazarlamada	
	Kişi Sayısı (N)	%	Kişi Sayısı (N)	%
Zarar Yok	30	42,9	46	65,7
%5 ve Altı	6	8,6	4	5,7
%5-%10 Arası	8	11,4	2	2,9
%10-%15 Arası	9	12,9	6	8,6
%15-%20 Arası	10	14,3	5	7,1
%20-%30 Arası	3	4,3	0	0
%30-%40 Arası	3	4,3	5	7,1
%40-%50 Arası	1	1,4	2	2,9

#### 4.4.5. Pazarlama sorunları

Araştırmada karpuz üreticilerinin pazarlama sürecindeki sorunları incelenmiştir. Pazarlamaya ilişkin sorunların öncelik önem derecesi üretici ve işletme koşullarına göre farklılık göstermekle birlikte karpuz tarımında üreticilerin pazarlama sorunları değerlendirmesinde;

- Alıcı sayısı ve çeşidinin azlığı,
- Fiyatların aşırı dalgalanması ve belirsizliği,
- Fiyatların düşük olması,
- Ödeme vadesinin uzunluğu,
- Pazarlık imkanının olmaması,
- Ürün kayıpları önemsenen başlıca sorunlar görülmektedir.

Bununla birlikte üreticilerin en çok karşılaştığı ilk üç sorun sırasıyla fiyatların aşırı dalgalanması ve belirsizliği, ürün kaybının yüksek olması, alıcı sayısı ve çeşidinin az olması olarak belirlenmiştir. Buna karşın ankete katılan üreticilerin %38,5'i pazarlama konusunda sıkıntı yaşamadıklarını belirtmişlerdir.

#### 4.4.6. Üretim ve pazarlama göstergelerinin gelişimi

Üreticilere son 5 yıl içerisinde karpuz üretimiyle ilgili üretim alanı, ürün kalitesi, verim, satış fiyatı, kazanç durumu, pazarlama imkanları, hastalık ve zararlılar ile mücadelede imkanları, tarımsal kredi kullanımı, tarım dışı kredi kullanımı, genel borçluluk durumları ve tasarruf durumları sorulmuş ve bunun karşılığında Çizelge 4.26'da belirtilen cevaplar alınmıştır.

**Çizelge 4.26.** Son 5 yılda karpuz üretimi ile ilgili üreticilerin üretim değişimleri

Son 5 Yılda Üreticilerin Karpuz Üretiminde Yaşadıkları Değişimler	Arttı		Azaldı		Değişmedi	
	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%
Üretim Alanı	25	35,7	11	15,7	34	48,6
Ürün Kalitesi	30	42,9	13	18,6	27	38,6
Verim	24	34,3	15	21,4	31	44,3
Satış Fiyatı	23	32,9	17	24,3	30	42,8
Kazanç Durumu	16	22,9	30	42,9	24	34,3
Pazarlama İmkanları	6	8,6	11	15,7	53	75,7
Hastalık ve Zararlılar ile Mücadele İmkanları	11	15,7	7	10,0	52	74,3
Tarımsal Kredi Kullanımı	9	12,9	5	7,1	56	80,0
Tarım Dışı Kredi Kullanımı	7	10,0	4	5,7	59	84,3
Borçluluk Durumu	13	18,6	5	7,1	52	74,3
Tasarruf Durumu	4	5,7	6	8,6	60	75,7

Üreticilerin yapılan anket sonuçlarına göre pazarlama imkanları, hastalık ve zararlılarla mücadele hususunda, borçluluk durumlarında, tasarruf durumlarında, tarımsal ve tarım dışı kredi kullanımlarında değişim yaşamadıkları görülmüştür. Üreticiler ürün kalitesi, satış fiyatı, ürünün verimi ve üretim alanlarında artış yaşadıklarını belirtmiştir.

Ankete katılan üreticilerinin karpuz üretim faaliyeti ile ilgili genel memnuniyet düzeyi %48,6 ile memnun, %30,0 ile orta derece memnun olduklarını belirtmiştir. Buna göre üreticilerin karpuz üretiminden genel olarak memnun oldukları söylenebilir.



**Çizelge 4.27.** Eğitim durumuna göre üreticilerin son 5 yılda üretimde yaşadıkları değişiklikler

		Eğitim Durumu		
		İlköğretim	Ortaöğretim	Üniversite
Ürün Kalitesi	Arttı	15	5	5
	Azaldı	4	7	-
	Değişmedi	16	10	8
Dekara Verim	Arttı	13	3	8
	Azaldı	8	4	3
	Değişmedi	12	15	2
Hastalık/Zararlı Sayısı	Arttı	9	1	1
	Azaldı	4	2	1
	Değişmedi	15	16	11

Eğitim düzeyi ortaöğretim ve ilköğretim düzeyinde olan üreticiler ürün kalitesinde, dekara verimde ve hastalık/zararlı sayısında değişim olmadığını üniversite ve üzeri düzeyde eğitim gören üreticilerin hastalık/zararlı sayısında değişim olmadığını belirttikleri görülmüştür (Çizelge 4.27).

**Çizelge 4.28.** Eğitim durumuna göre üreticilerin son 5 yılda pazarlamada yaşadıkları değişiklikler

		Eğitim Durumu		
		İlköğretim	Lise	Üniversite
Satış Fiyatı	Arttı	6	10	7
	Azaldı	5	10	2
	Değişmedi	7	17	2
Karlılık/Kazanç	Arttı	4	7	5
	Azaldı	12	11	7
	Değişmedi	2	17	1
Satış/Pazarlama Koşulları	Arttı	4	1	1
	Azaldı	2	7	2
	Değişmedi	12	28	10
Tarımsal Kredi Kullanımı	Arttı	5	2	2
	Azaldı	3	1	1
	Değişmedi	7	25	8
Tarım Dışı Kredi Kullanımı	Arttı	6	1	0
	Azaldı	3	0	1
	Değişmedi	6	27	8

**Çizelge 4.29.** Meslek durumuna göre üreticilerin son 5 yılda üretimde yaşadıkları değişiklikler

		Meslek	
		Çiftçi	Diğer
Ürün Kalitesi	Arttı	3	1
	Azaldı	4	2
	Değişmedi	22	12
Dekara Verim	Arttı	14	10
	Azaldı	6	9
	Değişmedi	21	7
Hastalık/Zararlı Sayısı	Arttı	8	3
	Azaldı	5	3
	Değişmedi	20	6

Ana mesleği çiftçilik olan üreticilerin son 5 yıl içerisinde üretimde herhangi bir değişim yaşamadığı görülmüş ve diğer meslek gruplarına ait üretici verilerinin tutarsız olduğu ve veriler arasında herhangi bir ilişki olmadığı saptanmıştır.

**Çizelge 4.30.** Meslek durumuna göre üreticilerin son 5 yılda pazarlamada yaşadıkları değişiklikler

		Meslek	
		Çiftçi	Diğer
Satış Fiyatı	Arttı	14	9
	Azaldı	12	5
	Değişmedi	15	10
Karlılık/Kazanç	Arttı	10	6
	Azaldı	16	14
	Değişmedi	13	7
Satış/Pazarlama Koşulları	Arttı	4	2
	Azaldı	7	2
	Değişmedi	29	16
Tarımsal Kredi Kullanımı	Arttı	5	4
	Azaldı	4	2
	Değişmedi	22	11
Tarım Dışı Kredi Kullanımı	Arttı	5	3
	Azaldı	3	1
	Değişmedi	23	13

#### 4.5. İlişki analizi bulguları

Çalışma kapsamında üreticilerin demografik özellikleri ile üretim kararı ve davranışı arasındaki ilişki Ki-Kare analizi ile test edilmiştir. Bu doğrultuda temel değişken olarak yaş ve eğitim kriterine odaklanılmıştır.

Yapılan Ki-Kare analizi ile yapılan testlerin sonucunda üreticilerin eğitim durumları arttıkça çekirdeksiz karpuz üretim tercihinde bulunma eğilimlerinin arttığı görülmüş, üreticilerin yaşı ve tercihleri arasında herhangi bir ilişki bulunamamıştır.

Karpuz üreticilerinin eğitim düzeyi ile hanede kadının karpuz üretim faaliyetine katılım durumu arasında istatistiki olarak pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır (Çizelge 4.31).

**Çizelge 4.31.** Üreticinin eğitim durumuna göre ailedeki anne veya kadının üretimde yer alma durumu

	Değer	Fark	İki Yanlı Asimptot Anlamlılık Değeri
Pearson Chi-Square	15,414	4	0,004
Benzerlik Oranı	18,750	4	0,001
Doğrusallık İlişkisi	9,463	1	0,002
Değer Sınıfı Sayısı	51		

Ayrıca üreticilerin eğitim durumu ile söz konusu faaliyetten elde edilen gelir düzeyi arasında da istatistiki olarak pozitif yönlü bir ilişki saptanmıştır (Çizelge 4.32).

**Çizelge 4.32.** Üreticilerin eğitim durumunun tarımsal faaliyetlerden elde edilen gayri safi üretim değerine etkisi

	Değer	Fark	İki Yanlı Asimptot Anlamlılık Değeri
Pearson Chi-Square	195,968	112	0,000
Benzerlik Oranı	131,381	112	0,102
Doğrusallık İlişkisi	3,470	1	0,062
Değer Sınıfı Sayısı	67		

Bir diğer yaklaşım olarak çalışmada, üretici eğitim durumu ile üretim masrafları arasındaki ilişki sorgulanmıştır. Elde edilen Ki-Kare analizi sonuçlarına göre, üreticinin eğitim durumu ile üretim masrafları düzeyi arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki gözlenmiştir. Bu ilişkin yönü pozitif olup eğitim düzeyindeki artışlar, kapuz üretim maliyetinde düşüş, gelirinde ise artışlara neden olmaktadır.

**Çizelge 4.33.** Üreticinin eğitim durumunun tarımsal faaliyetlerdeki toplam masrafa etkisi

	Değer	Fark	İki Yanlı Asimptot Anlamlılık Değeri
Pearson Chi-Square	173,879	104	0,000
Benzerlik Oranı	118,613	104	0,155
Doğrusallık İlişkisi	3,711	1	0,054
Değer Sınıfı Sayısı	67		

Çalışmanın ki-kare analizi sonuçlarında üreticilerin yaşı ile tarımsal faaliyetlerden elde edilen gayri safi üretim değeri arasında da istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmuştur (Çizelge 4.34).

**Çizelge 4.34.** Üretici yaşının tarımsal faaliyetlerden elde edilen gayri safi üretim değerine etkisi

	Değer	Fark	İki Yanlı Asimptot Anlamlılık Değeri
Pearson Chi-Square	1041,036	700	0,000
Benzerlik Oranı	333,895	700	1,000
Doğrusallık İlişkisi	4,134	1	0,042
Değer Sınıfı Sayısı	67		

**Çizelge 4.35.** Üreticinin yaş durumunun tarımsal faaliyetlerdeki toplam masrafa etkisi

	Değer	Fark	İki Yanlı Asimptot Anlamlılık Değeri
Pearson Chi-Square	867,415	650	0,000
Benzerlik Oranı	311,762	650	1,000
Doğrusallık İlişkisi	5,441	1	0,020
Değer Sınıfı Sayısı	67		

Yaş değişkeni ile toplam masraflar arasındaki ilişki testinde de, karpuz tarımında üretici yaş düzeyi ile toplam üretim masrafı arasında istatistiki bir ilişki tespit edilmiştir (Çizelge 4.35). Elde edilen sonuçlara göre eğitim durumunda olduğu gibi karpuz üretim maliyeti ve üretici gelirinde yaş faktörü de ilişki değişken olarak görülmektedir.



## 5. SONUÇLAR

Karpuz üretim faaliyetini gerçekleştiren işletmeler düzeyinde üretim ve pazarlama yapısının araştırıldığı tez çalışmasında, araştırma alanındaki iklim koşullarının karpuz tarımı açısından elverişli olması ve iç pazarda ürünün erkenci sunumunun söz konusu bölge tarafından gerçekleştirilmesi önemsenmiştir. Bu boyutta özellikle örtü altı karpuz yetiştiriciliğinde bölge üreticinin belirli bir deneyim ve bilince sahip olması beklenecektir. Bu durum araştırma bulgularına önemli ölçüde yansımaktadır. Ancak üretim ve pazarlama süreçlerinde gündeme gelen hastalık-zararlı ve aracı sayısı gibi sorunlar, belirli konularda üretici eğitimini ve teşvikini gerekli hale getirmektedir. Benzer şekilde karpuz üretiminin önemli ölçüde küçük ölçekli aile işletmeleri tarafından yapılması, işgücü açısından avantajlı bir yapı gösterse de karlılık açısından ölçüğe bağlı bir kısıtlılık görülmektedir.

Antalya iklim özellikleri erkenci karpuz türlerini yetiştirebilme olanakları bakımından uygun bir ortama sahip olması nedeniyle birçok erkenci karpuz türü nisan ayının ortasından sonra ürün vermeye başlamaktadır. Ancak üreticilerle yapılan yüz yüze görüşmelerde, üreticiler sözlü olarak ihracat izninin alınmasının mayıs ayının ortasını bulduğunu belirtmektedir. Bu da üreticileri dış pazardan ziyade iç pazara yönelmesine neden olmaktadır.

Çalışmada elde edilen mikro sonuçlara göre karpuz üretim faaliyetinde cinsiyete göre erkek kitle baskın yapıdadır. Yaş değerlendirmesinde karpuz tarımında ortalama üretici yaşının 40'lar seviyesinde gözlenmesi önemli bir avantaj olarak görülmektedir. Zira yaş faktörü ile üretim ve üretici bilinci arasında bir ilişki beklenebilecektir.

Çalışmada elde edilen diğer mikro sonuçlara bakıldığında zaman, hane genişliğinin çoğunluk olarak 4 kişi ve üzeri hane genişliğine sahip olduğu görülmektedir. Bu da karpuz tarımında üreticilerin hane genişliğinin onlara avantaj sağladığına işaret edebilmektedir. Bu sonuca paralel olarak annenin ve çocukların aile işletmelerinde işgücü olarak çalıştıklarını göstermektedir. Bu durum da işletmelerin hane genişliğinin yüksek olması ve üreticilerin yeterli işgücüne sahip olmasını sağladığına ve bu avantajında işletmelerce iyi şekilde kullanıldığına işaret etmektedir.

Karpuz üreticilerinin üretim, mesleki ve teknik konularında başvurdukları bilgi kaynakları, üreticilerin çoğunun mesleki bilgisi açısından kendi bilgi ve deneyimlerinden yararlandığı, bununla birlikte, çalışmaya katılan yüksek bir kesimde kendi aralarında bir sosyal ağ oluşturdukları gözlenmektedir. Bu sosyal ağ sayesinde üreticiler birbirlerine gerekli bilgilendirme ve teknik bilgilerin aktarılmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte danışman ziraat mühendisleri ve ilaç bayileri de bu anlamda önemli ve başvurulan bilgi kaynaklarından olabilmektedir. Çalışmanın en çarpıcı kısmında ise karpuz üreticilerinden hiçbirinin araştırma enstitüsü ve üniversitelerdeki doğa bilimlerini inceleyen hiçbir kurumla iletişimimin olmadığı saptanmıştır.

Çalışmaya katılan karpuz üretimiyle uğraşan üreticilerin memnuniyet düzeylerine bakıldığında üreticilerin çoğunluğunun memnun oldukları tespit edilmiştir. Bununla birlikte memnun olmayan üretici sayısının çok düşük seviyelerde kaldığı ve diğer kalan kişilerinde memnuniyet derecelerinin orta seviyelerde olduğu saptanmıştır. Bu bağlamda çalışmaya katılan karpuz üreticilerinin üretimini devam etme eğilimlerinin de yüksek olduğu ortaya çıkan bir başka sonuçtur.

Çalışmaya katılan karpuz üreticilerinin arazi fiyatlarının ve üretim girdilerinin yüksek olmasından dolayı istedikleri ölçüde karpuz üretimi yapamamalarına sebebiyet vermektedir. Mülkiyet durumlarına bakıldığında ise çalışmaya katılan kişilerin yarısına yakınının kendi mülkiyetine sahip olduğu diğer kısmın ise kiralık olarak araziyi kullandığı saptanmıştır. Çalışmaya katılan karpuz üreticilerinin yüksek bir çoğunluğunun serada üretim yaptığı ve bunun yanında düşük bir oranda da kalsa hem sera hem de açık alanda da üretim yapan üreticilerin olduğu görülmüştür. Karpuz üreticilerinin yüksek bir çoğunluğunun 10 dekar ve altı arazilerde üretim yaptıkları saptanmıştır. Üreticiler, üretim olarak sadece karpuzla sınırlı kalmamışlardır ve büyük çoğunluğu karpuzun yanı sıra domates, kavun, narenciye ve nar yetiştirmektedirler.

Üreticilerin karpuz yetiştirme tercihlerine bakıldığı zaman, yüksek bir kesimi işçiliğinin kolay olması, satışının garantili olması ve verimli olmasını göz önünde bulundurdıkları saptanmıştır. Pazarlama kolaylığı, erkenciliğe uygun olması, hastalık ve zararlılara karşı dayanıklı olması ve pazar isteğinin çok olması çeşit tercihini etkilediği saptanmıştır.

Karpuz üretimi için gerekli olan girdilerin alet-makine, yakıt, hastalık ve zararlılarla mücadele kullanılan ilaçlar, işçilik, sulama ve gübreleme olarak sıralanmaktadır. Burada çıkan önemli bir bilgi ise girdi tedarik kanalı olarak Tarım Kredi Kooperatifi'ne alternatif oluşturulmuş ve fide firmaları, zirai ilaç ve gübre bayisi ve tüccar/komisyoncu gibi kaynakların kullanıldığı saptanmıştır. Karpuz üretimindeki bu girdilerin maliyetlerinde en çok yer kaplayan girdilere bakıldığı zaman, arazi kirası, fide, ilaç ve gübre gibi girdi kalemlerinin çok yüksek olduğu görülmüştür. Bununla birlikte üreticilerin üretim düzeyinde karşılaştıkları sorunların maddi olduğu saptanmıştır. Girdi fiyatlarının yüksek olması ve desteklemelerin yetersiz olması üreticileri kötü etkilediği çıkartılan başka bir sonuçtur. Bu sorunlar, tarım sektörünün genel sorunlarıyla örtüşmektedir. Girdi fiyatlarına duyarlılık fiyat ve miktarda görülen artışlardan kaynaklanabilmektedir. Bu boyutta girdi tedariki üretici açısından önem arz etmektedir.

Çalışma kapsamında elde edilen bir başka mikro sonuç ise, pazarlama hizmetlerinden sigortalama, yükleme-boşaltma, etiketleme, paketleme ve temizlemenin büyük bir kısmını oluşturduğu görülmektedir. Bununla birlikte satış kısmında ise karpuz üreticilerinin fiyat için kullandıkları bilgi kaynaklarına bakıldığında ise büyük çoğunluğunun tüccar ve komisyonculardan bilgi alırken, diğer üreticiler ise meyve ve sebze halleri ve diğer üreticilerden bilgi aldıkları saptanmıştır. Bunun yanı sıra üreticilerin tamamı fiyat ile ilgili bilgi kaynağı olarak interneti kullanmadıkları saptanmıştır. Üreticilerin karpuz satış şekillerine bakıldığı zaman yüksek bir bölümü hasat sonrası vadeli ve hasat sonrası tamamı peşin şeklinde satışlarını gerçekleştirdikleri çıkan başka sonuçlardandır. Çalışmaya katılan karpuz üreticilerinin büyük bir çoğunluğu satışı tüccar/toptancıya yaptıkları ortaya çıkmıştır. Üreticilerden büyük çoğunluğu kendi adına üretim gerçekleştirdiklerini belirtirken, bir kısım üretici ise sözleşmeli olarak çalıştıklarını ifade etmişlerdir. Ürün satışına bakıldığı zaman, dekara toplam bedel üzerinden ve toptancı haline satış en çok tercih edilenler arasında olduğu saptanmıştır.

Çalışmada elde edilen bir başka mikro sonuç ise ürün kayıplarının büyük çoğunluğunun üretim ve pazarlama dönemlerinde ortaya çıkmaktadır. Yapılan çalışma doğrultusunda üretimde oluşan ürün kayıplarının %5 ile %20 arasında olduğu, pazarlamada oluşan ürün kayıplarının ise %10 ile %20 arasında olduğu saptanmıştır. Yapılan sözlü görüşmelerde pazarlamada ürün kayıplarının lojistik olarak ürünün yer değişimi sırasında gerçekleştiği ortaya çıkmıştır. Genel olarak pazarlama konusunda sorun olmadığını ifade eden üreticiler dışında kalanlar ise fiyatların aşırı dalgalanması ve belirsizliği, ürün kaybının yüksek olması ve alıcı sayısı ve çeşidinin az olmasını sorun olarak belirlenmiştir. Çalışmaya katılan karpuz üreticilerin karpuz üretiminden genel olarak memnun oldukları söylenebilir. Çalışmadan elde edilen diğer sonuçlar bakıldığı zaman son 5 yıl içerisinde eğitim durumu ve karpuz üretimi arasında pozitif bir ilişki olduğu ve ana mesleği çiftçilik olan üreticilerin son 5 yıl içerisinde üretimde herhangi bir değişim yaşamadığı görülmüştür.

Çalışma kapsamında karpuz üreticilerinin demografik özelliklerinden yaş, cinsiyet ve eğitimin üretim faaliyetleri arasındaki ilişkileri incelenmiştir. Üreticilerin eğitim düzeyi ile kadının üretimdeki katılım oranı arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Üreticilerin eğitim düzeyi ile faaliyetten elde edilen gelir düzeyi arasında da anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Bununla birlikte eğitim düzeyindeki yükseliş maliyetlerin düşmesine yol açtığı saptanmıştır. Bir başka sonuç ise üreticilerin yaşı ve tarımsal faaliyetlerden elde edilen gayri safi üretim değeri arasında anlamlı bir ilişki bulunduğu görülmüştür.

**6. KAYNAKLAR**

- Akbay, C., Candemir S. ve Orhan., E., 2005, *Türkiye’de Yaş Meyve ve Sebze Ürünleri Üretim ve Pazarlaması*, KSÜ Fen ve Mühendislik Dergisi 8(2)-2005 sayfa: 96-107
- Anonim, 1990. Karpuz Yetiştiriciliği, T.K. Bakanlığı, Ankara
- Anonim, 1995. Ziraî Mücadele Teknik Talimatları Cilt II, T.K. Bakanlığı, Ankara
- Aras V. 2015. *Karpuz Yetiştiriciliği, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü Alata Bahçe Kültürleri Araştırma Enstitüsü*, Erdemli Mersin
- Bircan K. 2015. *Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Yıl: 2, Sayı: 3, Sayfa:4-5
- Bulut Y. ve Güngör M. 2008. Ki-Kare Testi Üzerine, Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları, sayfa: 84-87
- Çetin. B, 2009. *Yeni Perakendecilik Sisteminde Toptancı Hallerinin İzlemesi Gereken Stratejiler*, yayın no: 2009 – 44 İstanbul
- Engindeniz, S. 2009. *Türkiye’de Sebze Üretimi ve Gelecek İçin Bazı Öneriler*, MPM. Verimlilik Dergisi, 2(2009):99-117
- FAOSTAT, Türkiye Karpuz İthalat ve İhracat Verileri, 2016
- Gül, A., Işık, H., Gül, M., Solmaz İ., Sarı, N., 2004. Adana İlinde Karpuz Üretim Maliyetleri ve Pazarlama Yapısı, V. Sebze Tarımı Sempozyumu, s. 338-344
- Kahraman E. 2012. Türkiye’de Yaş Meyve-Sebze Pazarlamasında Toptancı Hallerinin Etkinliği, Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri: İzmir İli Örneği, Yüksek lisans tezi, İzmir
- Karagölge, C. Peker, K. 2002. *Tarım Ekonomisi Araştırmalarında Tabakalı Örneklem Yönteminin Kullanılması*, Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi 33 (3), 313-316, 2-3s
- Korkmaz, M., Nargül, S. ve Akman, G. 2011. *Adana ili Toptan Sebze ve Meyve Fiyatlarının Çeşitli Faktörlere Göre Değerlendirilmesi. Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, Sayı: 26 Eylül-Ekim 2011
- Sarı N. Gül M. Solmaz İ. Gül A. ve Işık H. 2004. Adana İlinde Karpuz Üretiminde Girdi Kullanımı ve Sorunlar, V. Sebze Tarımı Sempozyumu, s.345-350

Şahin, A. 2007. Çiftçi Algılarına Göre Bitkisel Ürünlerin Risk Haritası: Bayındır İlçesi Örneği, İzmir

TUİK, 2018. Türkiye İstatistik Kurumu

Taşkaya, B., Keskin, G. 2004. *Kavun-Karpuz. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, TEAE Bakış*, Sayı: 6, Nüsha: 9.

Yılmaz. S. ve Yılmaz İ. 2002. Türkiye Yaş Meyve ve Sebze Pazarlamasında Toptancı Hal Sisteminin Değerlendirilmesi: Antalya Büyükşehir Belediyesi Toptancı Hali Örneği, Türkiye V. Tarım Ekonomisi Kongresi, Erzurum

**7. EKLER****EK-1:****Çalışma Anketi****T.C.****AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ****FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI****YÜKSEK LİSANS TEZ ÇALIŞMASI****“Antalya İlinde Karpuz Üretimi ve Pazarlama Yapısı”****Üretici Anket Formu**

Köyün adı: .....	Bağlı olduğu belde/ilçe: .....
---------------------	-----------------------------------

**A. Genel Bilgiler**

1.) Şu anda aynı çatı altında kaç kişi yaşıyorsunuz? ..... kişi

Ailedeki bireyler hakkında bilgiler

Bireyler	Cinsiyet	Yaşı	Medeni durumu*	Eğitim durumu**	Meslek***
<b>Görüşülen kişi</b>					

\*1.Bekar 2. Evli 3. Boşanmış-dul

\*\*1.Okuryazar değil 2.Okuryazar 3.İlköğretim 4. Ortaokul 5.Lise 6.Y.Okul

\*\*\*1.Çiftçi 2.Memur 3.İşçi 4.Emekli 5.Diğer.....

Ailede aynı çatı altında yaşayan çocuk sayısı:.....

	15 yaş ve altı	16-20 yaş arası	21 yaş ve üzere
Ailedeki çocuk genç sayısı			
Karpuz tarımında çalışan çocuk sayısı			
Anne-kadının tarım işlerinde çalışma durumu (1.evet2.hayır)			

2.)Toplam arazi varlığınız..... dekar

Arazi varlığı	Genişliği (dekar)	Mülkiyet durumu*	Sulama durumu (1.Sulu 2. Kuru)
-Tarla			
-Açıkta sebze			
-Sera			
-Meyve bahçesi			
-Boş			
-Diğer			

\*1.Mülk 2.Kiracılıkla tutulan arazi 3.Ortağa tutulan arazi 4.Kiraya ve ortağa verilen arazi

## 3.) Yetiştirilen ürünler ve çeşit tercihi

Ürün çeşidi	Alanı (da)	Sera / Açık arazi	Verim (kg/da)	Üretim miktarı (kg)	Çeşit-tür
Karpuz					
.....					

**B. Çiftçilerin Karpuz Fiyatı, Pazarlaması ve Üretimi Açısından Görüşleri**

6.) Tarımsal faaliyetle uğraşma süreniz (.....)

7.) Karpuz üretim faaliyetiyle uğraşma süreniz(.....)

8.)Karpuz üretiminde çeşit tercihleriniz nelerdir ?

()Çekirdekli ()Çekirdeksiz ()Aşılı ()AŞISIZ ()Diğer



## 9.)Karpuz çeşit tercihinizde etkili olan faktörler

	Hiç etkili değil	Etkili değil	Kısmen	Etkili	Çok etkili
Hastalık ve zararlılara karşı dayanıklılık					
Erkencilik					
Ürün kalitesi					
Ürün boyutu-gramajı					
Pazarın isteği					
Pazarlama-satış kolaylığı					
Fiyat düzeyi					
İlaç bayi					
tüccar-komisyoncu					
Komşu üreticiler					
Alışkanlık-deneyiminiz					

10.)Karpuz üretimi sonrasında gerçekleştirdiğiniz pazarlama işlemler ve parasal tutarı?

	Belirtiniz (X işareti koyunuz)	Harcama- Gider (TL)
Toplama-hasat-yükleme ve boşaltma		
Dereceleme-boylama		
Temizleme		
Paketleme ve ambalaj-Kasalama		
Etiketleme		
Taşıma-Nakliye		
Depolama		
Sigortalama		
.....		
TOPLAM		

11.) Karpuz üretimiyle ilgili bilgi kaynaklarınız nelerdir?

( )Diğer üreticiler( )İnternet ( ) Tarım il/ilçe müdürlüğü ( )Kendi bilgim-deneyim ( )Diğer

( )İlaç bayi ( ) Danışman ziraat müh. ( )Üniversite ( ) Araştırma enstitüsü  
( )Diğer.....

12.) Karpuz yetiştiriciliğini tercih etme nedenleriniz?

( ) 1. Fiyatının iyi olması( ) 2. Verimli olması( ) 3. Satışının garantili olması

( ) 4.İklim-arazi koşulları uygun( ) 5.İşçiliğin Kolay olması ( )6.Sözleşmeli üretim

( ) Alışkanlık ( )Diğer.....

13.)Karpuz üretim girdilerinin (fide, ilaç, gübre vb) tedarik kanalı?

( ) Zirai İlaç bayi ( )Fide firması ( )Tarım Kredi Koop. ( ) Tüccar tarafından

14.)Karpuz satış şekliniz?

( ) Hasat sonrası yarısı peşin ( )Hasat sonrası tamamı peşin( )Hasat sonrası vadeli ( )Diğer.....

15.) Karpuz satış koşulu:

- ( ) Tarla-işletmede teslim-kabala( dekara toplam bedel üzerinden)  
( ) Tarla-işletmede teslim-kabala (dekara sabit fiyat kg üzerinden)  
( ) Toptancı Hale götürerek  
( ) İşletme dışında markete teslim (kg fiyatı üzerinden)  
( ) İşletme dışında tüccara teslim (kg fiyatı üzerinden)  
( ) Doğrudan tüketiciye satış (semt pazarı vb.)  
( ) Diğer.....

16.)Karpuz satışını gerçekleştirdiğiniz araçlar?

( )Toptancı/Tüccar ( )Hal /Komisyoncu ( )Diğer.....

17.)Karpuz satış kanalı?( ) İhracat( ) İç pazar

18.)Karpuz üretim modeli? ( ) Sözleşmeli üretim ( ) Kendi adına

19.)Karpuz pazarlamasında karşılaştığınız sorunlar?

- Alıcı sayısı-çeşidinin azlığı
- Fiyatların aşırı dalgalanması-belirsizliği
- Fiyat düşüklüğü
- Ödeme süresi-vadesi
- Pazarlık imkanının olmaması
- Ürün kayıpları
- Sorun yok
- Diğer.....

20.) Karpuz fiyatı hakkındaki bilgi kaynağınız nedir?

- Diğer üreticiler
- İnternet
- Tüccar-komisyoncu
- Yaş sebze meyve halleri
- Diğer.....

21.) Karpuz üretiminde karşılaştığınız sorunlar? (1,2,3 şeklinde gösterin)

- Girdi fiyatlarının yüksek olması
- Hastalık ve zararlılarla mücadele
- İklim koşulları (haziran ayı aşırı sıcaklık sert esen poyraz)
- Desteklemelerin yetersiz bulunması
- Sulamada sorun yaşanılması
- İşçilik-işgücü temini ve maliyeti
- Sorun yok
- Diğer.....

22.)Karpuz üretiminde karşılaştığınız en önemli hastalık ve zararlı?.....

23.)Satış fiyatına kim karar veriyor?

- Ben Karar veriyorum
- Karar vermiyorum

Vermiyorsanız kimler karar veriyor?

( ) Komisyoncu( ) Tüccar( ) Diğer.....

24.)2017 üretim dönemi sonunda karpuzu kaç liradan sattınız?.....(TL/kg)veya ..... TL/da

25.)2017 üretim dönemi sonunda toplam ne kadar karpuz sattınız? .....(kg)

26.)Karpuzda ürün kaybınız?

Üretim sürecinde: %..... Pazarlama-satış aşamasında: %.....

27.)Son 5 yılda Karpuz üretimiyle ilgili;

	Arttı	Azaldı	Değişmedi
Üretim alanınız			
Ürün kaliteniz			
Dekara verim			
Satış fiyatı			
Karlılık-kazancınız			
Pazarlama koşulları			
Hastalık zararlı sayısı			
Tarımsal kredi kullanımınız			
Tarım dışı kredi kullanımı			
Boçluluk durumunuz			
Tasarruf durumunuz			

28.) Karpuz üretim faaliyetine ilişkin genel memnuniyet düzeyiniz?

Hiç memnun değilim	Memnun değilim	Orta( )	Memnunum ( )	Çok memnunum ( )
--------------------	----------------	---------	--------------	---------------------

29.) Karpuz üretimine devam etme eğiliminiz?

Kesinlikle devam etmeyeceğim	Devam etmeyeceğim	Kararsızım( )	Devam edeceğim ( )	Kesinlikle devam edeceğim ( )
------------------------------	-------------------	---------------	-----------------------	----------------------------------

30.)Yıllık kazancınızın kaynağı: Tarım%..... Tarım dışı:%.....

31.)Tarımsal faaliyetlerden elde ettiğiniz yıllık ciro:..... TL

32.)Tarımsal faaliyetlerde yıllık toplam masrafınız..... TL

33.)Karpuzdan elde ettiğiniz yıllık ciro: ..... TL

34.)Karpuzda yıllık toplam masrafınız ..... TL

35.)Karpuzdaki yıllık masraflarınızın dağılımı?

	Sıralama*
Arazi kirası	
Sulama	
Mazot	
İşçilik	
Nakliye	
İlaç-Gübre	
Fide	
Diğer.....	
Toplam masraf	

1,2,3 şeklinde gösteriniz

## ÖZGEÇMİŞ

**Haşim BÜYÜKKALAY**  
[hasimbuyukkalay@gmail.com](mailto:hasimbuyukkalay@gmail.com)



### ÖĞRENİM BİLGİLERİ

Yüksek Lisans	Akdeniz Üniversitesi
2017-2019	Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı
Lisans	Akdeniz Üniversitesi
2011-2015	Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Antalya