

T.C.  
ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ  
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ  
TARIM EKONOMİSİ ANA BİLİM DALI



**SAMSUN İLİNDE SÜS BİTKİLERİ YETİŞTİRİCİLERİNİN  
SOSYOEKONOMİK ÖZELLİKLERİ, SORUNLARI VE ÇÖZÜM  
ÖNERİLERİ**

Yüksek Lisans Tezi

**Nezahat BAYKAN SARIOĞLU**

Danışman

**Prof. Dr. İsmet BOZ**

SAMSUN  
2021

## TEZ KABUL VE ONAYI

Nezahat BAYKAN SARIOĞLU tarafından, Prof. Dr. İsmet BOZ danışmanlığında hazırlanan “Samsun İlinde Süs Bitkileri Yetiştiricilerinin Sosyoekonomik Özellikleri, Sorunları ve Çözüm Önerileri” 22/04/2021 tarihinde yapılan sınav sonucunda oy birliği ile başarılı bulunarak Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

	Unvanı Adı Soyadı Üniversitesi Ana Bilim/Ana Sanat Dalı	İmza	Sonuç
<b>Başkan Danışman</b>	Prof. Dr. İsmet BOZ Ondokuz Mayıs Üniversitesi Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı		<input checked="" type="checkbox"/>
			Kabul
			<input type="checkbox"/>
			Ret
<b>Üye</b>	Prof. Dr. Fisun Gürsel ÇELİKEL Ondokuz Mayıs Üniversitesi Bahçe Bitkileri Anabilim Dalı		<input checked="" type="checkbox"/>
			Kabul
			<input type="checkbox"/>
			Ret
<b>Üye</b>	Dr. Öğr. Üyesi Selma KAYALAK Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı		<input checked="" type="checkbox"/>
			Kabul
			<input type="checkbox"/>
			Ret

Bu tez, Enstitü Yönetim Kurulunca belirlenen ve yukarıda adları yazılı jüri üyeleri tarafından uygun görülmüştür.

ONAY

... / ... / ...

Prof. Dr. Ali BOLAT

Enstitü Müdürü

## **BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK BEYANI**

Hazırladığım yüksek lisans tezimin bütün aşamalarında bilimsel etiğe ve akademik kurallara riayet ettiğimi, çalışmada doğrudan veya dolaylı olarak kullandığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin Kaynaklar 'da gösterilenlerden oluştuğunu, her unsurun Lisansüstü Eğitim Enstitüsü tez yazım kılavuzuna uygun yazıldığını ve TÜBİTAK Araştırma ve Yayın Etiği Kurulu Yönetmeliği'nin 3. bölüm 9. maddesinde belirtilen durumlara aykırı davranılmadığımı taahhüt ve beyan ederim.

... / ... / 2021

Öğrenci Adı SOYADI  
Nezahat BAYKAN SARIOĞLU

## **TEZ ÇALIŞMASI ÖZGÜNLÜK RAPORU BEYANI**

**Tez Başlığı : Samsun İlinde Süs Bitkileri Yetiştiricilerinin Sosyoekonomik Özellikleri, Sorunları ve Çözüm Önerileri**

Yukarıda başlığı belirtilen tez çalışması için şahsım tarafından 29/03/2021 tarihinde intihal tespit programından alınmış olan özgünlük raporu sonucunda;

Benzerlik oranı : %22

Tek kaynak oranı : %5 çıkmıştır.

... / ... / 2021

Danışman Adı SOYADI  
Prof. Dr. İsmet BOZ

## ÖZET

### SAMSUN İLİNDE SÜS BİTKİLERİ YETİŞTİRİCİLERİNİN SOSYOEKONOMİK ÖZELLİKLERİ, SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Nezahat BAYKAN SARIOĞLU

Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü

Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Yüksek Lisans, Nisan/2021

Danışman: Prof. Dr. İsmet BOZ

Bu tez; Samsun ilinde süs bitkileri yetiştiriciliği yapan işletmelerin sorunlarını ortaya koymak ve bu sorunlara uygun çözüm önerileri bulmak amacıyla yapılmıştır. Araştırmanın materyalini, tam sayım yöntemine göre süs bitkileri üretim ve pazarlaması yapan ve sadece pazarlama yapan işletmelerle Samsun iline bağlı 6 ilçede bulunan 55 işletme ile yüz yüze görüşülerek anket çalışması ile elde edilen veriler oluşturulmuştur. Veriler Ekim-Kasım 2020 döneminde toplanmıştır. Araştırmada veri analizinde seçilen yöntemler araştırma amaçları doğrultusunda belirlenmiştir. Bu amaçla üretim ve pazarlama yapan işletmeler ile sadece pazarlama yapan işletmeler arasında sosyoekonomik özellikleri ve işletme özellikleri arasında herhangi bir farklılık olup olmadığı Fisher testi ve Ki-Kare testi ile kontrol edilmiştir. Araştırma bulgularına göre, süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların ortalama yaşı %42.6, işletme yaşı ortalaması 14.5'tir. İşletmeler %92.7 oranında şahıs işletmesidir. İşletmelerin ağırlıklı olarak faaliyet gösterme durumu %69.1 iç mekan, %50.9 dış mekan, %50.9 kesme çiçektir. İşletmelerin süs bitkileri sektöründe karşılaştıkları sorunlar %67.3 işgücü temini sorunu, %45.5 enerji sorunudur. En önemli pazarlama problemi beşli Likert ölçeğine göre ölçülen ve ortalaması 4.45 olarak bulunan üretim maliyetinin fazla olmasıdır. İşletmeciler sektöre ilişkin güçlü ve zayıf yönleri, fırsatları, tehditleri söyleyerek mevcut durumun ortaya konulması ve stratejiler geliştirilmesine olanak sağlanması açısından SWOT Analizi Yöntemi ile analiz edilmiştir. Araştırmada uygulanan Fisher ve Ki-Kare testi sonuçlarına göre üretim ve pazarlama yapan işletmelerle sadece pazarlama yapan işletmeler arasında sosyoekonomik açıdan herhangi bir farklılık görülmemiştir fakat işletme özellikleri olarak bakıldığında arazi varlığı, işletmelerin ağırlıklı olarak faaliyet gösterme durumu, kullanılan alan bilgileri farklılık göstermektedir.

**Anahtar Sözcükler:** Samsun, Süs Bitkileri İşletmeleri, İşletmelerin Sorunları, Öneriler

## ABSTRACT

### SOCIOECONOMIC CHARACTERISTICS, PROBLEMS AND SOLUTION RECOMMENDATIONS OF ORNAMENTAL PLANTS CULTIVATION IN SAMSUN

Nezahat BAYKAN SARIOĞLU  
Ondokuz Mayıs University  
Institute of Graduate Studies  
Department of Agricultural Economics  
Master, April/2021  
Supervisor: Prof. Dr. İsmet BOZ

This thesis was carried out in order to reveal the problems of the enterprises that grow ornamental plants in Samsun and to find suitable solutions for these problems. The material of the research consisted of information provided by face-to-face interviews conducted with a sample of 55 enterprises that produce and market ornamental plants in 6 districts of Samsun province. Data were collected in the period of October-November 2020. The methods chosen in data analysis in the research were determined in line with the research objectives. For this purpose, it was checked by Fisher test and the Chi-square test whether there is any difference between the socioeconomic characteristics and business characteristics between the companies engaged in production and marketing and those that only do marketing. According to the research findings, the average age of the participants operating in the ornamental plants sector is 42.6% and the average age of the enterprise is 14.5%. Businesses are 92.7% sole proprietorships. Predominantly operating status of businesses is 69.1% indoor, 50.9% outdoor, 50.9% cut flower. The problems faced by the enterprises in the ornamental plants sector are 67.3% labor supply problem and 45.5% energy problem. The most important marketing problem was the high production costs with a mean of 4.45, measured in a five-point Likert scale. The operators were analyzed with the SWOT Analysis Method in order to reveal the current situation and develop strategies by stating the strengths and weaknesses, opportunities and threats related to the sector. According to the results of the Fisher and Chi-Square test applied in the research, no socioeconomic difference was observed between the companies engaged in production and marketing, and those engaged in marketing only, but when it is considered as business characteristics, the land presence, the predominantly operating status of the enterprises, and the field information used differ.

**Keywords:** Samsun, Ornamental Plants, Business Problems, Suggestions

## ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR

Yüksek lisans eğitimimde ve tez konumun seçimi dahil olmak üzere çalışmamın her aşamasında deneyim ve bilgilerinden yararlandığım danışman hocam Sn. Prof. Dr. İsmet BOZ hocama ve Tarım Ekonomisi Bölümündeki hocalarıma ve arkadaşlarıma teşekkür ederim.

Tezimde değerli tecrübelerinden yararlandığım ve tez çalışmamda büyük katkıları olan Sn. Prof. Dr. Fisun Gürsel ÇELİKEL hocama teşekkür ederim.

Tez savunmamda tezime katkı sundukları için ve kıymetli düşüncelerini benimle paylaştıkları için Sn. Prof. Dr. İsmet BOZ, Sn. Prof. Dr. Fisun Gürsel ÇELİKEL ve Sn. Dr. Öğr. Üyesi Selma KAYALAK hocalarıma teşekkür etmeyi borç bilirim.

Süs bitkileri konusunda gerekli bilgi ve birikimi edinmemi sağlayan Nil Botanik işletmesi çalışanlarına ve çalışmamın materyalini oluşturan değerli görüşlerini paylaşan süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcılara teşekkür etmeyi borç bilirim.

Son olarak bugünlere gelmemde büyük katkıları olan ve benden desteğini, sevgisini hiçbir zaman esirgemeyen babam Kazım BAYKAN'a, annem Fatma BAYKAN'a, abilerim Ali BAYKAN, Musa BAYKAN'a ve eşim Mesut SARIOĞLU'na sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Nezahat BAYKAN SARIOĞLU

# İÇİNDEKİLER

ÖZET .....	iii
ABSTRACT.....	iv
ÖNSÖZ VE TEŞEKKÜR.....	v
İÇİNDEKİLER.....	vi
SİMGELER VE KISALTMALAR .....	viii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	ix
TABLolar DİZİNİ.....	x
<b>1.GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
1.1. Araştırmanın Önemi.....	2
1.2. Araştırmanın Hipotezi.....	3
1.3. Araştırmanın Amacı .....	4
1.4. Kavramsal Çerçeve .....	4
1.4.1. Süs Bitkilerinin Tanımı ve Sınıflandırılması .....	4
1.4.2. Dünya’da Süs Bitkileri Sektörü .....	7
1.4.3. Türkiye’de Süs Bitkileri Sektörü .....	10
1.4.4. Samsun İli Süs Bitkileri Sektörü.....	13
<b>2. KAYNAK ÖZETLERİ.....</b>	<b>17</b>
<b>3. MATERYAL VE YÖNTEM.....</b>	<b>24</b>
3.1. Materyal .....	24
3.2. Araştırma Alanı Hakkında Genel Bilgiler .....	24
3.2.1. Coğrafi Konum .....	24
3.2.2. İklim.....	25
3.2.3. Nüfus ve Eğitim Durumu .....	25
3.3. Yöntem.....	26
3.3.1. Örnekleme.....	26
3.3.2. Veri Toplama .....	27
3.3.3. Veri Analizi.....	27
<b>4.BULGULAR VE TARTIŞMA.....</b>	<b>30</b>
4.1. Sosyoekonomik Özellikler.....	30
4.1.1. Katılımcıların yaşı.....	30
4.1.2. Katılımcıların Eğitim Düzeyi.....	31
4.1.3. Katılımcıların Cinsiyetleri.....	32
4.1.4. Katılımcıların Medeni Durumları .....	32
4.1.5. Katılımcıların Süs Bitkisi Faaliyeti Yaptıkları İlçelere Göre Dağılımı.....	33
4.1.6. Katılımcıların Sosyal Güvence Durumları.....	34
4.1.7. Katılımcıların Meslekleri .....	35
4.1.8. Katılımcıların Aile Fert Sayısı .....	36
4.1.9. Katılımcıların Aile Yıllık Geliri.....	36

4.1.10. Katılımcıların Süs Bitkileri Sektöründen Elde Ettikleri Yıllık Gelir .....	37
4.2. İşletmelerin Genel Özellikleri .....	38
4.2.1. İşletme Yaşı .....	38
4.2.2. İşletmelerin Hukuki Yapısı .....	39
4.2.3. İşletmelerin Mülkiyet Durumu.....	40
4.2.4. İşletmelerin Süs bitkisi Sektöründe Ağırlıklı Olarak Faaliyet Gösterme Durumu .....	40
4.2.5. İşletmelerin İşgücü Kullanma Durumları.....	43
4.2.6. İşletmelerin İşgücü Yoğunluk Dönemleri .....	43
4.2.7. İşletmelerin Teknik Eleman(mühendis, teknisyen, vb.) Çalıştırma Durumları ...	44
4.2.8. İşletmelerin Kooperatif veya Birliğe Üye Olma Durumları.....	45
4.2.9. İşletmelerin Tarımsal Amaçlı Kredi Kullanım Durumları.....	45
4.2.10. İşletmelerin Süs bitkileri Sektörü Dışında Faaliyet Gösterme Durumları .....	46
4.2.11. İşletmelerin Tarımsal Yatırım Yaptırma Durumları .....	47
4.2.12. İşletmelerin Arazi Varlıkları ve Arazi Büyüklükleri.....	47
4.2.13. İşletmelerin Süs Bitkisi Üretiminde veya Pazarlanmasında Kullanılan Alan Bilgileri .....	48
4.2.14. Süs Bitkisi Üreticilerinin Sera Bilgileri .....	49
4.2.15. İşletmenin Sahip Olduğu Makine ve Teçhizatlar.....	50
4.2.16. Araştırma Bölgesinde Pazarlanan Çiçek Türleri.....	51
4.2.17. İşletmelerde Süs Bitkisi Yetiştirme Şekilleri .....	54
4.2.18. Süs Bitkileri Sektöründe Ürün Sigortası Yaptırma ve Kayıt Tutma Durumu....	54
4.2.19. Sadece Satış yapan İşletmelerin Pazarlama Yaptıkları Ürünleri Aldıkları Yerler .....	55
4.2.20. Hizmeti Müşterinin Ayağına Götürme ve Online Satış Durumu.....	55
4.3. Süs Bitkileri Sektöründe Karşılaşılan Sorunlar.....	56
4.3.1. İşgücü Temini Sorunu.....	56
4.3.2. Enerji ve Sulama Suyu Sorunu .....	57
4.3.3. Kredi Kullanım Sorunu.....	58
4.3.4. Hastalık ve Zararlı Sorunu .....	58
4.3.5. Teknik Bilgi Sorunu ve Örgütlenme Sorunu .....	59
4.3.6. Pazarlamada Karşılaşılması Muhtemel Sorunlar .....	59
4.3.7. İşletmenin Sektöre İlişkin Düşünce ve Önerileri .....	60
4.4. Samsun İlinde Süs Bitkileri Sektörünün Geliştirilme Olanakları .....	61
<b>5. SONUÇ VE ÖNERİLER.....</b>	<b>63</b>
<b>KAYNAKLAR .....</b>	<b>70</b>
<b>EK 1.....</b>	<b>73</b>
<b>SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURUL KARARLARI.....</b>	<b>81</b>
<b>ÖZ GEÇMİŞ .....</b>	<b>82</b>

## SİMGELER VE KISALTMALAR

### Simgeler

€ : euro

m<sup>2</sup> : metrekare

°C : santigrat derece

x<sup>2</sup> : Ki-Kare

### Kısaltmalar

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

SGK : Sosyal Güvenlik Kurumu

TÜİK: Türkiye İstatistik Kurumu

USD : amerikan doları

da : dekar

vb. : ve benzeri

## ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 3.1. Samsun ilinin konumu.....	25
--------------------------------------	----

## TABLolar DİZİNİ

Tablo 1.1. Dünya kesme çiçek ve saksılı bitki üretim alanları (2019) .....	8
Tablo 1.2. Ürün grubuna göre dünya süs bitkileri ihracatı (değer: 1.000 USD).....	8
Tablo 1.3. Ülkelere göre dünya süs bitkileri ihracatı (değer: 1.000 USD) .....	9
Tablo 1.4. Ürün grubuna göre dünya süs bitkileri ithalatı (değer: 1.000 USD) .....	9
Tablo 1.5. Ülkelere göre dünya süs bitkileri ithalatı (değer: 1.000 USD).....	10
Tablo 1.6. Dünya kesme çiçekler ve saksılı bitkiler tüketimi (2018).....	10
Tablo 1.7. Türkiye ürün gruplarına göre süs bitkileri üretim alanları(da).....	11
Tablo 1.8. Türkiye illere göre süs bitkileri üretim alanları(da) .....	11
Tablo 1.9. Ürün gruplarına göre süs bitkileri dış ticareti(değer: 1.000 USD) .....	12
Tablo 1.10. Samsun ili süs bitkileri ekiliş ve üretimi (2018).....	14
Tablo 1.11. Samsun Ondokuzmayıs ilçesine ait süs bitkileri sektörü (2018).....	14
Tablo 1.12. Samsun Atakum ilçesine ait süs bitkileri sektörü (2018) .....	15
Tablo 1.13. Samsun Bafra ilçesine ait süs bitkileri sektörü (2018) .....	15
Tablo 1.14. Samsun Canik ilçesine ait süs bitkileri sektörü (2018) .....	15
Tablo 1.15. Samsun Tekkeköy ilçesine ait süs bitkileri sektörü (2018).....	16
Tablo 1.16. Samsun Terme ilçesine ait süs bitkileri sektörü (2018).....	16
Tablo 1.17. Samsun Çarşamba ilçesine ait süs bitkileri sektörü (2018).....	16
Tablo 3.1. Samsun ilinin nüfusu (2020) (Anonim, 2020c).....	26
Tablo 4.1. Katılımcıların yaşı.....	31
Tablo 4.2. Eğitim düzeyi .....	31
Tablo 4.3. Cinsiyet dağılımı .....	32
Tablo 4.4. Medeni durum.....	33
Tablo 4.5. Faaliyet yapılan ilçeler .....	34
Tablo 4.6. Sosyal güvence.....	34
Tablo 4.7. Meslek grupları .....	35
Tablo 4.8. Aile fert sayısı .....	36
Tablo 4.9. Aile yıllık geliri.....	37
Tablo 4.10. Süs bitkileri sektöründen elde edilen yıllık gelir.....	38
Tablo 4.11. İşletme yaşı .....	39

Tablo 4.12. Hukuki yapı.....	39
Tablo 4.13. Mülkiyet durumu .....	40
Tablo 4.14. İç mekan süs bitkisi.....	41
Tablo 4.15. Dış mekan süs bitkisi .....	41
Tablo 4.16. Kesme çiçek.....	42
Tablo 4.17. Doğal çiçek soğanları.....	42
Tablo 4.18. İşgücü durumu .....	43
Tablo 4.19. İşgücü yoğunluk dönemi.....	44
Tablo 4.20. Teknik eleman çalıştırma durumu.....	45
Tablo 4.21. Kooperatif veya birliğe üye olma durumu .....	45
Tablo 4.22. Tarımsal amaçlı kredi kullanımı .....	46
Tablo 4.23. Sektör dışı faaliyet .....	46
Tablo 4.24. Tarımsal yatırım.....	47
Tablo 4.25. Arazi varlıkları .....	48
Tablo 4.26. İşletme sahibinin parsel sayısı.....	48
Tablo 4.27. Kullanılan alan bilgileri .....	49
Tablo 4.28. Sera bilgileri.....	50
Tablo 4.29. Makine ve teçhizatlar .....	51
Tablo 4.30. Çiçek türleri .....	53
Tablo 4.31. Üretim yöntemleri.....	54
Tablo 4.32. Ürün sigortası.....	54
Tablo 4.33. Kayıt tutma .....	55
Tablo 4.34. Ürün alınan yerler .....	55
Tablo 4.35. Hizmeti müşterinin ayağına götürme durumu.....	56
Tablo 4.36. Online satış .....	56
Tablo 4.37. İşgücü temini sorunu.....	57
Tablo 4.38. Enerji sorunu.....	57
Tablo 4.39. Sulama suyu sorunu .....	58
Tablo 4.40. Kredi kullanım sorunu .....	58
Tablo 4.41. Hastalık ve zararlı sorunu .....	58

Tablo 4.42. Teknik bilgi sorunu .....	59
Tablo 4.43. Örgütlenme sorunu.....	59
Tablo 4.44. Pazarlamada karşılaşılması muhtemel sorunlar .....	60
Tablo 4.45. Katılımcıların sektöre ilişkin düşünce ve önerileri.....	61
Tablo 4.46. Süs bitkileri sektörünün SWOT Analizi .....	62

# 1.GİRİŞ

Geçmişten günümüze insan ihtiyaçları zamanla değişmiştir. En temel ihtiyaçlar gıda, giyim, barınma gibi ihtiyaçlarken artan nüfus sonucu kırsal alanların azalması ve kentsel alanların çoğalmasıyla birim alana düşen bina sayısında nüfusla birlikte artış göstermiştir. Bu durum zamanla yeşil alanların azalmasına ve beton yığınlarının çoğalmasına neden olmuştur. Geçmişte insanlar yeşili doya doya görebiliyorken artık tek gözüken şeyin bina yığınları olması kırsal hayata alışmış insanlar için alışılması güç bir durum oluşturmaktadır. Böylece süs bitkileri sektörü temel ihtiyaçlar grubunda yer almasa da insanların psikolojisi, sağlığı gibi birçok açıdan önemli hale gelmektedir.

Artan nüfus ve kentleşme ile birlikte özellikle geride bıraktığımız yüzyılın son çeyreğinde doğaya duyulan bu özlem daha da artmıştır. Doğal kaynakların hızla tükeniyor olmasının da etkisiyle yeşil alan kavramı modern yaşama mekânlarının en vazgeçilmez unsuru haline gelmiştir. Yeşile olan bakış açısının bu denli değişmesi ve ivme kazanması yeşil alanların temel ögesi süs bitkilerinin öneminin artmasına neden olmuştur. Böylece “süs bitkileri” yalnız özel günlerde ve özel alanlarda kullanılan materyaller olmaktan sıyrılmış tıpkı günlük yaşamımızda kullandığımız diğer birçok yaşam aracı gibi kendine bir sektör oluşturma yolunda büyük ilerlemeler kaydetmiştir (Onay, 2008).

Aslında dünyanın bazı ülkelerinde ve Türkiye’de, bitkisel üretimler arasında “süs bitkileri” önemli bir sektör olarak yer almaktadır. Pek çok ülkede ekonomiye katkı sağlayan etkili bir sektör olarak da kabul edilmektedir. Gelişmiş ülkeler yanında gelişmekte olan bazı Afrika, Asya ve Güney Amerika ülkeleri, uygun ekoloji ve ucuz iş gücü olanaklarını süs bitkileri üretiminde kullanarak önemli ölçüde ihracat geliri elde etmektedirler. Bazı ülkelerde süs bitkileri, özellikle kesme çiçekler, geleneksel ana ihraç ürünleri arasına girmiştir. Kolombiya, İsrail, Kenya, Ekvator gibi ülkeler bunlara örnek olarak verilebilir. Rabo Bank’ın (Hollanda) tahminlerine göre Dünyada süs bitkileri ticaret hacmi 50 milyar dolar civarındadır (Anonim, 2001).

Türkiye, matematiksel konumu, pazar ülkelere yakınlığı, bitki örtüsü ve iklim çeşitliliği, yeraltı ve yerüstü kaynakları, özel konumu ve genç nüfusu vb. özellikleri ile üretim ve pazarlama açısından temel teşkil eden değerlerler bakımından birçok ülkeden avantajlıdır(Gülgün ve Yazıcı, 2016).

Samsun ili Türkiye'nin tarımsal potansiyeli en yüksek ovalarından Bafra ve Çarşamba ovalarına sahiptir. İl iklim ve toprak koşulları açısından süs bitkileri yetiştiriciliğine oldukça elverişlidir. Samsun ili, Türkiye'de üretilen süs bitkilerinin %0,6'sını oluşturmaktadır (Anonim, 2009b).

Samsun ili ılıman iklim kuşağı olması sebebiyle birlikte Bafra ve Çarşamba ovalarına sahip olmasıyla yüksek tarımsal potansiyele sahip bir il konumundadır. İlde süs bitkileri yetiştiriciliği olarak dış mekan süs bitkileri ve kesme çiçek yetiştiriciliği üzerine yoğunlaşmış olsada son zamanlarda yaygınlaşan kaktüs ve sukulent üretimi iç mekan süs bitkileri yetiştiriciliğinde arttırmıştır. Bafra, Atakum ve Tekkeköy ilçelerinde dış mekan süs bitkileri yetiştiriciliği fazlayken 19 Mayıs, Terme ve Bafra ilçelerinde de kesme çiçek üretimi fazladır. Kesme çiçek üretiminde en fazla paya sahip gül kesme çiçeğidir.

Samsun ili denize kıyısı olan ve liman imkanı olan önemli bir konuma sahiptir. Süs bitkileri konusunda Ukrayna en büyük pazarımız olması sebebiyle liman imkanı kullanılarak daha ucuz taşımacılık sağlanarak maliyet daha az seviyeye düşmektedir.

Süs bitkileri üretim miktarı 2020 yılında bir önceki yıla göre %3.5 oranında azaldı. Süs bitkileri üretimi içindeki paylar incelendiğinde kesme çiçekler %60.9, diğer süs bitkileri %39.1'lik bir paya sahiptir. Dış mekan süs bitkileri üretimi bir önceki yıla göre %3.6 oranında artarken, kesme çiçek üretimi %7.7, iç mekan süs bitkileri üretimi %6.2 oranında azaldı (TUİK, 2020)

Samsun ili, süs bitkileri konusunda önemli yetiştirme koşullarına sahip olmasına rağmen süs bitkileri üretiminde azalmalar görülmektedir. Bu durumun başlıca sebebi üretim ve pazarlama yapan işletmelerin üretimden vazgeçerek ürün alıp satmayı tercih etmesidir.

### **1.1. Araştırmanın Önemi**

Ülkemizde süs bitkileri sektörü marjinal alanların değerlendirilmesi, istihdama katkı, aile işgücü ile her yaş grubunun işgücünden yararlanma, ekolojik avantajları yakalama, artan talebin karşılanması, çevre, kentleşme, ve dış ticaret açığının kapatılması açısından önemli bir faaliyet kolu olarak dikkat çekmektedir (Temel, 2011).

Akdeniz, Ege ve Marmara Bölgelerinin yanında Karadeniz bölgesi de iklim özellikleri bakımından süs bitkileri üretimi için uygun ekolojiye sahip bir bölgedir.

Karadeniz Bölgesinde sahil kuşağı çok sıcak ve çok soğuk olmayan nemli ılıman iklime sahiptir. Kış aylarında donlu gün sayısı çok düşüktür. Karadeniz'in iç kesimlerindeki geçit bölgelerinde düşük yağış ve Karadeniz'in etkisinde olan serin dağ (yayla) iklimi görülmektedir. Yalova ve civarı bölgeyle iklim benzerlikleri göstermektedir. Dolayısıyla, bu bölgelerde pek çok süs bitkisi yetiştirilebilir. Süs bitkilerinin parçalanmış arazileri en iyi değerlendiren, az yatırımla aile bireylerine iş imkanı yaratan özellikleri, Karadeniz Bölgesi için çok uygun özelliklerdir. İklim olarak da süs bitkilerinin pek çoğu, serin, ılık, nemli, yağışlı koşullarda yetişen bitkilerdir. Bu iklim koşulları da Karadeniz Bölgesinde mevcuttur. Bununla birlikte sulama, iş gücü, ulaşım ve pazar durumları da önemlidir. Bu faktörlerin bulunduğu bölgelerde; kesme çiçekler (karanfil, gül, kasımpatı, frezya, glayöl vb.) yetiştirilebilir. Salon çiçeklerinden pek çoğu ve dış mekan park-bahçe bitkilerinin çoğu bölgemizde yetişebilir. Ayrıca ihraç edilen doğal çiçek soğanlarının üretimi de, Karadeniz bölgesi için uygundur. Karadeniz bölgesinde süs bitkileri üretiminin en fazla yapıldığı il Samsun'dur. Samsun ilinin iklim özellikleri ve topografik yapısı kesme çiçek yetiştiriciliği için uygundur. Samsun ili, iyi bir alternatif ürün olan kesme çiçekçilik üretimini arttırmayı tasarlayan, kaliteli çiçek üreten ve ürünün kalitesi ve sürekliliğinin önemini bilen bilinçli üreticileri bünyesinde barındırmaktadır (Hekimoğlu ve Altındağ, 2019).

Samsun ili süs bitkileri sektörü açısından önemli bir bölgedir. İklimi, topografik yapısı uygun olsada süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların yaşadıkları sorunları ortaya koymak ve bu sorunlara çözümler bulmak işletmeler için katkı sağlayacaktır. Ayrıca çalışma için Samsun İl tarım Müdürlüğü'nün hazırladıkları raporlar bulunsada Samsun ilindeki süs bitkileri yetiştiricilerin sorunlarını ortaya koyan tez çalışmasına rastlanmaması çalışmayı önemli kılmaktadır.

## **1.2. Araştırmanın Hipotezi**

Süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin herhangi bir sorun yaşamadan kar elde ederek faaliyetlerini sürdürmeleri son derece önemlidir. Süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren katılımcılar üretim ve pazarlama yapan katılımcılar ile sadece pazarlama yapılan katılımcılar olarak iki gruba ayrılmıştır. Üretim ve pazarlama yapan işletmelerin sadece pazarlama yapan işletmelere göre daha bilinçli ve tecrübeli oldukları, daha fazla kar elde ettikleri, işletme arazi miktarlarının daha yüksek olup aile işgücü kullanmaları, sektörde daha fazla sorunla karşılaştıkları

gibi varsayımlar yapılmaktadır. Bu amaçla araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi sıralanmıştır:

H1: Sadece üretim ve pazarlama yapan ve sadece pazarlama yapan katılımcıların sosyoekonomik özellikleri arasında fark vardır.

H2: İşletmelerin genel özellikleri bakımından sadece üretim ve pazarlama yapan ve sadece pazarlama yapan işletmeler arasında farklılıklar vardır.

H3: İşletmeler genel anlamda pazarlama sorunu yaşamaktadır.

H4: Samsun ilinde süs bitkileri yetiştiriciliğinin geliştirilme olanakları SWOT analizi ile ortaya konulmaktadır.

### **1.3. Araştırmanın Amacı**

Süs bitkileri sektörü Samsun için önemli bir ticari faaliyet alanı oluşturmaktadır. Süs bitkileri yetiştiricisi bulunduğu kadar pazarlamasını yapan işletmelerde bulunmaktadır. Karadeniz bölgesi olarak bakıldığında Samsun süs bitkileri yetiştiriciliğinde ilk sırada yer aldığı için sektörde faaliyet gösteren katılımcıların sektörü bırakmaması için sorunlarına yönelik çözümler bulunacak ve önemli veriler, fikirler sağlayacaktır.

Tezin genel amacı Samsun ilinde süs bitkileri yetiştiricilerinin sorunlarını belirlemek ve bunlara uygun çözüm önerileri getirmektir. Daha özel olarak tez aşağıdaki amaçları gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır:

1. Süs bitkileri yetiştiricilerinin girdi temininde yaşadıkları sorunları belirlemek,
2. Süs bitkileri yetiştiricilerinin üretimde karşılaştıkları sorunları belirlemek,
3. Süs bitkileri yetiştiricilerinin pazarlamada yaşadıkları sorunları belirlemek,
4. Samsun ilinde süs bitkileri yetiştiricilerinin güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditlerini ortaya koymak,
5. Süs bitkileri sektörünün sorunlarının çözümü için alınması gereken önlemleri belirlemek.

### **1.4. Kavramsal Çerçeve**

#### **1.4.1. Süs Bitkilerinin Tanımı ve Sınıflandırılması**

Süs bitkisi; çiçekleri, yaprakları, meyveleri veya formu ile görsel etkinlik sergileyen veya bu özellikleri ile ön plana çıkan bitkilere denilmektedir. Süs bitkileri

kullanım amaçlarına göre; kesme çiçek, iç mekan(saksılı) süs bitkileri, dış mekan(tasarım) süs bitkileri ve çiçek soğanları olmak üzere dört gruba ayrılmaktadır (Ay, 2009; Kazaz, 2012).

a) Kesme çiçek: Soğanlı, yumrulu, rizomlu kesme çiçekler, çelikle, aşı ile veya doku kültürü ile çoğaltılan kesme çiçekler ve tohumdan yetiştirilen kesme çiçekler olmak üzere 3 grup kesme çiçek türü vardır. Bitkilerden kesilerek çiçek kısmı buket veya düzenleme yapmak amacıyla kullanılan daha çok özel günlerde tercih edilen çiçek dalıdır.

Süs bitkilerinin ticari olarak değeri, 1985 yılında Antalya'dan ilk kesme çiçek ihracatı gerçekleştirildikten sonra giderek artmıştır. Türkiye'de ihracata yönelik olarak üretilen başlıca kesme çiçek karanfildir. Hollanda, İngiltere ve Almanya Türkiye'den kesme çiçek ihracatı yapan ülkelerin başında gelmektedir. Türkiye ayrıca Rusya, Ukrayna, Romanya, Türkmenistan, Azerbaycan ve Irak gibi ülkelere ihracat yapmaktadır. Ülkemizde bol ışık altında yetiştirilen çiçeklerimizin kaliteli ve dayanıklı olması nedeniyle ülkemiz çiçeğine olan talep giderek artmakta, diğer ülkelerin çiçeklerine göre tercih edilmektedir. ayrıca fuar ve benzeri etkinliklerle tanıtımın yapılması sonucunda dış pazarlarımız giderek genişlemektedir (Çelikel, 2015).

b) İç Mekan Süs Bitkileri: İç mekan (saksılı - salon) süs bitkileri; evlerde, bürolarda ve salonlarda iç dekorasyonda yeşil bir mekân oluşturmak için kullanılan bitkilerdir; çiçekli iç mekan (saksılı) süs bitkileri, yaprak güzelliği olan iç mekan (saksılı) süs bitkileri, kaktüsler olmak üzere yapay olarak 3 gruba ayrılabilirler (Anonim, 2001).

İç mekan süs bitkileri farklı saksı, kap veya kasalarda yetiştirilmeye uygun dekoratif yaprağa, çiçeğe ve ya gövdeye sahip olan bitkilerdir. İnsanlar kentsel yaşamda çoğunlukla kapalı ortamlarda vakit geçirmektedir. Son zamanlarda Dünya'yı saran Covid-19 pandemisi de göz önünde bulundurulduğunda; insanların sosyal yaşamlarının kapalı alanlarla kısıtlandığı ve ev yaşamının güvenilir hale geldiği görülmektedir. Ancak kapalı alanlarda vakit geçirmek bireyleri psikolojik olarak olumsuz etkileyebilmektedir. İç mekan süs bitkilerinin insanların doğa özlemini ve doğayla bağ kurduğu canlı varlıklar olmasından dolayı insan sağlığına ve performansına doğrudan etkilidir (Yazıcı, 2020).

İç mekan süs bitkileri üretim alanı Akdeniz Bölgesi, Ege Bölgesi ve Marmara Bölgesinde yoğunlaşmıştır. 2013-2015 yılları arasında iç mekân bitkileri üretim

alanında % 32,6'lık bir artış söz konusudur. Üretilen süs bitkisi miktarı %13 artmıştır. 2015 yılında iç mekân bitkilerinin toplam üretim alanı 1465 dekadır. Bu üretim alanın %80,4'ü yani 1179 dekarlık kısmı örtü altı üretimi, kalan %19,6'lık kısmı açık alan üretimi şeklindedir. Açık alan üretiminin çoğunluğu Akdeniz Bölgesinde bulunmaktadır (Kızıllan, 2016).

c) Dış Mekan Süs Bitkileri: Dış mekan süs bitkileri genellikle park ve bahçe düzenlemelerinde, yeşil alan, karayolu ve metropollerin ağaçlandırılmalarında, kırsal alanlarda ve rekreasyon sahalarında kullanılırlar. Aynı zamanda doğadaki birçok bitki dış mekân süs bitkisi olarak kullanılabilir (Ergun, 2005).

Dış mekan süs bitkileri büyüklükleri, formları, işlevleri ve bitkisel özelliklerine göre dış mekân süs bitkileri 5 grupta incelenirler. Bu sınıflandırma; geniş yapraklı ağaç, ağaççık ve çalılar, ibrelili ağaç ve ağaççıklar (Koniferler), yer örtücü, tek ve çok yıllık bitkiler, tırmanıcı ve sarılıcı bitkiler, mevsimlik çiçekler olarak yapılmaktadır.

Dış mekan süs bitkilerinin, bitkisel üretim sektörü içinde ekonomik anlamda bir alt sektör olarak ortaya çıkması, üretim, pazarlama, istihdam gibi kavramların bu sektörün bir parçası olmaya başlaması, kentleşme olgusunun ön plana çıkması ile birlikte 19. yüzyılın sonu ve 20. yüzyılın başlarına rastlamaktadır (Karagüzel, vd., 2010).

Dış mekân süs bitkileri sektöründe en fazla üretim Marmara Bölgesinde yapılmaktadır. Marmara Bölgesi toplam üretimin %56'sına yakını yaparken, bu bölgeyi izleyen Ege'nin üretim içindeki oranı %25 dolaylarındadır. Üçüncü sırada yer almakla birlikte, Akdeniz Bölgesinde yapılan üretim Marmara ve Ege Bölgelerine göre çok daha küçük boyutlardadır (URL, 2012).

Ülkemizde dış mekân süs bitkileri faaliyet alanında üretim alanları açısından değişim en yüksek orandadır (%196,6). Toplamda ise %123 oranında üretim alanları büyümüştür (Karagüzel, vd., 2010).

d) Soğanlı ve Yumrulu bitkiler (Geofitler): Toprak üstü aksamı olan yaprak, çiçek ve gövdesi ile yaşamsal faaliyetlerini tamamladıktan sonra canlılığını toprak altındaki soğan, yumru, korm veya rizom ile devam ettiren bitkilerdir. Çiçek soğanları; doğada kendiliğinden yayılış gösteren soğanlı süs bitkileri ve kültüre alınarak kullanılan soğanlı süs bitkilerini içermektedir. Çiçek soğanları ülkemizde genel olarak doğal çiçek soğanları olarak bilinmesine karşın dünyada çiçek soğanları adı altında

sınıflandırılmaktadır. Çiçek soğanları aynı zamanda doğal ve kültür çiçek soğanları olmak üzere 2 gruba ayrılmaktadır. Doğal çiçek soğanları, doğada bulunan bazı bitki türlerinin yumru, rizom, pençe ve soğanlarını ifade etmektedir. Kültür çiçek soğanları ise, herhangi bir ıslah yöntemiyle ıslah edilmiş ve doğal türlerinden farklılaştırılmış olan yumru, rizom, pençe ve soğanları ifade etmektedir (Kazaz, 2012).

Ülkemizde geofitler üzerine çalışma yürüten kamuya ait araştırma merkezi bulunmaktadır. Yalova'da Atatürk Bahçe Kültürleri Merkez Araştırma Enstitüsü arazisinde kurulan Geofit Araştırma Merkez'inde geofit koleksiyonları oluşturularak korunmaları ve üretilmeleri sağlanmakla birlikte çeşit geliştirme çalışmaları da yapılmaktadır. Ülkemiz ılıman iklim kuşağında dünyanın en zengin geofit koleksiyonuna sahiptir. Merkez'de bulunan koleksiyon bahçesinde sergilenen 1.000 tanesi yerli olmak üzere 1.200 geofit taksonu bulunmaktadır. Bunlardan yaklaşık 450 takson endemiktir (Aksu, 2020)

İstanbul'da İl Özel İdaresinin Orman ve Su İşleri Bakanlığı (mülga Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı) kullanımına tahsis ettiği arazi üzerinde 16 Nisan 2014 tarih ve 2014/6087 sayılı Bakanlar Kurulu kararı ile Bitkisel Biyoçeşitlilik ve Geofit Araştırma Merkezi Müdürlüğü kurularak faaliyete geçmiştir. Merkez; bitkisel biyoçeşitliliğin tanıtılması ve korunması, geofit türlerinin ıslah edilerek ekonomik değere sahip yeni çeşitlerin sektöre kazanılmasına yönelik çalışmalarını sürdürmektedir. Dünyada uluslararası ticarete konu olan tüm malların dış ticaret verilerinin karşılaştırılmasında kullanılan uluslararası gümrük ürün sınıflaması olan Armonize Sistem (HS) kullanılmaktadır (Aksu, 2020).

#### **1.4.2. Dünya'da Süs Bitkileri Sektörü**

İnsan uygarlığından en az 4000 yıl önce başladığı tahmin edilen süs bitkileri yetiştiriciliğinden ticari bir alt sektöre giden süreçte öncelikle 19. yüzyılın sonları, 20. yüzyılın başlarında ABD, İngiltere, Almanya, Fransa, Hollanda, Japonya gibi gelişmiş ülkelerin önemli kentlerinde (New York, Londra, Berlin, Paris, Amsterdam, Tokyo) ticari süs bitkileri yetiştiriciliği kesme çiçek ağırlıklı başlamıştır (Agyekum, 2010; Karagüzel, 2010). Daha sonra iç ve dış mekan süs bitkileri ile çiçek soğanları faaliyet alanlarına doğru genişleyerek hızlı bir büyüme göstermiştir. Süs bitkileri üretim, pazarlama, istihdam kavramları ile ekonomik açıdan ele alınması, süs bitkilerinin bitkisel üretim sektörü içinde bir alt sektör olarak anılmasına neden olmuştur. Bu alt sektörün unsurlarının endüstriyel ürünler gibi ele alınması ve araştırma geliştirme

çalışmaları, üretimde bir örneklik, süreklilik ve teknoloji kullanım düzeylerindeki gelişmeler, sektörün süs bitkileri endüstrisi olarak ele alınmasına neden olmuştur (Sönmez, 2012).

Tablo 1.1’de Dünya kesme çiçek ve saksılı bitki üretim alanları 2019 verilerine göre, toplam 749 milyon 200 bin hektarlık bir alanda üretim yapılmaktadır. Bu alanın büyük bir kısmında Asya/Pasifik kıtası üretimi tek başına üstlenmektedir ve toplam 580 milyon hektarlık üretim alanını kaplamaktadır. Süs bitkileri üretim alanlarının %77.42’si Asya/Pasifik bölgesindedir. En az üretim alanı %0.83’lük oranla Orta Doğu bölgesinde bulunmakla birlikte, Amerika, Afrika, Avrupa ve Orta Doğu’nun toplam alanı, dünya üretim alanlarının hektar bazında sadece %22.58’ini oluşturmaktadır.

Tablo 1.1. Dünya kesme çiçek ve saksılı bitki üretim alanları (2019)

Bölgeler	Üretim Alanı (Hektar)	%
Asya/Pasifik	580.000	77.42
Avrupa	60.000	8.01
Orta/Güney Amerika	55.000	7.34
Kuzey Amerika	30.000	4.00
Güney Afrika	18.000	2.40
Orta Doğu	6.200	0.83
Toplam	749.200	100.00

Kaynak: AIPH Statistical Yearbook 2019

Ürün grubuna göre dünya süs bitkileri ihracat değerleri tablo 1.2’de yorumlanmıştır. Tabloda çiçek soğanları, canlı bitkiler, kesme çiçekler, yosun ve ağaç dallarının 2018-2019 yılları arasındaki ihracat değerleri görülmektedir. 2018 ve 2019 yıllarında sırasıyla %45.04, %44.63 oranlarıyla en fazla canlı bitkiler ihracatı yapılırken %41.05,%41.51 oranlarıyla kesme çiçekler ihracatının çoğunlukta olduğu görülmektedir. Çiçek soğanları ve yosun ve ağaç dalları ihracat değerinin canlı bitkiler ve kesme çiçeklere göre daha düşük oranda olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1.2. Ürün grubuna göre dünya süs bitkileri ihracatı (değer: 1.000 USD)

Ürün Grupları	2018	%	2019	%
Canlı Bitkiler	10.140.691	45.04	10.114.667	44.63
Kesme Çiçekler	9.240.729	41.05	9.409.525	41.51
Çiçek Soğanları	1.803.389	8.01	1.785.735	7.88
Yosun ve Ağaç Dalları	1.328.677	5.90	1.355.617	5.98
Toplam	22.513.486	100.00	22.665.544	100.00

Kaynak: UN COMTRADE /ITC

Dünya süs bitkileri ihracatı yapan ülkeler tablo 1.3’te gösterilmektedir. Dünya üzerindeki en önemli ihracatçı ülkeler sırasıyla, Hollanda, Kolombiya, Almanya,

İtalya'dır. 2018 ve 2019 yılı ihracat oranlarına sırasıyla baktığımızda Hollanda %48.2, %48.54 gibi büyük bir oranla ihracatın neredeyse yarısını üstlenmektedir. Hollanda'yı takip eden ikinci ülke Kolombiya olup 2018 ve 2019 yıllarındaki ihracat oranları sırasıyla %6.52, %6.34 olarak tespit edilmiştir. Türkiye dünya ihracatçıları içinde 2018 yılı verilerine göre 99 milyon 296 bin ihracat değerine sahipken 2019 yılı verilerine göre 106 milyon 840 binle 23. sırada yer almaktadır ve %0.47'lik bir ihracat oranına sahiptir.

Tablo 1.3. Ülkelere göre dünya süs bitkileri ihracatı (değer: 1.000 USD)

İhracatçı Ülkeler	2018	%	2019	%
Hollanda	10.939.933	48.23	11.079.901	48.54
Kolombiya	1.477.877	6.52	1.445.828	6.34
Almanya	1.132.885	4.99	1.071.204	4.69
İtalya	1.045.340	4.61	1.029.833	4.51
Türkiye	99.296	0.44	106.840	0.47
Diğer Ülkeler	7.841.072	35.22	8.090.993	35.45
Toplam	22.684.048	100.00	22.821.599	100.00

Kaynak: UN COMTRADE /ITC

Dünya ürün grubuna göre süs bitkileri ithalatı tablo 1.4'te yorumlanmıştır. Tabloya göre 2018 yılında 20 milyar 783 milyon dolar ithalat gerçekleşirken 2019 yılında 19 milyar 976 milyon dolar ithalat gerçekleşmiştir. En fazla ithalat yapılan mal grubu 2019 yılında 8 milyar 558 milyon dolarlık ithalat hacmiyle canlı bitkilerdir. 2019 yılı verilerine göre canlı bitkiler ve kesme çiçekler %43'lük bir ithalat oranına sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1.4. Ürün grubuna göre dünya süs bitkileri ithalatı (değer: 1.000 USD)

Ürün Grupları	2018	%	2019	%
Canlı Bitkiler	8.692.659	42.0	8.558.083	43.0
Kesme Çiçekler	9.042.235	44.0	8.490.042	43.0
Çiçek Soğanları	1.761.709	8.0	1.684.376	8.0
Yosun ve Ağaç Dalları	1.286.771	6.0	1.243.536	6.0
Toplam	20.783.374	100.0	19.976.037	100.0

Kaynak: UN COMTRADE/ITC

Tablo 1.5'e göre, Dünya süs bitkileri ithalatçısı ülkeler içerisinde en önemli ülkeler Almanya, Hollanda, ABD, İngiltere ve Fransa'dır. Almanya değer bazında 2019 yılı verilerine göre 3 milyar 199 milyon dolarlık, Hollanda 2 milyar 684 milyon dolarlık, ABD ise 2 milyar 585 milyon dolarlık, İngiltere 1 milyar 507 milyon dolarlık ve Fransa 1 milyar 269 milyon dolarlık süs bitkileri ithalatı gerçekleştirmiştir. Bu

değerlere yüzdesel olarak bakıldığında Almanya %16, Hollanda %13, ABD %13, İngiltere %7 ve Fransa %6'lık ithalat oranına sahiptir.

Tablo 1.5. Ülkelere göre dünya süs bitkileri ithalatı (değer: 1.000 USD)

İthalatçı Ülkeler	2018	%	2019	%
Almanya	3.404.508	16.0	3.199.194	16.0
Hollanda	2.682.081	13.0	2.684.861	13.0
ABD	2.435.236	11.0	2.585.840	13.0
İngiltere	1.722.929	8.0	1.507.187	7.0
Fransa	1.306.589	6.0	1.269.929	6.0
Diğer Ülkeler	9.867.758	46.0	9.348.245	45.0
Toplam	21.419.101	100.0	20.595.256	100.0

Kaynak: UN COMTRADE/ITC

Tablo 1.6'daki Dünya kesme çiçekler ve saksılı bitkiler tüketimi 2018 yılı verilerine göre en önemli tüketim merkezleri Avrupa Birliği, Amerika ve Japonya'dır. süs bitkileri tüketiminin toplam tahmini Pazar değeri Avrupa Birliğinde 24.433 milyon €, ABD'de 28.535 milyon € ve Japonya'da 4.669 milyon €'dur.

Tablo 1.6. Dünya kesme çiçekler ve saksılı bitkiler tüketimi (2018)

Ülkeler	Kişi Başı Tüketim (€)	Toplam Tüketim (Milyon €)	Gayri Safi Milli Gelir (1.000 €)	Nüfus (Milyon)
Avusturya	78	665	60.0	8.7
Belçika	27	314	51.5	11.3
Danimarka	100	577	57.5	5.7
Fransa	38	2.513	46.9	67
Almanya	105	8.700	55.8	82.7
İtalya	41	2.500	42.5	60.4
İspanya	17	803	40.8	46.7
İsviçre	139	1.160	69.2	8.5
İngiltere	76	5.043	45.7	65.6
Japonya	38	4.669	45.0	127
ABD	87	28.535	63.4	327

Kaynak: AIPH Statistical Yearbook 2019

### 1.4.3. Türkiye'de Süs Bitkileri Sektörü

Türkiye'de süs bitkilerinin ticari üretimi 1940'lı yıllarda İstanbul, Adana, Yalova ve çevresinde başlamıştır. 1960'lı yıllarda bugün Atatürk Bahçe Kùltürleri Merkez Araştırma Enstitüsü adını alan araştırma enstitüsünde, süs bitkilerine yönelik az sayıda araştırma yapılmaya başlanmıştır. Sektör, 1975'li yıllarda lojistiğin kolaylaşmasıyla kışları daha ılıman geçen İzmir'e ve daha sonra 1985'li yıllarda Antalya'ya yayılarak gelişmiştir. O yıllarda Antalya'da 12 m açıklıklı cam seralarda karanfil üretimi ve ihracatına başlanmıştır. Ardından sektör giderek hızlanan bir ivme kazanmıştır. 2000'li yıllarda ise yazın üretim ve ihracatın kesintiye uğradığı dönemde

ihracatçılarımıza pazarda süreklilik sağlayan Isparta, sektörde Nisan-Kasım ayları yaz üretim merkezi olarak öne çıkmıştır (Karagüzel, vd., 2010; Kazaz, 2012).

Türkiye, süs bitkileri açısından oldukça zengin bir çeşitliliğe sahip olmakla beraber süs bitkileri yetiştiriciliğine uygun iklimsel ve coğrafi koşulları, pazar ülkelere yakınlığı ve ucuz işgücüne sahip olması gibi nedenlerle de önemli avantajlara sahiptir.

Türkiye’de süs bitkileri üretim alanları tablo 1.7’de gösterilmiştir. Tabloya göre 2018 yılında 52 bin 803 dekar alanda süs bitkisi üretimi yapılırken 2019 yılında toplam 52 bin 477 dekar alanda süs bitkileri üretimi yapılmaktadır. 2018 ve 2019 yılı verilerine göre %72’lik oranla en fazla üretim alanına sahip ürün dış mekan süs bitkileridir. Dış mekan süs bitkilerinden sonra en fazla üretim alanına sahip ürün 2018 yılında %23, 2019 yılında %24’lük paya sahip kesme çiçeklerdir. İç mekan (saksılı) süs bitkileri 2018 ve 2019 yılında %4, çiçek soğanları 2018 ve 2019 yılında %1’lik oranla dış mekan süs bitkileri ve kesme çiçeğe göre daha düşük paya sahiptir.

Tablo 1.7. Türkiye ürün gruplarına göre süs bitkileri üretim alanları(da)

Ürün Grupları	2018	%	2019	%
Dış Mekan Süs Bitkileri	36.307	72.0	37.699	72.0
Kesme Çiçekler	11.920	23.0	12.374	24.0
İç Mekan(Saksılı)Süs Bitkileri	2.081	4.0	1.992	4.0
Çiçek Soğanları	494	1.0	412	1.0
Toplam	51.803	100.0	52.477	100.0

Kaynak: TÜİK

Tablo 1.8’de Türkiye illere göre süs bitkileri üretim alanları verilmiştir. Tabloya bakıldığında 2018 yılı verilerine göre en fazla üretim alanının %31 oranla İzmir’de olduğu görülmektedir. İzmir’i takip eden illerin %21 Sakarya, %12 Antalya ve %7 Yalova olduğu görülmektedir. Samsun 635 dekar alanla %1’lik üretim alanına sahiptir.

Tablo 1.8. Türkiye illere göre süs bitkileri üretim alanları(da)

İl	2018	%
İzmir	16.251	31.0
Sakarya	10.806	21.0
Antalya	5.959	12.0
Yalova	3.559	7.0
Bursa	2.989	6.0
İstanbul	554	1.0
Samsun	635	1.0
Diğer	11.046	21.0
Toplam	51.802	100.0

Kaynak: TÜİK

Tablo 1.9’da ürün gruplarına göre süs bitkileri dış ticareti verilmiştir. 2017 yılı ithalatı 84.2 milyon dolar civarındadır. En fazla ithalat canlı bitkiler faslında gerçekleşmektedir. Bu fasılda saksılı iç mekân süs bitkileri, ağaçlar, fide ve fidanlar bulunmaktadır. Bu fasıldaki ithalat artışının en önemli sebeplerinden birisi büyüyen şehirlerdeki çevre ve peyzaj çalışmalarıdır. İthalatta üretim metaryalib (fide, fidan) dışında özellikle sektörün en büyük alıcısı konumunda olan belediyelerin tercih ettiği büyük ağaçlardır. Yurt içinde bu ağaçların yetiştirilmesi elbette mümkündür. Ancak tercih edilen bu ağaçların yetişmesi üretimde en az 10 yıl finans desteği istemektedir. Sektöre yönelik ciddi bir destek olmadığı düşünüldüğünde ve belediyelerin de görselliği ön planda tutarak daha küçük fidanlardan yana tercihlerini kullanmadıkları sürece, büyüyen ve gelişen şehirlerde ithal ağaçları görmek mümkün olacaktır. Yerel yönetimlerin çevre düzenlemelerinde kullanılacak bitkiler konusunda uzun dönemli planlamalar yaparak yayınlaması yerli üretimi teşvik edecektir. Sektöre uygun politika ve planlamalarla, her bölgeye uygun ve istenilen boyutlarda bitki yetiştirilebilecek böylece Avrupa üreticisine aktarılan milyonlarca dolar ülkemizde kalacaktır (Hekimoğlu ve Altındağır 2019).

Tablo 1.9. Ürün gruplarına göre süs bitkileri dış ticareti(değer: 1.000 USD)

Ürün Grubu	2016		2017		2018	
	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat	İhracat	İthalat
Çiçek Soğanları	1.708	9.093	1.293	6.846	1.744	5.477
Canlı Bitkiler	22.924	66.580	24.619	66.500	24.957	45.720
Kesme Çiçek	27.731	4.129	28.851	3.529	34.155	3.261
Bitkili yaprak dalları	7.102	735	7.221	713	7.820	969
Çiçek tohumları	2.915	6.109	2.697	6.694	2.562	5.514
Toplam	62.379	86.646	64.682	84.282	71.239	60.941

Kaynak: TÜİK

Ülkemiz, önemli avantajlarına rağmen dünya süs bitkileri ticaretinden gereği kadar pay alamamaktadır. Türkiye süs bitkileri ihracatı henüz istenilen seviyelerde değildir. Süs bitkileriyle ilgili farklı kurumlar arasında iyi işleyen bir koordinasyon sistemi ile ithalat ve ihracat aşamalarında bürokratik işlemlerin kolaylaştırılması ve hızlandırılması, analiz ücretlerinin makul seviyelere çekilmesi, ihtisas gümrüklerinin açılması, sektörün dâhilde işleme rejimi kapsamına alınması gibi teşvik ve tedbirler, sektörün ihracat rakamlarını hızla yukarı taşıyacaktır. 2023 yılında Türkiye’nin ihracat hedefine yaklaşması için sektörün kendi hesabına belirlediği hedef 500 milyon dolardır. Özellikle son iki yıldır ihracattaki artış memnun edici görünse de hedefe

ulaşmak için yıllık ortalama artışın %20'yi geçiyor olması gerekmektedir. Türkiye bulunduğu coğrafya da gelişen ekonomiler ve yeniden şekillenen komşu Ülkelere sahiptir (Hekimoğlu ve Altındağ 2019).

#### **1.4.4. Samsun İli Süs Bitkileri Sektörü**

Akdeniz, Ege ve Marmara Bölgelerinin yanında Karadeniz bölgesi de iklim özellikleri bakımından süs bitkileri üretimi için uygun ekolojiye sahip bir bölgedir. Karadeniz Bölgesinde sahil kuşağı çok sıcak ve çok soğuk olmayan nemli ılıman iklime sahiptir. Kış aylarında donlu gün sayısı çok düşüktür. Karadeniz'in iç kesimlerindeki geçit bölgelerinde düşük yağış ve Karadeniz'in etkisinde olan serin dağ (yayla) iklimi görülmektedir. Yalova ve civarı bölgeyle iklim benzerlikleri göstermektedir. Dolayısıyla, bu bölgelerde pek çok süs bitkisi yetiştirilebilir. Süs bitkilerinin parçalanmış arazileri en iyi değerlendiren, az yatırımla aile bireylerine iş imkanı yaratan özellikleri, Karadeniz Bölgesi için çok uygun özelliklerdir. İklim olarak da süs bitkilerinin pek çoğu, serin, ılık, nemli, yağışlı koşullarda yetişen bitkilerdir. Bu iklim koşulları da Karadeniz Bölgesinde mevcuttur. Bununla birlikte sulama, iş gücü, ulaşım ve pazar durumları da önemlidir. Bu faktörlerin bulunduğu bölgelerde; kesme çiçekler (karanfil, gül, kasımpatı, frezya, glayöl vb.) yetiştirilebilir. Salon çiçeklerinden pek çoğu ve dış mekan park-bahçe bitkilerinin çoğu bölgemizde yetişebilir. Ayrıca ihraç edilen doğal çiçek soğanlarının üretimi de, Karadeniz bölgesi için uygundur (Hekimoğlu ve Altındağ, 2019).

Karadeniz bölgesinde süs bitkileri üretiminin en fazla yapıldığı il Samsun'dur. Samsun ilinin iklim özellikleri ve topografik yapısı kesme çiçek yetiştiriciliği için uygundur. Samsun ili, iyi bir alternatif ürün olan kesme çiçekçilik üretimini arttırmayı tasarlayan, kaliteli çiçek üreten ve ürünün kalitesi ve sürekliliğinin önemini bilen bilinçli üreticileri bünyesinde barındırmaktadır. Karadeniz Bölgesinde kesme çiçek üretimi iç pazar için ve dış pazara yönelik olarak yapılabilir. Samsun'da son dönem itibariyle örtü altı kesme çiçek üretiminde iç pazarda doygunluk olduğu söylenebilir. Bölgede kaliteli ve sürekli ürün elde edilmesinde sıkıntılar yaşanmaktadır. Bu tüketimi fazla olan bir pazar olmamasına bağlanabilir. Bu etken, son dönemde üretim alanlarındaki artışla beraber değerlendirilmelidir. Her şeye rağmen bölgede kaliteli çiçek üretimi ve ürün programlarının gerçekleştirilmesi ilimiz süs bitkileri sektörünün geleceği için çok önemlidir (Hekimoğlu ve Altındağ, 2019).

Samsun ili süs bitkileri ekiliş ve üretimi tablo 1.10'da gösterilmiştir. Tabloda Samsun ilinde en fazla ekim alanına sahip kesme çiçek olarak 18.350 m<sup>2</sup> ile gül, 593.670 m<sup>2</sup> ile dış mekan süs bitkileridir. Samsun ilinde süs bitkileri sektörü zengin bir çeşide sahiptir. Ekilen alan ile üretim miktarına bakıldığında m<sup>2</sup>'ye yaklaşık 100 adet kesme çiçek üretimi gerçekleşmektedir. Samsun ili üretim bakımından en az yetiştirdiği süs bitkisi iç mekan süs bitkisidir.

Tablo 1.10. Samsun ili süs bitkileri ekiliş ve üretimi (2018)

Ürün Adı	Ekilen Alan (m <sup>2</sup> )	Üretim Miktarı (Adet)
Karanfil, Kesme	1.250	125.000
Glayöl, Kesme	3.000	30.000
Gerbera, Kesme	1.480	247.000
Gypsohilla, Kesme	1.250	4.450
Kasımpatı, Kesme	5.400	254.000
Lilyum, Kesme	4.300	43.000
Gül, Kesme	18.350	362.250
Şebboy, Kesme	2.000	12.000
Statice, Kesme	2.000	8.000
Altınbaşak, Kesme	1.000	50.000
Diğer Kesme Çiçekler ve Çiçek Koncalar	1.000	50.000
İç Mekan Süs Bitkileri	320	3.000
Dış Mekan Süs Bitkileri	593.670	3.754.531

Kaynak: TÜİK

Samsun Ondokuzmayıs ilçesine ait süs bitkileri sektör raporu tablo 1.11'de gösterilmiştir. Tabloya göre Ondokuzmayıs ilçesinde sadece kesme çiçek yetiştiriciliği yapılmaktadır. En çok ekilen alan 10.750 m<sup>2</sup> ile gül, en az ekilen alan 0.250 m<sup>2</sup> ile Gypsohilla kesme çiçeğidir. En fazla erim alınan kesme çiçek türü Gerbera'dır.

Tablo 1.11. Samsun Ondokuzmayıs ilçesine ait süs bitkileri sektörü (2018)

Ürün Adı	Ekilen Alan(m <sup>2</sup> )	Üretim Miktarı(Adet)
Karanfil, Kesme	1.250	125.000
Glayöl, Kesme	3.000	30.000
Gerbera, Kesme	1.230	246.000
Gypsohilla, Kesme	250	3.750
Kasımpatı, Kesme	1.900	114.000
Gül, Kesme	10.750	268.750
Altınbaşak, Kesme	1.000	50.000
Diğer Kesme Çiçekler Koncalar	1.000	50.000

Kaynak: TÜİK

Samsun Atakum ilçesine ait süs bitkileri sektör raporu tablo 1.12'de gösterilmiştir. Tabloya göre Atakum ilçesinde iç mekan süs bitkileri ve dış mekan süs

bitkileri yetiştiriciliği yapılmaktadır. 14.680 m<sup>2</sup> alanda 4.301 adet üretim dış mekan süs bitkilerinde yapılırken, 0.320 m<sup>2</sup> alanda 3.000 adet üretim iç mekan süs bitkilerinde yapılmaktadır.

Tablo 1.12. Samsun Atakum ilçesine ait süs bitkileri sektörü (2018)

Ürün Adı	Ekilen Alan(m <sup>2</sup> )	Üretim Miktarı(Adet)
İç Mekan Süs Bitkileri	320	3.000
Dış Mekan Süs Bitkileri	4.301	14.680

Kaynak: TÜİK

Samsun Bafra ilçesine ait sektör raporu tablo 1.13'te gösterilmiştir. Tabloya göre kesme çiçek yetiştiriciliği ile dış mekan süs bitkisi yetiştiriciliği yapılmaktadır. 37.000 m<sup>2</sup> ile en fazla ekilen alan ve 2.940.500 adet ile en fazla üretim yapılan süs bitkisi dış mekan süs bitkisidir. Kesme çiçek olarak en fazla 3.500 m<sup>2</sup> alan ve 140.000 adet üretimle Kasımpatı üretimi yapılmaktadır.

Tablo 1.13. Samsun Bafra ilçesine ait süs bitkileri sektörü (2018)

Ürün Adı	Ekilen Alan(m <sup>2</sup> )	Üretim Miktarı(Adet)
Gerbera, Kesme	250	1.000
Gypsophilla, Kesme	1.000	700
Kasımpatı, Kesme	3.500	140.000
Gül, Kesme	5.000	12.500
Şebboy, Kesme	2.000	8.000
Dış Mekan Süs Bitkileri	37.000	2.940.500

Kaynak: TÜİK

Samsun Canik ilçesine ait süs bitkileri sektörü tablo 1.14'te gösterilmiştir. Tabloya göre Canik ilçesinde sadece lilyum kesme çiçek yetiştiriciliği yapılmaktadır ve 4.300 m<sup>2</sup> alanda 43.000 adet üretim yapılmaktadır.

Tablo 1.14. Samsun Canik ilçesine ait süs bitkileri sektörü (2018)

Ürün Adı	Ekilen Alan(m <sup>2</sup> )	Üretim Miktarı(Adet)
Lilyum, Kesme	4.300	43.000

Kaynak: TÜİK

Samsun Tekkeköy ilçesine ait süs bitkileri sektörü tablo 1.15'te gösterilmiştir. Tabloya göre Tekkeköy ilçesinde sadece dış mekan süs bitkileri yetiştiriciliği yapılmaktadır ve 6.990 m<sup>2</sup> alanda 7.230 adet üretim yapılmaktadır.

Tablo 1.15. Samsun Tekkeköy ilçesine ait süs bitkileri sektörü (2018)

Ürün Adı	Ekilen Alan(m <sup>2</sup> )	Üretim Miktarı(Adet)
Dış Mekan Süs Bitkileri	6.990	7.230

Kaynak: TÜİK

Samsun Terme ilçesine ait süs bitkileri sektörü tablo 1.16’da gösterilmiştir. Tabloya göre Terme ilçesinde sadece gül kesme çiçek yetiştiriciliği 1.600 m<sup>2</sup> alanda 56.000 adet üretim yapılmaktadır.

Tablo 1.16. Samsun Terme ilçesine ait süs bitkileri sektörü (2018)

Ürün Adı	Ekilen Alan(m <sup>2</sup> )	Üretim Miktarı(Adet)
Gül, Kesme	1.600	56.000

Kaynak: TÜİK

Samsun Çarşamba ilçesine ait süs bitkileri sektörü tablo 1.17’de gösterilmiştir. Tabloya göre Çarşamba ilçesinde Gül kesme çiçek yetiştiriciliği ve dış mekan süs bitkisi yetiştiriciliği yapılmaktadır. 535.000 m<sup>2</sup> alanda 802.500 adet üretim dış mekan süs bitkilerinde yapılırken, 1.600 m<sup>2</sup> alanda 56.000 adet üretim gül kesme çiçek yetiştiriciliğinde yapılmaktadır.

Tablo 1.17. Samsun Çarşamba ilçesine ait süs bitkileri sektörü (2018)

Ürün Adı	Ekilen Alan(m <sup>2</sup> )	Üretim Miktarı(Adet)
Gül, Kesme	1.600	56.000
Dış Mekan Süs Bitkileri	535.000	802.500

Kaynak: TÜİK

## 2. KAYNAK ÖZETLERİ

Mevcut süs bitkileri sektörü durumu dikkate alındığında, yetiştiricilik ve pazarlama sırasında oluşan sorunlar ile sorunları çözmeye yönelik yapılan öneriler sürekli olarak tartışılan konular olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde süs bitkileri sektörü Dünya genelinde gelişime açıkken, bu durum Türkiye’de süs bitkileri sektör potansiyelinin yeterince kullanılmadığı gözükmektedir. Geçmişten günümüze süre gelen süs bitkileri sektöründe oluşan sorunlara yönelik birçok çalışma yapılmış ve sorunlara karşı çözüm önerileri üretilmeye çalışılmıştır (Aksu, 2020).

Aydoseli (2001), Yalova ve çevresinde süs bitkileri yetiştiriciliğinin genel yapısını ortaya koymak ve üretime ilişkin sorunları ve çözüm olanaklarını tespit etmek amacıyla yapılan çalışmada, iyi bir eğitim ve bilinçli çalışma ile ortaya çıkan sorunların çözümlenmesi sonucuna varılmıştır.

Başaran (2001), Güneydoğu Marmara Bölgesi’nde yer alan süs bitkileri fidan işletmeleri ve geliştirme olanakları üzerine yapılan incelemede, Bursa, Balıkesir, Bilecik, Yalova, Sakarya ve Kocaeli illerini kapsayan Güneydoğu Marmara Bölgesi’nde süs bitkileri üreten işletmelerin sayısı giderek artmakta ve üretim çeşitlenmektedir. Bursa’da 7, Balıkesir’de 12, Yalova’da 14, Sakarya’da 9 ve Kocaeli’nde 21 olmak üzere 134 işletmede süs bitkisi üretimi yapıldığı sonucuna varılmıştır.

Tokgöz (2004), Çukurova bölgesi, Adana ve Mersin illerinde süs bitkileri sektörünün bugünkü durumu ve gelişme olanaklarının araştırılması üzerine tez çalışması yapılmıştır. Çukurova bölgesi konum ve iklim özellikleri açısından ele alındığında, bölgenin ülke genelinde özel bir öneme sahip olduğu ve dolayısı ile süs bitkileri yetiştiriciliğinin ve üretilen ürünlerin kalitesinin günden güne yükseldiği gözlenmektedir.

Onay (2008), Türkiye’de süs bitkileri sektörünün üretim ve yapısal sorunlarını analiz ederek bunlara yapıcı ve sürdürülebilir çözümler üretmek amacıyla yapılmıştır. Sektörün bütününe ifade etmek açısından çalışmanın coğrafi konum, iklim, ulaşılabilirlik, alan kullanımı ve pazarlama gibi özellikleri sayesinde sektörün yoğun olarak gelişim gösterdiği Yalova ve Sakarya illeri üzerinde çalışma yürütülmüştür. Tez sonucunda kamuda ve eğitim alanında süs bitkisi sektörünün kendine yer edinmesi ve uzun vadeli stratejilerin geliştirilmesi, bu stratejilere göre AR-GE çalışmalarının

yapılması, sektörün ekonomik ve sosyal hayata katkısının sağlanması için işletmelerin geliştirilmesi ve bu sektöründe diğer tarımsal sektörler gibi önemsenmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Temel (2012), Yalova'da faaliyet gösteren süs bitkileri ileri işletmelerinin yapısını belirlemek, üretim olanakları, sorunları üzerinde çalışmak ve bir takım çözüm önerileri ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Organize Süs Bitkileri Bölgesinin kurulması ve Ticaret Borsasının açılmasıyla birçok yapısal ve kronik problemini çözen, verimliliği artan, iç ve dış pazarlarda etkin olan, piyasa oluşturan, rekabetçi bir sektör kuruluşları haline geleceği düşünülmektedir.

Eroğlu (2016), Yalova ilinde dış mekan süs bitkilerinin mevcut durumu, sorunları ve çözüm önerilerini ortaya koymak amacıyla tez çalışması yapılmıştır. İşletmecilerin yalnızca %7.0'ı Tarım İl Müdürlüklerinden faydalanmaktadır. Karşılaştıkları sorunlar içerisinde; işletmecilerin %58.1'i bakım, %37'si iş gücü yetersizliği sorunu ile karşılaşmaktadır. İşletmecilerin en çok tercih ettiği bitki türü % 79.1 oranı ile taftandır. Yalova ilinde bulunan, Organize Süs Bitkileri Bölgesi'nin varlığı sektöre önemli bir katkı sağlamaktadır. Ancak firmaların plansız üretim yapması, geleneksel yöntemlerle dış mekan süs bitkileri üretmesi, standart çeşitlerin dışına çıkamaması, işletmelerde danışmanların bulunmayışı, Yalova dış mekan süs bitkisi sektörünün gelişimini engelleyici unsurlar olarak ortaya çıkmıştır.

Kızılkın (2016), Türkiye'de süs bitkileri üretimi ve pazarlama sektörünün mevcut durumunu ve gelişimini ortaya koymak, sorunlarını belirlemek ve çözüm önerileri geliştirmek amacıyla tez çalışması ortaya konmuştur. Ortaya konulan çalışmada; sektörün özellikle son on yılda büyüme gösterdiği, üretimin olmadığı sahalarda kalifiye eleman ve yeniliğe açık üreticiler olduğu takdirde üretimin sağlanabileceği ve Türkiye'nin coğrafi konumu ve mevcut doğal bitki örtüsü çeşitliliği ile sahip olduğumuz tüm değerlerin süs bitkileri sektöründe yeterince değerlendirilemediği görülmüştür. Ancak olumlu stratejiler, uygulanabilir plan ve doğru uygulamalarla sektörün gelecekte arzu edilen değerlere yaklaşacağı ön görülmektedir.

Aksu (2020), Mersin ilindeki süs bitkileri sektörünün mevcut durumunu ortaya koymak ve sorunlarına çözüm bulmak amacıyla tez çalışması yapılmıştır. Yapılan araştırmada, üreticilerin yeterli teknik bilgiye, kalifiye eleman dediğimiz yetişmiş

personeler ve üretici birliklerle yeteri kadar iletişim kuramadıklarından yeteri örgütlenmeye sahip olamadıkları; daha çok kendi bildikleri yöntemlerle yetiştiricilik yaptıkları, tarımsal yeniliğe açık olarak gözükmelerine rağmen yeteri kadar risk alamadıklarından yeniliğe kapalı oldukları tespit edilmiştir.

Bulut, vd. (2007), “Erzurum Kentinin Kesme Çiçek Tüketim Potansiyelinin Belirlenmesi ve Çözüm Önerileri” adlı çalışmalarında, kentin kesme çiçek tüketim potansiyeli ve çiçekçilerin yaşadıkları sorunları belirlemişlerdir. Çalışmaya göre en fazla tercih edilen kesme çiçek türünün karanfil olduğu tespit edilmiş ve çiçeklerin nakliye alım, satım ve koruma aşamasında karşılaştıkları en önemli problemin olumsuz iklim koşulları olduğunu belirtmişlerdir.

Titiz, vd. (2000), süs bitkilerini iç mekan, dış mekan, kesme çiçek ve doğal çiçek soğanları olmak üzere 4 grup altında incelemiş ve bu gruplardaki ortak sorunları; yetişmiş eleman gücünün ve spesifik eğitim kurumlarının yetersizliği, pazar sisteminin yapısal bozukluğu ve mevcut mezat sisteminin ihtiyacı karşılayacak bir organizasyona sahip olmaması, kesme çiçek dış pazarında ise tek ürün (sprey karanfil) ve tek ülke pazarına (İngiltere) yönelmesi şeklinde özetlemişlerdir.

Gülçür (2015), Dünyada, AB’de ve Türkiye’de süs bitkileri sektöründeki gelişmeleri ortaya koymak ve süs bitkileri sektöründeki uluslararası fuarları incelemek amacıyla yapılmıştır. Dünyada Avrupa ülkeleri başta olmak üzere, 100’den fazla ülkede yaklaşık 1.6 milyon ha alanda süs bitkileri üretimi yapılmaktadır.

Sayın ve Sayın (2004), Türkiye süs bitkileri üretim ve pazarlama yapısının Avrupa birliğine uyum açısından değerlendirmiş ve iç pazara yönelik üretim yapan aile işletmelerinin, üretim ve kalite standardı yönünden yetersiz ve mevcut örgütlenme 4 yapısının, üyelerine muhafaza, nakliye ve pazarlama konularında lojistik destek verecek altyapıya sahip olmadığını söylemişlerdir. İhracata yönelik üretim yapan işletmeler ise altyapı yönünden daha gelişmiş olduğunu belirtmişlerdir. Ayrıca Türkiye’nin, sahip olduğu ekolojik üstünlükleri kullanarak, AB kapsamındaki büyük tedarikçi üye ülkelere ve yakınlık avantajını kullanabileceği yeni üye ülkelere yapacağı ihracatla yüksek gelir elde etme şansına sahip olduğunu vurgulamışlardır.

Çiçekdemir (2010), Türkiye’deki süs bitkileri pazar payının araştırılması konulu çalışmada Bursa ilinde yapılmıştır. Çalışmada ülkemizin süs bitkileri üretim ve ticareti araştırılmış, Bursa ili ve ilçelerinin süs bitkileri alanındaki gelişimleri istatistikî veriler

doğrultusunda tespit edilmiştir. Dünya ticaretinde süs bitkileri üretimi alanında ülkemizin daha büyük bir paya ulaşabilmesi için yapılması gerekenler belirlenmiştir.

Cebeci (2010), Samsun ilinde süs bitkileri yetiştiriciliği yapan işletmelerin üretim etkinliğini ölçmek ve işletmelerin kârlılık durumu ile pazarlama yapısını ortaya koymak amacıyla yapılmıştır. Süs bitkileri yetiştiriciliğinin teknik yönüne ağırlık veren yayım çalışmaları ile çiftçi eğitim programlarının düzenlenmesi ve incelenen işletmelerin piyasa koşullarını daha yakından takip etmeleri süs bitkileri işletmelerinin etkinliğini artırabileceği sonucu ortaya çıkmıştır.

Demir (1999), Türkiye florasında bulunan bazı önemli soğanlı süs bitkilerinde çoğaltım yöntemleri üzerine araştırmalar yapılmış ve Bursa ve Uludağ-Sarıalan yöresinin *Anemone blanda* Schott et Kotschy ve *Eranthis hyemalis* (L.) Salisb.'in kültüre alınması için uygun olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır.

Adak (2000), günümüze kadar süs bitkileri konusunda büyüme düzenleyici maddelerle yapılan çalışmaları bir araya getirmek ve büyüme düzenleyici maddelerden Indole Butyric Asit (IBA) ile Humik Asit'in *Pittosporum tobira* ve *Pittosporum tobira* nana bitkisi yarı odunsu sürgün ucu çeliklerinin köklenmedeki etkilerini ortaya koymak amaçlanmıştır.

Şimşek (2015), Süs bitkisi fidanı üretiminde aerofog (aeroponik) sistemi ile diğer klasik köklendirme ortamlarının karşılaştırılması adlı tez çalışmasında süs bitkisi üretim tekniği kapsamında önem kazanan aeroponik sisteminin diğer köklendirme ortamları ile karşılaştırılması ve uygulanabilirliğinin test edilmesidir.

Bayraktar (2017), Bazı süs bitkisi türlerinin çelik ile köklendirilmesinde farklı ortam ve hormon etkilerinin araştırılması amacıyla yapılan tez çalışmasında bazı süs bitkisi türlerinin çelikle köklendirilmesinde sera ortamı, köklendirme ortamı ve hormonların etkilerini belirlemek amacıyla yürütülmüştür.

Keskin (2020), çalışmada Türkiye'nin süs bitkileri üretiminde ikinci sırada yer alan Sakarya İlinin Arifiye, Sapanca ve Serdivan İlçelerinde dış mekân süs bitkilerinde Coccoidea üst familyasına ait türlerin ve doğal düşmanlarının tespiti amaçlanmıştır. Örneklemelerde farklı dış mekân süs bitkilerinde bulunan Coccoidea üst familyasına bağlı türler dikkatlice incelenmiş ve üzerinde bulunduğu yaprak, dal, gövde kesiti ile birlikte alınarak teşhis amacıyla laboratuvara getirilmiştir.

Yavuz (2001), Eskişehir ili park ve bahçe süs bitkilerinin incelendiği çalışmada, 34 familyaya ait 63 cins dahil toplam 82 taksonun bulunduğu park ve bahçe süs bitkisi olarak yetiştirdikleri görülmüştür.

Nuhoğlu (2005), Arıtma çamuru ve kentsel katı atık kompostunun süs bitkileri yetiştiriciliğinde kullanılması amacıyla yapılan tez çalışmasında, atıkların geri dönüşüm olarak kullanılabilirliği olduğundan, limoni servi için arıtma çamuru, ligustrum için tavuk gübresinin kullanılabilir en uygun yetiştirme ortamı bileşeni olduğu saptanmıştır. Genel kullanım için denenen bütün organik atıklar yetiştirme ortamı karışımlarında toprak ve torf yerine kullanılabilir.

Nafaji (2014), Fındık dış kabuğu atığının süs bitkisi yetiştirme ortamında kullanılması amacıyla yapılan tez çalışmasında fındık dış kabuğu atığının süs bitkisi yetiştirme ortamında kullanım olanağı belirlenmiştir. Torf ve fındık dış kabuğu atığından (FDA) beş farklı ortam hazırlanmıştır. Ortamların etkileri Primula (Primula obconica) bitkisinin sera koşullarında yetiştirilmesiyle test edilmiştir.

Dede (2009), Fındık zürufu ve arıtma çamuru karışımından süs bitkisi yetiştirme ortamı geliştirilmesi amacıyla yapılan çalışmada fındık zürufu süs bitkileri için yetiştirme ortamı olarak kullanılabilirliğini saptamak amacıyla temel fiziksel, fizikokimyasal ve kimyasal özellikleri tespit edilmiştir.

Öztekin (2018), Organik atıkların süs bitkisi yetiştirme ortamı olarak kullanılabilirliğinin incelenmesi üzerine çalışma yapılmıştır. Bu çalışmayla amaçlanan Türkiye'de tarımsal etkinlikler sürecinde meydana gelen ve substrat olması mümkün olan organik atıkların mikro ölçekli yapısını, fiziksel ve hidro-fiziksel karakterizasyonunu saptamaktır.

Ergun, vd. (2003), tarafından yapılan çalışmada, işgücü kullanımının yoğun olduğu süs bitkileri sektörünün farklı alt dallarında farklı sorunlar olduğu tespit edilmiştir. Genel olarak işletmecilerin eğitim düzeyinin yüksek (9,5 yıl), örgütlenme durumunun fazla (öne çıkan illerden Yalova'da %85,7, Antalya'da %81,0 ve İzmir'de %71,4) olduğu ve işletmelerin ihtisaslaşmış olduğu tespit edilmiştir. Özellikle Yalova, Bursa ve Antalya üçte birinin aile işgücünden karşılandığı belirtilmiştir.

Özkan (2009), Sakarya yöresinde damla sulama yöntemi uygulanan ve süs bitkileri yetiştiriciliği yapılan 10 adet işletmede, sulama sistemleri incelenmiş, mevcut sulama durumu ortaya konmuş, mevcut koşullar göz önüne alınarak damla sulama

sistem unsurları yeniden boyutlandırılmış ve sonuçlar mevcut sulama uygulamalarıyla karşılaştırılmıştır. Araştırma sonucunda bitkinin tükettiği su miktarı, uygulanacak sulama suyu miktarı, sulama süresi, sulama zamanı gibi ön projelendirme faktörlerinin doğru olarak elde edilmesinin, sistemin başarısı için kaçınılmaz olduğu belirlenmiştir.

Işık (2015), Kocaeli ili İzmit ilçesi park ve bahçelerindeki bazı süs bitkilerinin beslenme durumlarının bitki analizleriyle belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmada, bitkiler için belirlenen kritik konsantrasyon değerleriyle karşılaştırıp besin elementlerinin noksanlık, yeterlilik ve toksisitesi belirlenmiştir.

Kıvraklar (2017), dış mekan süs bitkilerinin üretim maliyetlerinin detaylı şekilde tespitine yönelik bir yaklaşım sunmak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada Sakarya ilinde faaliyet gösteren dış mekan süs bitkisi üreticisi bir firmanın ilk üç yıl için fiili, izleyen yıllar için tahmini verileri kullanılarak detaylı bir maliyetleme çalışması yapılmıştır. Çalışma kapsamında öncelikle fidanlıkta gerçekleştirilmekte olan faaliyetler tespit edilmiştir. Sonrasında her faaliyetin maliyeti tespit edilmiş ve faaliyet maliyetlerinin bitkilere faaliyetlerden yararlanma oranları dikkate alınarak dağıtımı yapılmıştır. Böylece bitkinin direkt maliyetleri ve faaliyetlerden aldıkları paylar hesaplanarak her bitkinin maliyetinin ayrıca tespitine yönelik kapsamlı bir yol haritası sunulmuştur.

Demir (1999), Balıkesir ilindeki park ve bahçelerde bulunan süs bitkilerinin tespit edilmesi amacıyla yapılan tez çalışmasında, mevcut bütün süs bitkilerinin morfolojik özellikleri tamamlanmış ve bu bitkiler hakkında detaylı bilgi edinmek isteyenler için bir başvuru kaynağı oluşturulmaya çalışılmıştır.

Cebeci (2019), Bursa ili Kestel ilçesine ait süs bitkilerinin incelenmesi amacıyla tez çalışması yapılmıştır. Yapılan çalışmadan elde edilen verilere göre küçük ve parçalı arazilerde bütünleştirme, özel sektör işletmelerinin ve kamunun peyzaj uygulamalarında yerli fidan tercih etmeleri ve süs bitkisi satışında KDV oranının düşürülmesi Kestel ilçesi süs bitkisi sektörünün gelişmesini hızlandıracağı sonucu elde edilmiştir.

Boyacı (2001), Topkapı Sarayı Külliyesi ve bahçesinde bulunan süs bitkilerinin sistematik kompozisyonunu belirlemek amacıyla yapılan tez çalışmasında, Topkapı Sarayı'nda süs bitkilerinin bulunduğu yerlerin genel işlevsel özellikleri ve biçimlenmesine ait bilgiler çalışmaya eklenmiştir. Böyle bir çalışmayla değil

Türkiye'nin bütün dünyanın sahip olmaktan zevk duyduğu Topkapı Sarayının süs bitkileri belirlenmiş olup, tarihi kültür varlıklarının çok fazla bilinmeyen yönleri ortaya konmuştur.

Hoşer (2014), İzmit'teki park ve bahçelerde bulunan süs bitkilerini ve bunların yayılış alanlarını belirlemek amacı ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma sırasında tespit edilen bütün süs bitkilerinin morfolojik ve ekolojik özellikleri, dona dayanıklılığı, çoğaltılması, hastalık ve zararlıları, peyzajda kullanımı tanımlanmış ve bu bitkiler hakkında detaylı bilgi edinmek isteyenler için bir başvuru kaynağı oluşturulmaya çalışılmıştır.

Ünlü (2014), Şanlıurfa kent dokusuna uygun karasal iklim koşullarına dayanıklı çok yıllık süs bitkilerinin belirlenmesi üzerine yapılan tez çalışmasında, Şanlıurfa Kent'inde kullanılan ve kullanılması uygun olan çok yıllık süs bitkilerinin belirlenmesi ve halkın bilinçlendirilmesi açısından büyük bir öneme sahip olacaktır. Bu çalışmada kentsel yeşil alanların en küçük birimleri(villa ve apartman tipi toplu konut alanları) ve en büyük olanları (parklar ve refüjler) incelenmiştir. Bu alanların günümüzdeki durumları, bitkisel durumları ve buralarda kullanılabilecek en uygun bitki türleri belirlenmiştir.

Yıldızoğulları (2020), Şanlıurfa iline ait süs bitkisi potansiyelinin belirlenmesi amacı üzerine tez çalışması yapılmıştır. Yapılan çalışmada ortalama olarak yıllık 125 TL harcadığı, öğretmenler günü gibi özel günlerde daha çok satın alma gerçekleştirdiği ve iç mekân bitkilerinin daha çok tercih edildiği tespit edilmiştir. Tüketicilerin geliri arttığında süs bitkisi alma oranının da arttığı tespit edilmiş olup kooperatif eksiliğinden dolayı pazar oluşturma, markalaşma veya fiyat belirlemede problemler yaşandığı anlaşılmıştır. Araçlar ile yapılan ankette ise Şanlıurfa'daki mevcut üretimin tüketimi karşılamadığı, arz eksikliğinin dışardan karşılandığı sonucu ortaya çıkmıştır.

Kaymaz (2021), 2011 Van depremi sonrası kent parklarının süs bitkileri bakımından değerlendirilmesi amacıyla yapılan çalışmada, insanların doğal yaşam alanlarına ulaşma çabası; şehre uzaklık, vakit bulamamak, iklim ve yer şekillerinin elverişli olmaması ve maddi zorluklar nedeniyle imkansız duruma düşmektedir. Böyle bir sonuç kent parklarının önemini ve var olmasını ortaya koymaktadır.

### **3. MATERYAL VE YÖNTEM**

#### **3.1. Materyal**

Araştırmanın ana materyalini, Samsun ili süs bitkisi yetiştiriciliği ve pazarlaması yapan işletmelerle tam sayım yapılarak seçilen işletmelerle yüz yüze görüşme yöntemiyle yapılan anketlerden elde edilecek veriler oluşturmuştur.

Konu ile ilgili ikincil veriler Samsun İl Tarım ve Orman Müdürlüğü ve İl Tarım Müdürlüğü'nün yayınladığı süs bitkileri sektör raporu verileri, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerinden elde edilmiştir. Ayrıca konu ile ilgili ulusal ve uluslararası araştırma bulgularından üretilmiş olan her tür (tez, kitap, rapor, inceleme, derleme) yayınlardan yararlanılmıştır. Araştırmanın anketleri 2020 yılının sonbahar aylarında gerçekleştirilmiş olup, 2020- 2021 üretim ve pazarlama dönemini kapsamıştır.

#### **3.2. Araştırma Alanı Hakkında Genel Bilgiler**

Süs bitkileri yetiştiriciliğinin ve pazarlamasının yapıldığı Samsun ilinin, Çarşamba, Bafra, 19 Mayıs, Merkez İlkadım ve Tekkeköy ilçeleri araştırma alanını oluşturmaktadır. Bu bölümde inceleme alanının genel özellikleri ortaya konulmaya çalışılmıştır.

##### **3.2.1. Coğrafi Konum**

Karadeniz sahil şeridinin orta bölümünde Yeşilırmak ve Kızılırmak nehirlerinin Karadeniz'e döküldükleri deltalar arasında yer alan Samsun ili, 9,083 km<sup>2</sup>'lik bir yüz ölçüme sahiptir. Coğrafi konum olarak 40° 50' - 41° 51' kuzey enlemleri, 37° 08' ve 34° 25' doğu boylamları arasındadır. Kuzeyinde Karadeniz, doğusunda Ordu, batısında Sinop, güneyinde Tokat ve Amasya, Güney batısında ise Çorum illeri bulunmaktadır (Anonim, 2008).

Samsun ili, güneyindeki dağlık kesim, dağlık ve kıyı şeridi arasında kalan yaylalar ve yaylalarla Karadeniz arasındaki kıyı ovaları olmak üzere, yeryüzü şekilleri bakımından üç ayrı özellik göstermektedir. Kızılırmak ve Yeşilırmak akarsularının delta alanlarında oluşmuş kıyılarında, Türkiye'nin tarımsal potansiyeli en yüksek ovalarından Bafra ve Çarşamba ovaları yer almaktadır (Anonim, 2008). Samsun ilinin coğrafi konumunu gösteren harita şekil 3.1'de verilmiştir.



Şekil 3.1. Samsun ilinin konumu

### 3.2.2. İklim

Ilıman bir iklime sahip olan Samsun ilinin sahil şeridinde ve iç kesimlerde iklim iki ayrı özellik göstermektedir. Sahil şeridinde (Atakum, Terme, Çarşamba, Bafra, Alaçam, 19 Mayıs, Tekkeköy) Karadeniz ikliminin etkileri görülür. Yazlar sıcak, kışlar ise ılık ve yağışlı geçer. İç kesimde ise (Vezirköprü, Havza, Ladik, Kavak, Asarcık ve Salıpazarı) yüksekliği 2000 m' yi bulan Akdağ ve 1500 m' yi bulan Canik Dağları'nın etkisiyle yazlar serin, kışlar ise soğuk, yağmurlu ve kar yağışlı geçer (Anonim, 2008).

Yıllık ortalama sıcaklık 14 °C'dir. Yıllık ortalamalara göre en sıcak geçen aylar; Temmuz (23,2 °C) ve ağustos (23,3°C), en soğuk geçen aylar ise ocak (7,1 °C) ve şubat (6,6 °C) aylarıdır. Yıllık ortalama yağış Türkiye ortalamasının üzerindedir (57,4 kg/m<sup>2</sup> ). Buna karşılık ildeki yağış oranı, Batı Karadeniz Bölgesi illerinden farklıdır. İlde yağış en çok Ekim (87,6 kg/m<sup>2</sup> ) ve Kasım (83.0 kg/m<sup>2</sup> ) aylarında olmaktadır. Yıllık yağışlı gün sayısı 141 gün civarındadır. Samsun, kuzey rüzgarlarına devamlı olarak açıktır. En şiddetli esen rüzgarın yönü güney-güneybatı olup, bu rüzgarın adı aralık ayında esen Kible rüzgarıdır (Anonim, 2008).

### 3.2.3. Nüfus ve Eğitim Durumu

Adrese dayalı nüfus kayıt sisteminin 2020 yılı verileri tablo 3.1'de gösterilmektedir. Türkiye nüfusu 83 milyon 614 bin 362 kişiden, 1 milyon 356 bin 079'u Samsun ilinde yaşamaktadır. Bu nüfusun 670 bin 675'i erkek, 685 bin 404'ü kadından oluşmaktadır. Yüzde olarak ise; %49.46 erkek, %50.54 kadındır. Yüz

ölçümü 9.352 km<sup>2</sup> olan Samsun ilinde kilometrekareye 145 insan düşmektedir (Anonim, 2020c).

Tablo 3.1. Samsun ilinin nüfusu (2020) (Anonim, 2020c)

İlçe	Toplam Nüfus	Erkek Nüfus	Kadın Nüfus
İlkadım	336.501	165.732	170.769
Atakum	221.082	107.008	114.074
Bafra	143.443	71.151	72.292
Çarşamba	140.245	69.700	70.545
Canik	101.253	50.728	50.525
Vezirköprü	94.360	46.745	47.615
Terme	71.938	35.710	36.228
Tekkeköy	54.363	27.405	26.958
Havza	39.221	19.250	19.971
19 Mayıs	26.044	13.054	12.990
Alaçam	25.123	12.478	12.645
Kavak	21.154	10.560	10.594
Ayvacık	19.843	10.305	9.538
Salıpazarı	19.709	10.121	9.588
Asarcık	16.706	8.386	8.320
Ladik	16.391	8.103	8.288
Yakakent	8.703	4.239	4.464
Toplam	1.356.079	670.675	685.404

Samsun'un merkez ilçe ile birlikte toplam 18 tane ilçesi vardır. Bu ilçeler içerisinde süs bitkileri yetiştiriciliği yapılan ilçeler; Bafra, Çarşamba, 19 Mayıs, Terme, Tekkeköy ve Atakum ilçeleridir.

Samsun ilinde yaşayan nüfusun eğitim düzeyine bakıldığında; 5.043 kişinin eğitim durumu bilinmiyor, 25.002 kişi okuryazar değil, 140.088 kişi okuma yazma biliyor. 328.115 kişi ilkokul, 146.411 kişi ortaokul, 149.727 kişi ilköğretim, 227.666 kişi lise, 149.081 kişi lisans, 15.603 kişi yüksek lisans, 2.155 kişi doktora mezunudur. Oranlara bazında değerlendirmek gerekirse %71.65 ilk, orta, lise, %14.03 üniversite ve üstü, %14.30 diğer olarak gözükmektedir (Anonim, 2020).

### 3.3. Yöntem

#### 3.3.1. Örneklem

Anket çalışması için öncelikle Samsun İl Tarım ve Orman Müdürlüğünden alınan verilere göre süs bitkisi üretimi yapan işletmeler tespit edilerek tam sayım örneklem yönteminde göre süs bitkisi üretimi ve pazarlaması yapan işletmelerle çalışma yürütülmüştür. Fakat Samsun'da süs bitkisi üretimi yapan az sayıda işletme

olduğu ya da daha önceden süs bitkisi üretimi yapıp daha sonra üretimi bırakıp sadece pazarlamasını yapan işletmelere rastlanmıştır. Son zamanlarda kaktüs ve sukulent iç mekan süs bitkisine talebin artması sebebiyle hem üretimin kolay ve maliyetsiz olması hem de çabuk çoğalıp büyüme gösteren tür olması sebebiyle üretimin arttığı gözlemlenmiştir. Tam sayım yöntemine göre Samsun iline ait 19 Mayıs, Atakum, Bafra, Çarşamba, Merkez İlkadım, Tekkeköy ilçelerine ait süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren 55 işletme tespit edilmiştir. 55 işletmenin 25'i süs bitkisi üretimi ve pazarlaması yaparken 30 işletmenin sadece süs bitkisi pazarlaması yaptığı gözlemlenmiştir.

### **3.3.2. Veri Toplama**

Araştırmanın verileri araştırma amacına uygun olarak hazırlanan anketler yardımıyla, bizzat araştırmacı tarafından örneğe çekilen süs bitkisi işletmelerine gidilerek toplanmıştır. Anketler hazırlanırken Samsun İl Tarım ve Orman Müdürlüğü teknik elemanlarıyla görüşülmüştür. Bu görüşmelerde elde edilen bilgi ve deneyimler ve konu ile ilgili önceki çalışmalar göz önünde bulundurularak ankete son şekli verilmiştir.

Araştırmada kullanılan anket formları üretim ve pazarlama yapan işletmelerin ürün bilgilerini ve karşılaştıkları sorunları kapsayacak şekilde hazırlanmıştır. Bu şekilde üretici ve ailesinin sosyoekonomik özelliklerinin yanı sıra üretmekte oldukları ürünlere ilişkin teknik ve ekonomik sorulara da yer verilmiştir.

Anket soruları 4 aşamadan oluşmaktadır. İlk olarak süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların sosyoekonomik özellikleri öğrenilerek işletme sahibi hakkında bilgiler elde edilmiştir. İkinci olarak işletme özellikleri hakkında bilgiler elde edilmiştir. Üçüncü olarak işletmecilerin karşılaştıkları problemlerin tespit edilmesi amacıyla birtakım sorunlara yer verilmiştir. Dördüncü olarak işletmecilerin sektöre ilişkin düşünce ve önerilerine yer verilerek Swot Analizi yapılmış olup işletmenin güçlü ve zayıf yönleri, fırsatların ve tehditlerin neler olduğu öğrenilerek işletmeler hakkında detaylı bilgiler elde edilmeye çalışılmıştır. Ankette yer alan sorular teknik anlamda açık ve kapalı uçlu olarak hazırlanmıştır.

### **3.3.3. Veri Analizi**

Araştırma kapsamında yer alan işletmelerdeki katılımcılar için doldurulan anket formları tek tek incelenerek, gerekli kontrol, tamamlama ve düzenleme işlemleri yapılmıştır. Verilerin değerlendirilmesinde kullanılan yöntemler araştırmanın amaçları

doğrultusunda belirlenmiş olup, bilgisayara aktarılan birincil veriler MS Excel ve SPSS istatistik paket programları kullanılarak yapılmıştır. Tüm değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri hesaplanarak, kategorik değişkenler frekans ve yüzde şeklinde; sürekli değişkenler ise ortalama ve standart sapma şeklinde; süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin güçlü yönleri, zayıf yönleri ve bu konudaki fırsatlar ve tehditleri belirlemek üzere yapılan SWOT analizi şeklinde verilmiştir.

İşletmeler üretim ve pazarlama yapan ve sadece pazarlama yapan işletmeler olarak iki grupta ele alınmış olup her iki grupta yer alan işletmelerin değişkenleri arasındaki ilişki çapraz tablolar ve Fisher Kesin Olasılık Testi ile Ki-Kare analizi ile değerlendirilmiştir.

Fisher Testi küçük örneklem için kullanılmaktadır. 2x2'lik tablolar için kullanılabilirken büyük örneklemde elde edilen diğer büyük boyuttaki tablolar içinde kullanılabilir. Ki-Kare analizine uymayan veriler Fisher Kesin Olasılık testi ile analiz edilmiştir.

$$\text{Fisher Testi} = p = \frac{(a+b)!(c+d)!+(a+c)!(b+d)!}{a!b!c!d!n!}$$

P = p değeri

a, b, c, d = bir ihtimal tablosundaki değerler

n = toplam frekans

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

f = Gözlenen frekans

f' = Beklenen frekans

Ki-kare testinden elde edilen değerler %95 güven düzeyinde değerlendirilmiştir.

SWOT analizi, bir projede ya da bir ticari girişimde kurumun, tekniğin, sürecin, durumun veya kişinin güçlü (Strengths) ve zayıf (Weaknesses) yönlerini belirlemekte, iç ve dış çevreden kaynaklanan fırsat (Opportunities) ve tehditleri (Threats) saptamak için kullanılan stratejik bir tekniktir. Bu teknik projenin ya da ticari girişimin

hedeflerini belirlemeyi ve amaca ulaşmak için olumlu ya da olumsuz olan iç ve dış faktörleri tanımlamayı gerektirir. Bu yöntem 1960'lar da Harvard Üniversitesi'nin profesörleri olan Learned, Christensen, Andrews ve Guth tarafından geliştirilmiştir.

SWOT analizi, çevresel faktörlerin incelenmesini, işletmenin geleceği açısından önemli olan fırsatların saptanmasını, işletmeye tehdit unsuru oluşturabilecek faaliyetlerin (örneğin rakip firmaların atılımları, tüketici tercihlerindeki ani değişiklikler) önceden fark edilip önlem alınmasını sağlamaktadır. Ayrıca işletmenin güçlü yönlerinin ortaya çıkmasını ve bunların hangi durumlarda, koşullarda ve ortamlarda kullanılması gerekebileceğinin saptanmasını, işletmenin zayıf yönlerinin belirlenerek önlem alınmasını, zayıf yönlerin olası tehditler karşısında işletmeyi düşürebileceği zor durumlarının analiz edilmesini ve benzeri stratejik ve planlamacı yaklaşımları kapsamaktadır. SWOT analizi sonucunda işletmeye çeşitli kazanımlar elde edebilir. Bunlardan bazıları şunlardır:

- Güçlü yönlerimizi fırsatlardan yararlanacak şekilde kullanabiliriz.
- Zayıf yönlerimizin farkına vararak onları güçlü yönlere dönüştürecek stratejiler geliştirebiliriz.
- Çevremizdeki tehditleri güçlü yanlarımız ile bütünleştirilebilecek fırsatlara dönüştürebiliriz (Anonim, 2018a).

Samsun ilinde süs bitkisi üretimi ve pazarlaması yapan katılımcıların üretim ve pazarlama sorunlarının tespiti ve çözümleri için araştırmada elde edilen veriler, bir kalitatif analiz tekniği olan SWOT analizinden yararlanılarak değerlendirilmiştir. SWOT analizi ile bölgedeki süs bitkisi sektörü bütün yönleri ile ele alınarak irdelenmiştir.

## 4.BULGULAR VE TARTIŞMA

### 4.1. Sosyoekonomik Özellikler

Sosyoekonomik özellikler bir bilimsel çalışmaya katılanların temel sosyal ve ekonomik özelliklerini belirlemek amacıyla incelenir. Öncelikle tanımlayıcı istatistikler kullanılarak bu özelliklerle ilgili mevcut durum tespiti yapılır. Daha sonra araştırmaların amaçları doğrultusunda sosyoekonomik özellikler bağlı olarak değişebilen temel araştırma konusu veya bu özelliklerin etkileyebildiği bağımlı değişkenler incelenir. Mevcut araştırmada süs bitkileri yetiştiricilerinin sorunları ve çözüm önerileri incelendiğinden, öncelikle katılımcıların sosyoekonomik özelliklerinin incelenmesi gerekir. Bu bağlamda ele alınan sosyoekonomik özellikler; yaş, eğitim durumu, cinsiyet, medeni durum, faaliyetin yapıldığı ilçe, sosyal güvence durumu, meslek, ailedeki birey sayısı, ailenin yıllık geliri ve süs bitkileri yetiştiriciliği veya pazarlamasından elde edilen yıllık gelirdir. Bütün bu sosyoekonomik özellikler süs bitkileri yetiştiriciliği ve pazarlaması yapan iki grup katılımcıların karşılaştırması yapılarak analiz edilmiştir. Karşılaştırmada örnek büyüklüğü küçük olduğundan dolayı Fisher testi kullanılmıştır.

#### 4.1.1. Katılımcıların yaşı

Araştırmada ele alınan ilk sosyoekonomik özellik katılımcıların yaşı olup tablo 4.1'de gösterilmiştir. Toplam katılımcıların ortalama yaşı, sürekli verilerden 42.2 yıl (SS = 14.22) olarak hesaplanmıştır. Çapraz tabloların yorumu, üretim ve pazarlama yapan ve sadece pazarlama yapan katılımcıların oluşturduğu kategorilerin sütun toplam değerleri dikkate alınarak yapılmıştır. Tablodan görülebileceği gibi, toplam katılımcıların %40'ı 36-50 yaş kategorisine girerken, %34.5'i 30-35 yaş aralığında ve %25.5'i 50 ve üzeri yaşlardadır. Üretim ve pazarlama yapan katılımcılardan 30-35 yaş grubuna girenler %44'lük bir oran oluştururken, 50 ve daha yaşlı olanlar %40 ve 36-50 yaş arasında olanlar da %16'luk bir oran oluşturmaktadır. Sadece pazarlama yapan katılımcılarda ise bu oralar sırasıyla %26.7, %13.3 ve %60.0 olmuştur. Bu rakamlar, üretim ve pazarlama yapan katılımcıların hem genç hem de daha ileri yaşlarda olduğunu; sadece pazarlama yapan katılımcıların ise daha çok orta yaşlı kişiler olduğunu göstermektedir. Üretim ve pazarlama durumu ve yaş değişkenleri arasında yapılan Fisher testinden elde edilen sonuç(p=0.03), bu iki değişkenin birbiri ile bağımlı olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.1. Katılımcıların yaşı

Yaş	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
30-35 yaş	11	44.0	8	26.7	19	34.5
36-50 yaş	4	16.0	18	60.0	22	40.0
50 ve üstü	10	40.0	4	13.3	14	25.5
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0

Fisher Test Değeri = 11.699 , p = 0.03

#### 4.1.2. Katılımcıların Eğitim Düzeyi

Eğitim düzeyi bir toplumun sosyoekonomik özelliklerini belirlemek için önemli bir etkidir. Eğitim kişiye birçok konuda bilgi sağlayarak daha bilgili ve bilinçli bir birey olmayı sağlar.

Katılımcıların eğitim düzeyi tablo 4.2’de gösterilmiştir. Tabloda da görüldüğü gibi tüm katılımcıların %41.8’i üniversite mezunu, %30.9’u lise mezunu, %27.3’ü orta okul ve ilkokul mezunudur. Üretim ve pazarlama yapan katılımcıların %56.0’ını üniversite mezunları, %16’sını lise mezunları, %28’ini orta okul ve ilkokul mezunları oluştururken, sadece pazarlama yapan katılımcılarda bu oranlar sırasıyla %30.0, %43.3 ve %26.7 olarak hesaplanmıştır. Her iki grupta da eğitim oranı oldukça yüksektir. Ancak yapılan Ki-Kare testi sonucunda(p=0.064) işletmelerin üretim ve pazarlama durumu ve eğitim düzeyi değişkenleri arasında istatistiksel anlamda herhangi bir bağıntı bulunamamıştır. Araştırmanın bu bulgusu süs bitkileri yetiştiriciliğinde üretim ve pazarlamayı birlikte yürütmek veya sadece pazarlama yapma değişkeninin eğitim durumundan bağımsız olduğunu göstermektedir.

Yapılan araştırmada üniversite mezunu olupta süs bitkileri sektöründe üretim ve pazarlama yapan birçok katılımcı olduğu tespit edilmiştir. Hatta üniversite öğrencisi olduğu halde faaliyetine devam eden katılımcılara rastlanmıştır. Eğitim seviyesinin yüksek olması süs bitkileri sektöründe daha bilinçli işletmecilerin olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 4.2. Eğitim düzeyi

Eğitim	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
İlkokul ve Ortaokul mezunu	7	28.0	8	26.7	15	27.3
Lise mezunu	4	16.0	13	43.3	17	30.9
Üniversite mezunu	14	56.0	9	30.0	23	41.8
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0

$X^2 = 5.509$  , p = 0.064

#### 4.1.3. Katılımcıların Cinsiyetleri

İşletmecilerin kadın veya erkek olması üretim etkinliği açısından oldukça önemlidir. Sosyoekonomik özellik olarak bakıldığında katılımcıların cinsiyetlerine göre ayrılması tablo 4.3’de gösterilmiştir. Tabloda görüldüğü gibi üretim yapan katılımcıların %80 oranında erkek, %5 oranında kadın olduğu gözlenirken sadece pazarlama yapan katılımcılarda bu durum sırasıyla %73.3, %26.7’dir. Bu durum hem üretim ve pazarlama yapan hem de sadece pazarlama yapan katılımcılar da erkeklerin çoğunlukta olduğu gözlenmiştir. Üretim ve pazarlama yapan kadın katılımcıların sadece pazarlama yapan kadın katılımcılara göre daha az sayıdadır. Ki-Kare testi sonucunda(p=0.752) işletmelerin üretim ve pazarlama durumu ve cinsiyet değişkenleri arasında istatistiksel anlamda herhangi bir bağıntı bulunamamıştır. Araştırmanın bu bulgusu süs bitkileri yetiştiriciliğinde üretim ve pazarlamayı birlikte yürütmek veya sadece pazarlama yapma değişkeninin cinsiyet durumundan bağımsız olduğunu göstermektedir.

Süs bitkisi sektörü olarak bakıldığında daha çok kadınların ilgi alanına giren bir meslek grubu olduğu düşünülmektedir. Çiçek sevmeyen kadın sayısı oldukça azdır. Fakat yapılan araştırma sonucu erkeklerin bu sektörde daha aktif olduklarını gösterse de birçok işletmenin aile işletmesi olduğu gözlemlenmiş olup eşlerinin yanında kadınların da süs bitkileri sektöründe faal oldukları gözlemlenmiştir.

Tablo 4.3. Cinsiyet dağılımı

Cinsiyet	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Erkek	20	80.0	22	73.3	42	76.4
Kadın	5	20.0	8	26.7	13	23.6
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0
$X^2 = 0.336$ , $p = 0.752$						

#### 4.1.4. Katılımcıların Medeni Durumları

Sosyoekonomik özellik olarak ele alınan işletmecilerin medeni durumları evli olup aile geçindirmeye çalışan katılımcı sayısını görmemizi sağlar. Bekar olan katılımcıların ise bağımlı nüfus olmayıp istihdam oluşturduklarını görmemiz açısından önemlidir.

Katılımcıların medeni durumlarına göre dağılımı tablo 4.4'te gösterilmiştir. Üretim ve pazarlama yapan evli katılımcıların oranı %64.0 olup bekar katılımcıların oranı %36.0'dır. bu oranlar sadece pazarlama yapan katılımcılarda sırasıyla %56.7 , %43.3'tür. Süs bitkisi yetiştiriciliği ve pazarlaması yapıp sadece pazarlama yapan iki grubun toplamına bakıldığında katılımcıların %60.0 oranında evli oldukları ve geçimlerini süs bitkilerinden elde ettikleri gelirle sağlamaktadırlar. Ki-Kare testi sonucunda(p=0.783) işletmelerin üretim ve pazarlama durumlarının medeni durumları arasındaki ilişkinin bağıntısız olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Tablo 4.4. Medeni durum

Medeni durum	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Bekar	9	36.0	13	43.3	22	40.0
Evli	16	64.0	17	56.7	33	60.0
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0

$X^2 = 0.306$  ,  $p = 0.783$

#### 4.1.5. Katılımcıların Süs Bitkisi Faaliyeti Yaptıkları İlçelere Göre Dağılımı

Samsun ilinde Atakum, Bafra, 19 Mayıs, İlkadım, Tekkeköy ve Çarşamba ilçelerinde anket çalışması yapılmıştır. Samsun ilinin iklim koşullarının süs bitkisi yetiştiriciliğine uygun olması ve kültürel açıdan yüksek olması süs bitkileri pazarlamasını arttırdığı için bu sektörde faaliyet ilçelere yayılmıştır.

Süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların faaliyet gösterdikleri ilçelere göre dağılımları tablo 4.5'te gösterilmektedir. Üretim ve pazarlama yapan işletmeler de %28.0 Atakum, %24.0 19 Mayıs, %16.0 İlkadım, %12.0 Bafra, %12.0 Tekkeköy, %8.0 Çarşamba olarak görülmektedir. Bu durum sadece satış yapan işletmelerde sırasıyla %33.3, %3.3, %50.0, %13.3 olarak görülürken Tekkeköy ve Çarşamba da sadece pazarlama yapan katılımcılara rastlanmamıştır. Sadece pazarlama yapan katılımcılar %50.0 oranıyla İlkadım'da görülürken üretim ve pazarlama yapan katılımcılar da %28 oranıyla Atakum'da görülmektedir. Katılımcıların faaliyet gösterdikleri ilçe dağılımı verileri Ki-Kare ve Fisher testine elverişli olmadığından sadece çapraz tablo ve tanımlayıcı istatistik değerleri verilmiştir. Sadece satış yapan işletmeler şehir merkezinde daha çok aktif görülürken, üretim ve pazarlama yapan işletmeler Atakum ilçesine bağlı İncesu mahallesi çevresinde yoğun olarak

görülmektedir. Üretim ve pazarlama yapan işletmeler sadece kendi ürettikleri süs bitkilerini pazarlamayıp satın alıp da pazarlama yaptıkları gözlenmiştir.

Tablo 4.5. Faaliyet yapılan ilçeler

Faaliyetin yapıldığı ilçe	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
19 Mayıs	6	24.0	1	3.3	7	12.7
Atakum	7	28.0	10	33.3	17	30.9
Bafra	3	12.0	4	13.3	7	12.7
Çarşamba	2	8.0	0	0	2	3.6
İlkadım	4	16.0	15	50.0	19	34.5
Tekkeköy	3	12.0	0	0	3	5.5
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0

#### 4.1.6. Katılımcıların Sosyal Güvence Durumları

Bir toplumun sosyal güvence durumu hem sağlığı hem de yıpranma payı olarak yaşlandığında elde edeceği gelir olarak görülüp yaşam standartlarını devam ettirebilmesi açısından gerekli olan önemli bir sosyoekonomik özelliktir.

Sosyoekonomik özellikler incelendiğinde süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların sosyal güvence durumları tablo 4.6’da verilmiştir. Tabloda da görüldüğü gibi üretim ve pazarlama yapan katılımcıların %60.0 SGK’ya, %40.0 BAĞ-KUR’a bağlı oldukları görülmektedir. Bu durum sırasıyla sadece pazarlama yapan katılımcılarda %43.3 ve %56.7’dir. Ki-Kare testi sonucunda ( $p=0.282$ ) sosyal güvence durumunun üretim ve pazarlama yapan ve sadece pazarlama yapan katılımlar arasında bağıntılı olmadığı tespit edilmiştir.

Üretim ve pazarlama yapan işletmelerde daha çok SGK’ya bağlı oldukları görülürken, sadece pazarlama yapan işletmelerde ise BAĞ-KUR’a bağlı oldukları görülmektedir.

Tablo 4.6. Sosyal güvence

Sosyal güvence	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
SGK	15	60.0	13	43.3	28	50.9
Bağkur	10	40.0	17	56.7	27	49.1
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0

$X^2 = 1.516$  ,  $p = 0.282$

#### 4.1.7. Katılımcıların Meslekleri

Asıl mesleği öğrenmek süs bitkisi sektöründe ne kadar tecrübeli olduklarını görebilmemizi ve ne amaçla süs bitkisi sektöründe faaliyet gösterdiklerini görmemizi sağlar. Katılımcı yıllardır süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteriyor olabilir veya başka bir işle meşgul olduğu halde hobi ya da ek gelir amaçlı süs bitkisi sektörüyle de uğraşabilir. Tüm bunların ortaya konulabilmesi açısından katılımcının asıl mesleğini öğrenmek sosyoekonomik açıdan önemlidir.

Süs bitkisi sektöründe katılım gösterenlerin asıl meslek olarak süs bitkisi sektöründe faaliyet gösterenlerle faaliyet göstermeyenler tablo 4.7’de gösterilmiştir. Tabloya bakılarak üretim %58.2 oranıyla asıl meslek olarak süs bitkisi üreticisi veya yetiştiricisi oldukları görülmektedir. Süs bitkileri sektöründe faaliyet gösterirken başka işlerle de uğraşan katılımcı oranı üretim ve pazarlama yapanlarda %44.0 olarak görülürken sadece pazarlama yapan katılımcılarda %40.0 olduğu görülmektedir. Asıl meslek olarak süs bitkisi sektörünü tercih edenler hem süs bitkisi üretim ve pazarlamasını yapan katılımcılarda hem de sadece pazarlaması yapan katılımcılarda yüksek oranda olduğu gözlemlenmiştir. Emekli olup daha sonra kendine süs bitkisi yetiştiriciliği veya pazarlamasını hobi olarak görüp geliri yardım amaçlı kullanan katılımcılara da rastlanmıştır. Ki-Kare testi sonucunda ( $p=0.790$ ) üretim ve pazarlama yapan katılımcılarla meslek grupları arasında bağıntı bulunamamıştır.

Süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcılara neden meslek olarak süs bitkisi sektörünü seçtikleri sorulduğunda verilen cevaplar; üniversite mezunu olup başka bir sektörde istihdam bulamayınca baba mesleğini devam ettirmek, annesinin çiçekleri çok sevdiği için süs bitkileri sektöründe istihdam kurmak, hobi olarak sevdiği işi meslek olarak sürdürmek, mecburiyetten süs bitkileri sektörüne başlamak gibi birçok etkenin sebep olduğunu söylemişlerdir.

Tablo 4.7. Meslek grupları

Meslek	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Asıl mesleği süs bitkisi olanlar	14	56.0	18	60.0	32	58.2
Asıl mesleği süs bitkisi olmayanlar	11	44.0	12	40.0	23	41.8
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0

$X^2 = 0.090$  ,  $p = 0.790$

#### 4.1.8. Katılımcıların Aile Fert Sayısı

Araştırmada katılımcıların ailedeki birey sayılarına ilişkin olarak elde edilen veriler tablo 4.8’de gösterilmiştir. Tablonun incelenmesinden de anlaşılacağı üzere üretim ve pazarlama yapan katılımcılarda 3 ve 4 kişilik nüfusa sahip olan %44.0, 1 ve 2 kişilik nüfusa sahip olan %40.0, 5 ve 6 kişilik nüfusa sahip olan %16.0’dır. Bu oran sadece pazarlama yapan katılımcılarda sırasıyla %63.3, %16.7 ve %20.0’dır. Her iki gruptaki katılımcılara bakıldığında %54.5 oranıyla en çok 3 ve 4 kişilik nüfusa sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 4.8. Aile fert sayısı

Ailedeki birey sayısı	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
1-2	10	40.0	5	16.7	15	27.3
3-4	11	44.0	19	63.3	30	54.5
5-6	4	16.0	6	20.0	10	18.2
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0

$X^2 = 3.777$  ,  $p = 0.151$

#### 4.1.9. Katılımcıların Aile Yıllık Geliri

Katılımcıların aile yıllık gelirlerini öğrenmemiz süs bitkileri haricinde elde ettikleri farklı bir gelirleri olup olmadığını görmemizi sağlar. Süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların aile yıllık gelir gruplarına göre dağılımı tablo 4.9’da gösterilmiştir. Ailenin yıllık gelirleri incelendiğinde üretim ve pazarlama yapan katılımcıların 10 bin ve 100 bin arası geliri olanların oranı %40.0, 200 binden fazla geliri olanların oranı %32.0, 100 bin ve 200 bin arası geliri olanların oranı %28.0’dır. Bu oranlar sadece pazarlama yapan katılımcılarda sırasıyla %43.3, %23.3 ve %33.3’tür. Süs bitkileri sektöründeki katılımcıların aile yıllık gelirleri ortalaması 168563.64 TL olarak hesaplanmıştır.

Üretim ve pazarlama yapan katılımcılarda sadece pazarlama yapan katılımcılara göre aile yıllık gelirlerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu duruma sebep olan etken üretim ve pazarlama yapan katılımcıların aile işletmesi olarak işlerinin yürütmeleri ve başka sektörde de faaliyet gösteriyor olmalarıdır.

Tablo 4.9. Aile yıllık geliri

Aile yıllık geliri	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
10.000-100.000	10	40.0	13	43.3	23	41.8
100.000-200.000	7	28.0	10	33.3	17	30.9
200.000>	8	32.0	7	23.3	15	27.3
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0

$X^2 = 0.537$  ,  $p = 0.355$

#### 4.1.10. Katılımcıların Süs Bitkileri Sektöründen Elde Ettikleri Yıllık Gelir

Süs bitkileri sektöründen elde edilen geliri öğrenmemiz katılımcıların bu sektörden ne kadar gelir sağlayarak yaşamlarını sürdürdüklerini görmemizi sağlar. Aile içi gelir harici sadece süs bitkilerinden elde ettiği gelire aile geçindiren bireylerin bu sektörden elde ettiği gelirden memnun olup olmadıklarını, sorunlarını öğrenmemizi sağlar.

Süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların süs bitkilerinden elde ettikleri gelir gruplarına göre dağılımı tablo 4.10'da gösterilmiştir. Üretim ve pazarlama yapan katılımcılarda 10 bin ve 100 bin arasında gelir elde edenlerin oranı %52.0, 200 bin ve üzeri gelir elde edenlerin oranı %28, 100 bin ve 200 bin arası gelir elde edenlerin oranı %20.0'dır. Bu durum sırasıyla sadece pazarlama yapan katılımcılarda %56.7, %16.6 ve %26.7'dir. Süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların süs bitkilerinden elde ettikleri gelirin ortalaması 152109.09 TL'dir.

Üretim ve pazarlama yapan işletmelerde 200 binin üzerinde geliri olan katılımcıların oranı %28.0 ile daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu duruma sebep olan etken ise üretim ve pazarlama yapan katılımcıların daha az maliyetle üretim yapmaları ve daha düşük ücretle ürünleri satmalarını sağlayarak müşteri potansiyelinin daha çok olmasına neden olur. Sadece pazarlama yapan katılımcılar ise şehir içinde üretim yapan katılımcılardan ürünlerini aldıkları ve alış fiyatına kar payı koyarak satış fiyatı belirleyerek sattıkları için müşteri potansiyeli daha düşük seviyededir ve bu yüzden üretim ve pazarlama yapan katılımcıların gelir oranı daha yüksek seviyededir.

Aynı zamanda üretim ve pazarlama yapan işletmeler kurumsal firmalara veya belediyeler gibi daha kapsamlı yerlere toplu satış yaptıklarından süs bitkilerinden elde ettikleri gelir oranları sadece pazarlama yapan işletmelere göre daha yüksek seviyede gözlemlenmiştir.

Tablo 4.10. Süs bitkileri sektöründen elde edilen yıllık gelir

Süs bitkileri geliri	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
10.000-100.000	13	52.0	17	56.7	30	54.5
100.000-200.000	5	20.0	8	26.7	13	23.6
200.000>	7	28.0	5	16.6	12	21.9
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0

$X^2 = 1.114$  ,  $p = 0.289$

## 4.2. İşletmelerin Genel Özellikleri

Süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren üretim ve pazarlama yapan katılımcılar ve sadece pazarlama yapan katılımcılarla görüşülerek işletmeleri hakkında bilgiler elde edilmiştir. Bu bilgilere ulaşılması süs bitkisi işletmeleri hakkında genel bilgilerin elde edilmesi ve işletmelerin sorunlarının ortaya konulması açısından gereklidir.

Süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin genel özellikleri olarak işletmenin yaşı, işletmenin hukuki yapısı, işletme mülkiyet durumu, iç mekan süs bitkileri faaliyet durumu, dış mekan süs bitkileri faaliyet durumu, kesme çiçek faaliyet durumu, doğal çiçek soğanları faaliyet durumu, işletme faaliyet alanı, işletme işgücü durumu, işletme işgücü yoğunluk dönemi, işletmede teknik eleman (ziraat mühendisi, teknisyen, vb.) çalıştırma durumu, işletmelerin kooperatif veya birliğe üye olma durumları, işletmelerin tarımsal amaçlı kredi kullanım durumları ve işletmelerin süs bitkileri sektörü dışında faaliyet gösterme durumları ortaya konmuştur. Bütün bu sosyoekonomik özellikler süs bitkileri yetiştiriciliği ve pazarlaması yapan iki grup katılımcıların karşılaştırması yapılarak analiz edilmiştir.

### 4.2.1. İşletme Yaşı

İşletme yaşı süs bitkileri sektöründe ne denli tecrübeli ve kaç yıldır faaliyet gösterdiklerini görmemizi sağlar. Süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların işletmelerinin yaş gruplarına göre dağılımı tablo 4.11'de gösterilmiştir. Üretim ve pazarlama yapan katılımcıların işletme yaşı 0-15 arası %60.0, 15-30 yaş arası %24.0, 30 yaş üstü %16.0'dır. Bu oran sadece pazarlama yapan katılımcılarda sırasıyla %60, %30 ve %10'dur. Ortalama işletme yaşı 14.5 ve standart sapma 13.28 olarak hesaplanmıştır. Ki-Kare test değeri( $p=0.754$ ) üretim ve pazarlama yapan işletmelerle sadece pazarlama yapan işletmeler arasında işletme yaşı açısından bakıldığında herhangi bir bağıntı bulunamamıştır.

Tablo 4.11. İşletme yaşı

İşletme yaşı	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
0-15	15	60.0	18	60.0	33	60.0
15-30	6	24.0	9	30.0	15	27.3
30>	4	16.0	3	10.0	7	12.7
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0
$X^2 = 0.566$ , $p = 0.754$						

#### 4.2.2. İşletmelerin Hukuki Yapısı

İşletmeler, kamu işletmeleri ve özel işletmeler 2'ye ayrılır. Özel işletmeler ise şahıs işletmeleri, şirket, kooperatif, dernek ve vakıf işletmeleri diye 4'e ayrılır. Şahıs işletmelerin tek sahibi vardır ve bu kişi işletmenin her türlü faaliyetinden sorumludur. Bu tür işletmelerin kurulması kolaydır, ömrü ise işletme sahibinin ömrü ile sınırlıdır (Karagölge, 2001).

İşletmelerin hukuki yapılarına göre dağılımı tablo 4.12'de gösterilmiştir. İşletmelerin hukuki yapıları şahıs işletmesi ve şirket olarak iki gruna ayrılmıştır. Üretim ve pazarlama yapan işletmelerde %88.0 oranıyla, sadece pazarlama yapan işletmelerin %96.7 oranıyla genellikle şahıs işletmesi olarak faaliyet gösterdikleri gözlemlenmiştir. Fisher Test sonucuna göre ( $p=0.320$ ) üretim ve pazarlama yapan katılımcılarla sadece pazarlama yapan katılımcılar arasında işletme hukuki yapısında herhangi bir bağıntı olmadığı tespit edilmiştir. Süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren katılımcılar genellikle kendilerine ait işyeri kurmuş daha küçük çaplı sektörlerdir. Şirket daha kapsamlı olduğundan bu oran süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcılarda %7.3 gibi az bir orana sahiptir.

Tablo 4.12. Hukuki yapı

Hukuki yapı	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Şahıs işletmesi	22	88.0	29	96.7	51	92.7
Şirket	3	12.0	1	3.3	4	7.3
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0
$p = 0.320$						

#### 4.2.3. İşletmelerin Mülkiyet Durumu

İşletmelerin mülkiyet durumu kendisine ait olması ve sorumlu işletmeci olarak iki gruba ayrılır. Kendisine ait olan işletmelerde işin başında kendisi olup sorumlu işletmeciler işletme sahibinin yerine işleri yürüten kişidir.

Süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların mülkiyet durumlarına göre dağılımı tablo 4.13'te gösterilmiştir. Mülkiyet durumları kendisine ait ve sorumlu işletmeci olarak iki guruna ayrılmıştır. Üretim ve pazarlama yapan işletmelerde %84, sadece pazarlama yapan işletmelerde %90 oranlarıyla işletmelerin mülkiyet durumlarının kendilerine ait olduğu saptanmıştır. Bu oran sorumlu işletmeci grubunda sırasıyla %16.0 ve %10.0'dır. Fisher test sonucu(p=0.689) süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin mülkiyet durumları arasında bağıntı bulunamamıştır.

Tablodan da anlaşılacağı gibi süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların işletmeleri genellikle kendisine ait olduğu gözlemlenmiştir. Sorumlu işletmeciler ise her iki sektörde de daha düşüktür.

Tablo 4.13. Mülkiyet durumu

Mülkiyet durumu	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Kendisine ait	21	84.0	27	90.0	48	87.3
Sorumlu işletmeci	4	16.0	3	10.0	7	12.7
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0

p = 0.689

#### 4.2.4. İşletmelerin Süs bitkisi Sektöründe Ağırlıklı Olarak Faaliyet Gösterme Durumu

Süs bitkisi sektörü oldukça geniş çaplı sektördür. Birçok süs bitkisi türü bulunmaktadır. Gruplara ayrıldığında ise iç mekan süs bitkileri, dış mekan süs bitkileri, kesme çiçek ve doğal çiçek soğanları olarak dört gruba ayrılır.

İşletmelerin süs bitkisi sektöründe iç mekan süs bitkisi faaliyetine göre dağılımı tablo 4.14'te gösterilmiştir. Üretim ve pazarlama yapan işletmeler %48.0, sadece pazarlama yapan işletmeler %86.7 oranıyla iç mekan süs bitkisi sektöründe faaliyet gösterdiklerini belirtmiştir. Süs bitkileri sektörü içerisinde en fazla sadece pazarlama yapan katılımcıların iç mekan süs bitkisi sektöründe faaliyet gösterdikleri görülmektedir.

İç mekan süs bitkileri daha çok sadece pazarlama yapan işletmelerde görülmektedir. İç mekan süs bitkisi pazarlaması yapan işletmeler dükkanda faaliyet göstermektedirler. Fisher Test sonucuna göre( $p=0.03$ ) süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların iç mekan süs bitkisi faaliyeti göstermeleri süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren işletmeler arasında istatistiki olarak bağıntılı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Tablo 4.14. İç mekan süs bitkisi

İç mekan süs bitkileri	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	12	48.0	26	86.7	38	68.1
Hayır	13	52.0	4	13.3	17	30.9
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0
p = 0.03						

İşletmelerin süs bitkisi sektöründe dış mekan süs bitkileri faaliyetlerine göre dağılımı tablo 4.15'te gösterilmiştir. Üretim ve pazarlama yapan işletmelerde %76.0 oranında dış mekan süs bitkisi faaliyeti gösterilirken sadece pazarlama yapan işletmelerde %30.0 oranında dış mekan süs bitkisi faaliyeti gösterilmektedir. Üretim ve pazarlama yapan katılımcılar genellikle açık alanda faaliyet gösterirler ve ürün yetiştirmek için sera kullanırlar. O yüzden üretim ve pazarlama yapan işletmelerde dış mekan süs bitkisi faaliyeti fazla görülürken, sadece pazarlama yapan işletmelerde iç mekan süs bitkisi faaliyeti fazladır. Fisher test sonucuna göre( $p=0.01$ ) süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların dış mekan süs bitkisi faaliyeti göstermeleri açısından istatistiki olarak bağıntılı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Tablo 4.15. Dış mekan süs bitkisi

Dış mekan süs bitkileri	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	19	76.0	9	30.0	28	50.9
Hayır	6	24.0	21	13.3	27	49.1
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0
p = 0.01						

Süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin kesme çiçek faaliyetlerine dağılımı tablo 4.16'da gösterilmiştir. Üretim ve pazarlama yapan

katılımcılar %20.0 oranında kesme çiçek faaliyeti gösterirken bu oran sadece pazarlama yapan işletmelerde %76.7'dir. Süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren işletmeler tablodan da anlaşılacağı gibi kesme çiçek faaliyeti en fazla sadece pazarlama yapan işletmelerde görülmektedir.

Fisher test sonucu( $p=0.00$ ) süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların kesme çiçek faaliyetine göre dağılımına bakıldığında istatistiki olarak bağıntılı olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Tablo 4.16. Kesme çiçek

Kesme çiçek	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	5	20.0	23	76.7	28	50.9
Hayır	20	80.0	7	23.3	27	49.1
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0
$p = 0.00$						

Süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların doğal çiçek soğanları faaliyeti gösterme dağılımları tablo 4.17'de gösterilmiştir. Üretim ve pazarlama yapan işletmelerde %88.8, sadece pazarlama yapan işletmelerde %90.0 oranında doğal çiçek soğanı faaliyeti göstermedikleri sonucuna ulaşılmıştır. Fisher test sonucu( $p=1.00$ ) süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların doğal çiçek soğanları faaliyetine göre dağılımına bakıldığında istatistiki olarak aralarında herhangi bir bağıntı bulunduğu tespit edilememiştir.

Doğal çiçek soğanı üretimi ve pazarlamasının diğer süs bitkisi gruplarına göre daha az olduğu gözlemlenmiştir. Genellikle belediyeye satış yapan kurumlar doğal çiçek soğanı satan yerden alarak toplu olarak satmaktadır. Kimi de çok yıllık bitki olduğu için soğanları atmayıp bir sonraki yıla yetiştirmek için saklarlar. Bazı satış yapan işletmelerin küçük bir alanda nergis soğanı yetiştirdiği gözlemlenmiştir fakat bu oranların diğer gruplara bakıldığında oldukça düşük seviyede olduğu görülmektedir.

Tablo 4.17. Doğal çiçek soğanları

Doğal çiçek soğanları	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	3	12.0	3	10.0	6	10.9
Hayır	22	88.0	27	90.0	49	89.1
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0
$p = 1.00$						

#### 4.2.5. İşletmelerin İşgücü Kullanma Durumları

İşletmelerin işgücü durumları aile işgücü, devamlı işgücü ve geçici işgücü olmak üzere 3 grupta incelenmiştir. Aile işgücü, süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcının ailesi tarafından sağlanan emek ve ailenin bir yıl içinde sağlayabileceği toplam işgücü miktarına denir. Devamlı işgücü, uzun süre sektörde faaliyet gösteren kıdemli eleman olarak görülen kişidir. Geçici işgücü, işletmelerin yoğun çalışma dönemlerinde işgücü durumunun yeterli gelmemesi sonucu belli bir süreliğine işgücü çalıştırma durumuna denir.

Süs bitkisi sektöründe katılım gösteren işletmelerin işgücü kullanma durumlarına göre gruplandırılması tablo 4.18’de gösterilmiştir. Üretim ve pazarlama yapan katılımcılarda %40.0 aile işgücü, %40.0 devamlı işgücü, %20.0 geçici işgücü kullanılırken bu durum sadece pazarlama yapan işletmelerde sırasıyla %23.3, %43.3, %33.3’tür. Ki-Kare test sonucu( $p=0.341$ ) süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin işgücü durumları arasında herhangi bir bağıntı bulunamadığı tespit edilmiştir.

Üretim ve pazarlama yapan işletmelerde aile işgücü ve devamlı işgücü durumu fazla görülürken sadece pazarlama yapan işletmelerde devamlı işgücü ve geçici işgücü kullanım durumu daha fazladır. Süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların toplamına bakıldığında en fazla devamlı işgücünde faaliyet gösterdikleri görülmektedir.

Tablo 4.18. İşgücü durumu

İşgücü durumu	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Aile işgücü	10	40.0	7	23.3	17	30.9
Devamlı işgücü	10	40.0	13	43.3	23	41.8
Geçici işgücü	5	20.0	10	33.3	15	27.3
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0

$X^2=2.151$  ,  $p = 0.341$

#### 4.2.6. İşletmelerin İşgücü Yoğunluk Dönemleri

İşgücü yoğunluk dönemleri olarak süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcılara ilkbahar, yaz, sonbahar, kış ve yıl boyu olarak sorulmuştur. Genelde katılımcılar ilkbahar, yaz ve yıl boyu cevaplarını verdikleri diğer mevsimleri söylemedikleri için 3 kategoride ele alınmıştır.

Süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların işgücü yoğunluk dönemlerine göre gruplandırılması tablo 4.19'da gösterilmiştir. Üretim ve pazarlama yapan işletmelerde %40.0 ilkbahar, %32.0 yaz, %28.0 yıl boyu yoğunluk gösterirken bu durum sadece pazarlama yapan işletmelerde sırasıyla 16.7, 63.3, 20.0'dır. Süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların %49.1'lik dilimle en fazla yaz döneminde işgücü yoğunluğu yaşandığı tespit edilmiştir.  $X^2$  test sonucu( $p=0.055$ ) işgücü yoğunluk dönemi ile süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren her iki grupta ele alınan işletmelerin neredeyse bağıntılı olacağı sonucu ortaya çıkmıştır.

Süs bitkileri sektörü özel günlerde ve mevsime göre işgücü yoğunluk dönemleri farklılık göstermektedir. Sevgililer günü, anneler günü, öğretmenler günü gibi özel günlerde çiçek satış oranları diğer günlere göre daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Böyle yoğun günlerde geçici işgücü çalıştırma oranı daha çok artmaktadır. Mevsimler olarak bakıldığında kış mevsiminde çiçek alım oranlarının düşük olduğu baharın gelmesiyle çiçek satışlarının arttığı ve dolayısıyla işgücü yoğunluğunun da arttığı görülmektedir.

Tablo 4.19. İşgücü yoğunluk dönemi

İşgücü yoğunluk dönemi	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
İlkbahar	10	40.0	5	16.7	15	27.3
Yaz	8	32.0	19	63.3	27	49.1
Yıl boyu	7	28.0	6	20.0	13	23.6
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0

$X^2 = 5.819$  ,  $p = 0.055$

#### 4.2.7. İşletmelerin Teknik Eleman(mühendis, teknisyen, vb.) Çalıştırma Durumları

İşletmelerin ziraat mühendisi, teknisyen gibi teknik eleman çalıştırmaları üretim ve pazarlamayı geleneksel yapmayıp daha bilinçli bir şekilde yapmalarını sağlar.

Süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin teknik eleman(mühendis, teknisyen, vb.) çalıştırma durumlarına göre gruplandırılması tablo 4.20'de gösterilmiştir. Üretim ve pazarlama yapan işletmeler %56.6, sadece pazarlama yapan işletmeler %80.0 oranında teknik eleman çalıştırmadıkları sonucu ortaya çıkmıştır. Süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren katılımcılar genellikle kendi tecrübelerinden yararlanarak bu sektörde devam etmekte olup üretim ve pazarlama yapan üreticilerin

bir kısmı kendilerinin ya ziraat mühendisi ya da peyzaj mimarı olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 4.20. Teknik eleman çalıştırma durumu

Teknik eleman çalıştırma durumu	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	11	44.0	6	20.0	17	30.9
Hayır	14	56.0	24	80.0	38	69.1
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0
$X^2 = 3.678$ , $p = 0.80$						

#### 4.2.8. İşletmelerin Kooperatif veya Birliğe Üye Olma Durumları

Kooperatif veya üretici birlikleri önemli örgütlerdir. Samsunda İl tarım ve Orman müdürlüğü bu bağlamda üreticileri kontrol ederek güz ve bahar dönemlerinde süs bitkileri üreticilerinin ne tür ürünleri ürettiklerinin ve miktarlarının kayıtlarını tutarak birlik, kooperatif veya SÜSBİR'e üye olmaları konusunda üreticileri bilinçlendirmektedir.

Süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların kooperatif veya birliğe üye olma durumlarına göre gruplandırılması tablo 4.21'de gösterilmiştir. Üretim ve pazarlama yapan işletmelerde %40.0, sadece pazarlama yapan işletmelerde %60.0 oranında kooperatif ya da birliğe üye olduklarını göstermektedir. Sadece pazarlama yapan işletmelerde kooperatif veya birliğe üye olma durumunun daha fazla olduğu görülmektedir.

Tablo 4.21. Kooperatif veya birliğe üye olma durumu

Kooperatif veya birliğe üye olma durumu	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	10	40.0	18	60.0	28	50.9
Hayır	15	60.0	12	40.0	27	49.1
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0
$X^2 = 2.183$ , $p = 0.180$						

#### 4.2.9. İşletmelerin Tarımsal Amaçlı Kredi Kullanım Durumları

Tarımsal amaçlı kredi daha düşük faizli, ödeme koşulları daha kolay olan teşvik amaçlı kredilerdir.

Süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların tarımsal amaçlı kredi kullanım durumlarının gruplandırılması tablo 4.22’de gösterilmiştir. Üretim ve pazarlama yapan işletmelerde %80.0, sadece pazarlama yapan işletmelerde %86.7 oranıyla tarımsal amaçlı kredi kullanım durumlarının olmadığını göstermektedir.

Maliye bakanlığı tarafından ticari işletme vasfında görüldüğünden tarımsal kredilerden faydalanamıyorlar. Bu yüzden süs bitkileri işletmeleri yeniden tanımlanması gerekmektedir.

Tablo 4.22. Tarımsal amaçlı kredi kullanımı

Tarımsal amaçlı kredi kullanımı	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	5	20.0	4	13.3	9	16.4
Hayır	20	80.0	26	86.7	46	83.6
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0

p = 0.716

#### 4.2.10. İşletmelerin Süs bitkileri Sektörü Dışında Faaliyet Gösterme Durumları

Tarım işletmeleri tarzlarına göre, tek yönlü çalışan(monokültür), çok yönlü çalışan(polikültür) diye 2’ye ayrılır (Karagölge, 2001).

Süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin süs bitkileri sektörü dışında faaliyet gösterme durumlarına göre gruplandırılması tablo 4.23’de gösterilmiştir. Sektör dışı faaliyet gösterme durumu üretim ve pazarlama yapan işletmelerde %52.0, sadece pazarlama yapan işletmelerde %20.0 oranında yaptıkları görülmektedir. Üretim ve pazarlama yapan işletmelerin sektör dışı faaliyet gösterme durumu daha yüksektir. Bu duruma sebep olan etken aile işletmesi olmasıdır. Fakat genel olarak süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin %65.5 oranında sektör dışında faaliyet göstermedikleri görülmektedir.

Tablo 4.23. Sektör dışı faaliyet

Sektör dışı faaliyet gösterme durumu	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	13	52.0	6	20.0	19	34.5
Hayır	12	48.0	24	80.0	36	65.5
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0

$X^2 = 6.175$  , p = 0.22

#### 4.2.11. İşletmelerin Tarımsal Yatırım Yaptırma Durumları

İşletmelerin tarımsal yatırım yaptırma durumları tablo 4.24'de gösterilmiştir. Hem üretim ve pazarlama yapan işletmeler hem de sadece pazarlama yapan işletmeler sırasıyla %72.0 ve %93.3 oranıyla herhangi bir tarımsal yatırım yapmadıkları görülmektedir. Bu durum tarıma yönelik yatırımların azaldığını, kırsal alanlara nazaran kentsel alanların daha popüler olduğunu göstermektedir.

Tablo 4.24. Tarımsal yatırım

Tarımsal yatırım	Üretim ve pazarlama yapan		Sadece pazarlama yapan		Toplam	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	7	28.0	2	6.7	9	16.4
Hayır	18	72.0	28	93.3	46	83.6
Toplam	25	100.0	30	100.0	55	100.0

p = 0.38

#### 4.2.12. İşletmelerin Arazi Varlıkları ve Arazi Büyüklükleri

İşletmelerin arazi varlıkları üretim yapan işletmelerde görülürken sadece pazarlama yapan işletmeler için küçük kapalı alanın yeterli olduğu görülmektedir. Dış mekan süs bitkisi üretimi ve pazarlamasını yapan işletmeler açık alana gereksinim duymakta olup üretim aşamasında kapalı alana seraya ihtiyaç duymaktadır.

İşletmelerin arazi varlıkları ve büyüklükleri ile ilgili bilgiler tablo 4.25'te gösterilmiştir. Araştırmada örnekleme giren işletmelerin toplam arazi varlığı ortalaması 19.15 dekar, kiralamış olduğu arazi varlığı ortalaması 10.7 dekar, mülkleri kendilerine ait arazi varlığı ortalaması 9.01 dekar olduğu ortaya çıkmıştır. Sadece süs bitkileri üreticilerinin arazi varlığı olduğu gözlemlendiği için tabloda arazisi olan ve arazisi olmayan şeklinde gruplanmıştır. Buna göre 55 kişiyle yapılan anket çalışmasında 28 katılımcının toplam arazisi olduğu, 15 katılımcının kiralık arazisi olduğu ve 16 katılımcının kendi mülkü olduğu gözlemlenmiştir. Bu sayılar dikkate alındığında genel olarak katılımcıların arazisi olmadığını olsa bile arazi miktarlarının düşük olduğu görülmektedir.

Anket yapılan iki katılımcının diğer katılımcılara göre arazi miktarlarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Birinin arazi miktarı 330 dekar diğerinin arazisinin ise 450 dekar olduğunu bu arazileri değerlendirmek için süs bitkileri üretimi yapmayı tercih ettiklerini söylemişlerdir. Süs bitkisi yetiştiricisi olabilmek için küçük çaplı

alanlar bile yeterli olurken bu iki katılımcının arazilerinin geniş olması daha fazla çeşit üreterek daha büyük çaplı işletme olduklarını ortaya koymaktadır.

Tablo 4.25. Arazi varlıkları

Arazi varlıkları	Toplam arazi		Kiralık arazi		Kendi mülkü	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Arazisi olan	28	50.9	15	27.3	16	29.1
Arazisi olmayan	27	49.1	40	72.7	39	70.9
Toplam	55	100.0	55	100.0	55	100.0
Ortalama(da)-Standart sapma	19.15 – 74.27		10.7 – 60.67		9.01 – 44.99	

İşletme sahibinin parsel sayısı tablo 4.26’da gösterilmiştir. Parsel değerlerine baktığımızda minimum değer 0, maksimum değer 20 olarak gözlemlenmiştir. Sadece pazarlama yapan katılımcıların hiç arazisi olmadığı için parsel sayısı 0 olarak girildiğinden minimum değer 0 olarak gözükmemektedir. Ortalama parsel sayısı 1.16 olarak gözlemlenmiş olup 0-5 arası parseli olan 24 katılımcı, 5’ten fazla parseli olan 3 katılımcı vardır.

Tablo 4.26. İşletme sahibinin parsel sayısı

Parsel	Sayı	%
Hiç parseli olmayan	28	50.9
0-5 arası parseli olan	24	43.6
5> parseli olan	3	5.5
Toplam	55	100.0
Ortalama = 1.76 , Standart sapma = 3.22 , minimum = 0 , maksimum = 20		

#### 4.2.13. İşletmelerin Süs Bitkisi Üretiminde veya Pazarlanmasında Kullanılan Alan Bilgileri

İşletmelerin süs bitkileri üretiminde veya pazarlanmasında kullanılan alan bilgileri tablo 4.27’de gösterilmiştir. Sera kendi malı, açık alan kendi mülkü, açık alan kira ve kira dükkan olarak dört kategoride incelenmiştir. Üretim ve pazarlama yapan işletmeler sera, açık alan kullanırken sadece pazarlama yapan işletmeler dükkan kullanmaktadırlar. Buna göre tabloya baktığımızda sera kendi malı olan 25 işletme, kendine ait açık alanı olan 8 işletme, kirada açık alanı bulunan 13 işletme ve kirada dükkanı olan 26 işletme bulunmaktadır. Ortalamalarına bakıldığında sırasıyla 0.36, 0.15, 0.24 ve 0.47 ile en fazla kirada dükkanı bulunan işletmeler olduğu gözlemlenmiştir.

İşletmelerin kirada olmaları, dükkanlarının kendilerine ait olmaması ayrıyeten bir masraf oluşturmaktadır. Kiralık arazinin sera kendi malına göre ortalamasının düşük çıkması kiralık alanda kendilerine ait sera kurduklarını göstermektedir.

Tablo 4.27. Kullanılan alan bilgileri

Alan bilgileri	Sera kendi malı		Açık alan kendi malı		Açık alan kira		Kira dükkan	
	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%	Sayı	%
Evet	25	45.5	8	14.5	13	23.6	26	47.3
Hayır	30	54.5	47	85.5	42	76.4	29	52.7
Toplam	55	100.0	55	100.0	55	100.0	55	100.0
Ortalama		0.45		0.15		0.24		0.47
Standart sapma		0.50		0.36		0.43		0.50

#### 4.2.14. Süs Bitkisi Üreticilerinin Sera Bilgileri

Sera bilgileri olarak anket çalışmasında sera kapatma sisteminin neyle olduğu, konstrüksiyon tipi, sulama sistemi, sulama suyu temini, ısıtma sistemi, havalandırma biçimi ve ne amaçla kullanıldığı sorulmuştur. Üretim ve pazarlama yapan 25 kişiden sera bilgileri alınmış ve incelenmiştir. Tüm sera bilgileri tablo 4.28'de gösterilmektedir. Sera kapalı alan bilgileri blok plastik ve tek plastik olarak iki şekilde yapıldığı gözlemlenmiş olup 8 işletme blok plastik, 17 işletme tek plastik olarak serasını kapattığını söylemiştir.

Sera kapatma biçiminin kaliteli olması oldukça önemlidir. İklim koşulları sebebiyle zarar görmemesi gerekmektedir. Kar yağdığında yıkılması veya aşırı rüzgar estiğinde yırtılması durumunda içinde yetişen bitkiler zarar görebilir ve zayıf oluşabilir.

Sera konstrüksiyon tipi olarak 5 işletmeci ahşap ve 20 işletmeci çelik kullanılmış olduğunu söylemiştir. Çelik kullanan işletme sayısı ahşap kullanana göre oldukça yüksektir. İşletmeciler çeliğin ahşaba göre daha dayanıklı olduğu için ahşap tercih ettiklerini söylemişlerdir. Sera sulama biçimi olarak damla sulama sistemini kullanan 5 işletmeci, elle yani hortumla sulama biçimini kullanan 20 işletmeci bulunmaktadır. Sulama suyu temin etme durumu ise 5 işletmeci dere, 20 işletmeci kuyu kullandığını söylemiştir.

Sera ısıtma sistemi olarak 11 işletmeci doğal kapalı alan sıcaklığıyla bıraktığını, 14 işletmeci soba yakarak ısıttığını söylemişlerdir. Sera ısıtması olarak aslında önemli olan süs bitkisi türüdür. Her bitkinin kendine has özellikleri vardır. Bazı bitkiler aşırı

soğuklara dayanabilirken bazı bitkiler soğuğa hiç dayanamaz bu gereksinimler çerçevesinde soba kullanıp kullanmama durumu değişkenlik göstermiştir.

Sera havalandırma sistemine bakıldığında 23 işletmeci sadece yanlardan, 2 işletmeci üst ve yanlardan havalandırdıklarını söylemişlerdir. Sera havalandırması özellikle yaz aylarında gereklidir. Sera kullanım amacı köklendirme ile üretim ve yetiştirme olarak iki grupta incelenmiştir. 4 işletmeci köklendirme olarak kullanırken 21 işletmeci üretim ve yetiştirme amacıyla kullanmaktadır.

Tablo 4.28. Sera bilgileri

Sera bilgileri	Sayı	%
Sera kapalı alan bilgileri		
Blok plastik (vento tipi)	8	14.6
Tek plastik	17	30.9
Sera konstrüksiyon tipi		
Ahşap	5	9.1
Çelik	20	36.4
Sera sulama		
Damla	5	9.1
Elle(hortumla)	20	36.4
Sulama suyu temini		
Dere	5	9.1
Kuyu	20	36.4
Sera ısıtma sistemi		
Doğal	11	20.0
Soba	14	25.5
Sera havalandırma		
Yanlardan	23	41.8
Üst ve yanlardan	2	3.6
Sera kullanım amacı		
Köklendirme	4	7.3
Üretim ve yetiştirme	21	38.2
Toplam üretici	25	45.5

#### 4.2.15. İşletmenin Sahip Olduğu Makine ve Teçhizatlar

Süs bitkileri üreticileri olarak belli başlı makine ve teçhizatlar olarak damla sulama sistemi, traktör, ısıtma sistemleri, yağmurlama sulama sistemi, kamyon, bahçe traktörü, su kuyusu ve ünitesi, toprak eleme makinesi, jeneratör, su tankeri, ekim

makinesi, trans palet, saksı dolum makinesi, ilaçlama makinesi, gübreleme sistemi, çapa makinesi, minibüs, dikim makinesi, otomasyonlu gübreleme sistemi ve drenaj sistemi ele alınmıştır.

İşletmelerin sahip olduğu makine ve teçhizatlar tablo 4.29'da gösterilmiştir. Tabloya göre en fazla sahip olunan alet makine 20 işletmecide bulunan su kuyusu ve ünitesidir. İkinci olarak 18 işletmede bulunan ilaçlama makinesi, üçüncü sırada 15 işletmede bulunan minibüs, dördüncü sırada 14 işletmede bulunan damla sulama sistemi, su tankeri ve çapa makinesidir. Trans palet ve otomasyonlu gübreleme sistemi hiçbir işletmede bulunmamaktadır. Diğer alet ekipmanlar ise az sayıda da olsa işletmelerde bulunmaktadır.

Tablo 4.29. Makine ve teçhizatlar

Makine ve teçhizatlar	Evet		Hayır	
	Sayı	%	Sayı	%
Su kuyusu ve ünitesi	20	36.4	35	63.6
İlaçlama makinesi	18	32.7	37	67.3
Minibüs	15	27.3	40	72.7
Damla sulama sistemi	14	25.5	41	74.5
Su tanker	14	25.5	41	74.5
Çapa makinesi	14	25.5	41	74.5
Gübreleme sistemi	12	21.8	43	78.2
Drenaj sistemi	8	14.5	47	85.5
Yağmurlama sulama sistemi	6	10.9	49	89.1
Toprak eleme makinesi	6	10.9	49	89.1
Isıtma sistemleri	5	9.1	50	90.9
Jeneratör	5	9.1	50	90.9
Traktör	4	7.3	51	92.7
Bahçe traktörü	4	7.3	51	92.7
Kamyon	3	5.5	52	94.5
Dikim makinesi	3	5.5	52	94.5
Ekim makinesi	2	3.6	53	96.4
Saksı dolum makinesi	1	1.8	54	98.2
Transpalet	0	0	55	100
Otomasyonlu gübreleme sistemi	0	0	55	100

#### 4.2.16. Araştırma Bölgesinde Pazarlanan Çiçek Türleri

Süs bitkileri çeşitleri oldukça fazladır. Bu yüzden iç mekan süs bitkileri, dış mekan süs bitkileri, kesme çiçek ve doğal çiçek soğanları olarak dört gruba ayrılmıştır. Süs bitkileri üretimi ve pazarlaması yapan işletmelere birincil ve ikincil olarak en çok hangi ürünleri üretmek ve pazarlamak için tercih ettikleri sorulmuştur. Bu bağlamda

tercih ettiklerini söyledikleri süs bitkileri türleri tablo 4.30'da gösterilmiştir. Tabloda gösterilen türleri gruplar halinde yazmak gerekirse; orkide, antoryum, spat, gardenya, japon şemsiyesi, açelya, kaktüs ve sukulent, yuka iç mekan süs bitkileri içinde yer alırken mevsimlik çiçek, taflan, leylandi, sarmaşık, mazı, papatya, oya, serviçam, gül, şimşir, dış budak, akçaağaç, kurtbağrı, limoni servi, yuka, palmiye, sarmaşık gül, fenix, kamelya, zakkum, alev, pittosporum, ortanca, nandina, yasemin, mavi servi, abelya, kartopu, ispirye, akasya, süs eriği, at kestanesi, ağaçatmi dış mekan süs bitkileri içerisinde yer almaktadır.

Tablo 4.30'a bakıldığında süs bitkisi türlerinden en çok tercih edilenler sırasıyla %63.5 kaktüs ve sukulent, %56.4 açelya, %54.5 kesme çiçek ve gardenya, %52.7 orkide ve spat, %50.9 antoryum, %45.5 mevsimlik çiçek, %43.6 japon şemsiyesi, taflan, gül, alev, %41.8 yuka, ortanca, %40 papatya, şimşir, %36.4 zakkum, yasemin, abelya, %34.5 leylandi, sarmaşık, limoni servi, %32.7 oya, serviçam, pittosporum, %30.9 sarmaşık güldür. Tercih edilen süs bitkisi türlerine bakıldığında bazı çiçek türleri üretim yapmak için tercih edilirken bazı süs bitkisi türleri sadece pazarlama yapan işletmeler tarafından tercih edilmektedir. Örneğin kesme çiçek pazarlaması yapan işletmeler harici sadece kesme çiçek üretip pazarlayan işletmeler de vardır. Anket aşaması sırasında kesme çiçek yetiştiricilerinin gül, karanfil, glayöl, gerbera, şebboy ürettikleri; mevsimlik çiçek içerisinde doğal çiçek soğanları grubunda yer alan sklamen, nergis, sümbül üretimi yaptıkları gözlenmiştir.

Anket aşaması sırasında 30 işletme sadece pazarlama yapan işletmeler olduğu ve sadece pazarlama yapan işletmelerin çoğunlukla iç mekan süs bitkileri tercih ettikleri gözlemlendiği için en fazla tercih edilen türler; kaktüs ve sukulent, açelya, kesme çiçek, gardenya, orkide, spat, antoryum olarak gözükmektedir. Üretim ve pazarlama yapan işletmelerde en fazla tercih edilen çiçek türleri mevsimlik çiçektir. Mevsimlik çiçek içerisinde yer alan türler ise kış aylarında; menekşe, çuha, nergis, sklamen, şeker tabağıdır. Yaz aylarında tercih edilen türler ise petunya, begonya, horozibiği, ateş, kadife, yıldız, gaura, medine çiçeği, zinya, sardunya, yenedünya, gül begonyadır.

Üretim ve pazarlama yapan işletmelerde genellikle çelikle çoğaltım yöntemi kullanılmakta ve üretim için en fazla tercih ettikleri birincil ürünler, gül, alev, taflan, yuka, ortanca, papatya, şimşir, zakkum, yasemin, abelya, leylandi, sarmaşık türleri içerisinde Amerikan sarmaşık, hедера sarmaşık, limoni servi, oya, pittosporum, sarmaşık gül, mazı ve ispiryedir.

Üretim ve pazarlama yapan işletmelerde tercih edilen ikincil ürünler ise, dış budak, mavi servi, ağaçhatmi, akasya, akçaağaç, kurtbağrı, fenix, palmiye ve atkestanesidir. İkincil olarak tercih edilmesinin sebebi ise satışının daha az olmasıdır. Tüm çiçek türleri içerisinde doğal çiçek soğanları çok az tercih edilmektedir.

Tablo 4.30. Çiçek türleri

Çiçek türü	Evet		Hayır	
	Sayı	%	Sayı	%
Kaktüs ve sukulent	35	63.5	20	36.4
Açelya	31	56.4	24	43.6
Kesme çiçek	30	54.5	25	45.5
Gardenya	30	54.5	25	45.5
Orkide	29	52.7	26	47.3
Spat	29	52.7	26	47.3
Antoryum	28	50.9	27	49.1
Mevsimlik çiçek	25	45.5	30	54.5
Japon şemsiyesi	24	43.6	31	56.4
Taflan	24	43.6	31	56.4
Gül	24	43.6	31	56.4
Alev	24	43.6	31	56.4
Yuka	23	41.8	32	58.2
Ortanca	23	41.8	32	58.2
Papatya	22	40	33	60
Şimşir	22	40	33	60
Zakkum	20	36.4	35	63.6
Yasemin	20	36.4	35	63.6
Abelya	20	36.4	35	63.6
Leylandi	19	34.5	36	65.5
Sarmaşık	19	34.5	36	65.5
Limoniservi	19	34.5	36	65.5
Oya	18	32.7	37	67.3
Serviçam	18	32.7	37	67.3
Pittosforum	18	32.7	37	67.3
Sarmaşık gül	17	30.9	38	69.1
Mazı	16	29.1	39	70.9
İspirye	16	29.1	39	70.9
Kamelya	15	27.3	40	72.7
Nandina	15	27.3	40	72.7
Kartopu	15	27.3	40	72.7
Süs eriği	13	23.6	42	76.4
Dışbudak	12	21.8	43	78.2
Mavi servi	12	21.8	43	78.2
Ağaçhatmi	12	21.8	43	78.2
Akasya	11	20	44	80
Akçaağaç	9	16.4	46	83.6
Kurtbağrı	9	16.4	46	83.6
Fenix	7	12.7	48	87.3
Palmiye	6	10.9	49	89.1
At kestanesi	3	5.5	52	94.5

#### 4.2.17. İşletmelerde Süs Bitkisi Yetiştirme Şekilleri

Süs bitkisi yetiştirme veya çoğaltma yöntemleri olarak tohumla üretim, çelikle üretim, göz aşısı ve yaprak aşısı ile üretim ve daldırma yapılarak üretim gerçekleştirilir.

Süs bitkisi üretim yöntemleri tablo 4.31’de gösterilmiştir. Tabloya bakıldığında en fazla %38.2 oranla çelikle üretim yapılırken daha sonra ki en yüksek oran %23.6 ile gözaşısı ve yaprak aşısı ile üretim yaptıkları gözlemlenmiştir. Bu iki üretim şeklinin daha çok tercih edilmesinin sebebi daha kolay çoğaltım gerçekleşmesidir. En az tercih edilen üretim şekli %86.6’lık oranla tohumla üretim şeklindedir. En az tercih edilmesinin sebebi ise çoğaltımın daha zor gerçekleşmesi, her tohumun tutmaması gibi sebeplerdir.

Tablo 4.31. Üretim yöntemleri

Üretim yöntemleri	Evet		Hayır	
	Sayı	%	Sayı	%
Tohumla üretim	9	16.4	46	83.6
Çelikle üretim	21	38.2	34	61.8
Göz aşısı ve yaprak aşısı ile üretim	13	23.6	42	76.4
Daldırma üretim	2	3.6	53	96.4

#### 4.2.18. Süs Bitkileri Sektöründe Ürün Sigortası Yaptırma ve Kayıt Tutma Durumu

Ürün sigortası yaptırmak kısaca ürünü güvenceye almaktır. Süs bitkileri de canlı bir türdür ve iklimden çok çabuk etkilenecek şekilde çabuk bozulabilen çok fazla ilgi bekleyen ve bakım isteyen türlerdir. Yaz mevsiminin süs bitkilerini üretmek için kıştan hazırlığa başlanılır ve eğer kışın beklenmedik kar yağarsa ya da sera zarar görüp yıkılırsa ürünler tahribata uğramış olur. Eğer ürün sigortası varsa sigorta zarar bedelini karşılar ve böylece işletmeci büyük bir zararı daha az kayıpla atlattığı olur .

Ürün sigortası yaptırıp yaptırmama durumu tablo 4.32’de gösterilmiştir. Tabloya göre %92.7 gibi yüksek bir oranla şirketlerin tarım sigortası yaptırmadıkları gözlemlenmiştir.

Tablo 4.32. Ürün sigortası

Ürün sigortası	Sayı	%
Evet	4	7.3
Hayır	51	92.7
Toplam	55	100.0

Muhasebe kayıtları tutmak her sektörde olduğu gibi süs bitkileri sektöründe de önemlidir. Süs bitkisi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin kayıt tutma durumları ve kayıt tutmama nedenleri tablo 4.33'te gösterilmiştir. %56.4 oranıyla kayıt tutma oranının daha yüksek olduğu görülmektedir. Tutulan kayıtlar ise cari hesaplar ve stoklardır. %43.6 oranıyla kayıt tutmayanların kayıt tutmama nedeni kayıt tutmaya gerek duymaması ve kayıt tutmanın zor gelmesi olarak iki kategoride incelenmiştir. Kayıt tutmayan 24 kişinin 16'sı kayıt tutmaya gerek duymadığını söylemişlerdir.

Tablo 4.33. Kayıt tutma

Kayıt tutma	Sayı	%
Evet	31	56.4
Hayır	24	43.6
Toplam	55	100.0

#### 4.2.19. Sadece Satış yapan İşletmelerin Pazarlama Yaptıkları Ürünleri Aldıkları Yerler

Sadece pazarlama yapan işletmeler genellikle ürün alımı yapsa da üretim ve pazarlama yapan işletmelerde üretim yapmadığı ürünlerden almaktadırlar. Ürün alınan yerler tablo 4.34'te gösterilmiştir. Tabloya göre en çok ürün alınan yer %61.8 Yalova , %54.5 İzmir, %43.6 mezar, %32.7 Antalya, %29.1 Samsun içi üreticiden almaktadırlar.

Mezar, taşınır ya da taşınmaz malların açık artırma yoluyla alım ya da satımının yapıldığı yerdir. Sadece pazarlama yapan işletmeler kesme çiçeklerini mezar satımı yapan yerlerden almaktadır.

Tablo 4.34. Ürün alınan yerler

Ürün alınan yerler	Alıyor		Almıyor	
	Sayı	%	Sayı	%
Yalova	34	61.8	21	38.2
Antalya	18	32.7	37	67.3
İzmir	30	54.5	25	45.5
Mezar	24	43.6	31	56.4
Samsun içi üretici	16	29.1	39	70.9

#### 4.2.20. Hizmeti Müşterinin Ayağına Götürme ve Online Satış Durumu

Hizmeti müşterinin ayağına götürmek satış yapma kapasitesini artırmaktadır. Dış mekan süs bitkileri alan kişilerin malzemeleri taşıyarak arabası yoksa ve müşteriye

götürme hizmeti yoksa satış yapma durumu aza iner. Aynı durum sadece pazarlama yapan işletmeler için de söz konusudur. Hediye olarak başkasının çiçek götürmesini isteyip sürpriz yapmak isteyebilir. Tüm bu açılardan hizmeti müşterinin ayağına götürmek son derece önemlidir.

Hizmeti müşterinin ayağına götürme durumu tablo 4.35'te gösterilmiştir. Tabloya göre %90.9 gibi yüksek bir oranla hizmeti müşteriye götürdükleri görülmektedir.

Tablo 4.35. Hizmeti müşterinin ayağına götürme durumu

Hizmeti müşteriye götürme durumu	Sayı	%
Evet	50	90.9
Hayır	5	9.1
Toplam	55	100.0

Online satış müşterilerin mobil uygulamasından kolayca sipariş vermelerini sağlayarak satışını artırmaktadır. Online satış durumu tablo 4.36'da gösterilmiştir. Tabloya göre %54.5 oranıyla online satış yapmadıklarını, %45.5 gibi oranla online satış yaptıkları gözlemlenmiştir.

Tablo 4.36. Online satış

Online satış	Sayı	%
Evet	25	45.5
Hayır	30	54.5
Toplam	55	100.0

### 4.3. Süs Bitkileri Sektöründe Karşılaşılan Sorunlar

Her sektörde olduğu gibi süs bitkileri sektöründe de karşılaşılan birçok problem bulunmaktadır. İşletmelerin karşılaştıkları problemlerin ortaya konulması işletmeler açısından farkındalık oluşturmakta ve sorunlara yönelik belli başlı çözümler getirilmesi açısından son derece önemlidir. Tez çalışmasının asıl amacı süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların sorunlarını tespit etmek olduğu için bu bölüm tezin ana amacını ortaya koymaktadır.

#### 4.3.1. İşgücü Temini Sorunu

İşgücü temini sorunu tablo 4.37'de gösterilmiştir. %67.3 gibi yüksek oranla işgücü temininde sorun yaşadıklarını, %32.7 oranına sahip 18 işletmecinin işgücü temini sorunu yaşamadıkları gözlemlenmiştir.

İşgücü temini sorunları arasında kalifiye eleman eksikliği, işgücü maliyetinin yüksek olması ve işgücünün süreklilik göstermemesi gibi nedenler bulunmaktadır. İşgücü temininde sorun yaşayanlar bilinçsiz ilaçlama yapıp çok fazla zayıatın oluşması, bakımsızlık sebebiyle bitkilerin kuruması, bitkilerin özelliklerini bilmeyip yanlış sulama yöntemi kullanmaları gibi nedenler ileri sürerek işgücü konusunda sorun yaşadıklarını ileri sürmüşlerdir.

Tablo 4.37. İşgücü temini sorunu

İşgücü temini sorunu	Sayı	%
Evet	37	67.3
Hayır	18	32.7
Toplam	55	100.0

#### 4.3.2. Enerji ve Sulama Suyu Sorunu

Enerji sorunu tablo 4.38’de gösterilmiştir. İşletmelerin %54.5 oranıyla enerji sorunu yaşamadıkları gözlemlenmiştir. 25 işletme üretim ve pazarlama yaparken 30 işletme sadece pazarlama yaptığı gözlemlenmiş olup toplam 55 işletme ile anket çalışması yapılmıştır. Enerji sorunu yaşayan 25 işletme üretim ve pazarlama yapan işletmeler olup sadece pazarlama yapan işletmelerin enerji sorunu yaşamadıkları gözlemlenmiştir. Üretim ve pazarlama yapan işletmelerin enerji sorunu yaşamasının sebebi üretim yaptıkları halde tarımsal tarifeli enerji kullanamadıkları ve enerji maliyetinin yüksek olmasıdır.

Tablo 4.38. Enerji sorunu

Enerji sorunu	Sayı	%
Evet	25	45.5
Hayır	30	54.5
Toplam	55	100.0

Sulama suyu sorunu tablo 4.39’da gösterilmiştir. İşletmecilerin 37’si %67.3 oranıyla sulama suyu sorunu yaşamadıkları 18 işletmenin sulama suyu sorunu yaşadıkları gözlemlenmiştir. Sulama suyu sorunu yaşamalarının nedeni olarak kireç ve tuz oranının yüksek olması ve ph değerinin yüksek olması sebebiyle sorun yaşadıklarını ileri sürmüşlerdir.

Tablo 4.39. Sulama suyu sorunu

Sulama suyu sorunu	Sayı	%
Evet	18	32.7
Hayır	37	67.3
Toplam	55	100.0

#### 4.3.3. Kredi Kullanım Sorunu

Kredi kullanım sorunu tablo 4.40'da gösterilmiştir. 32 işletmeci kredi kullanmakta herhangi bir sorun yaşamadığını söylerken 23 işletmeci kredi kullanım sorunu yaşadığını söylemiştir. Kredi kullanım sorunu nedenleri olarak işletmeci düşük maliyetli ve kolay yollu kredi kullanmadığını söylemiştir.

Tablo 4.40. Kredi kullanım sorunu

Kredi kullanım sorunu	Sayı	%
Evet	23	41.8
Hayır	32	58.2
Toplam	55	100.0

#### 4.3.4. Hastalık ve Zararlı Sorunu

Hastalık ve zararlı sorunu tablo 4.41'de gösterilmiştir. İşletmecilere genel olarak hastalık ve zararlı sorunu yaşayıp yaşamadıkları sorulduğunda 30 işletmeci yaşadıklarını, 25 işletmeci yaşamadığını söylemiştir. Hastalık ve zararlı türleri olarak bakıldığında 21 işletmecinin nematod gördüğü, 19 işletmecinin mantari hastalık olduğunu, 12 işletmeci külleme ve karaleke olduğunu ve 8 işletmeci kırmızı örümcek olduğunu söylemiştir. Hastalık sonucu zirai ilaç almanın zorunlu hale gelmesi ve zirai ilaçların maliyetli olması işletmecileri olumsuz yönde etkilemektedir.

Tablo 4.41. Hastalık ve zararlı sorunu

Hastalık ve zararlı sorunu	Evet		Hayır	
	Sayı	%	Sayı	%
Hastalık ve zararlı sorunu	30	54.5	25	45.5
Mantari hastalık	19	34.5	36	65.5
Nematod	21	38.2	34	61.8
Külleme ve karaleke	12	21.8	43	78.2
Kırmızı örümcek	8	14.5	47	85.5

#### 4.3.5. Teknik Bilgi Sorunu ve Örgütlenme Sorunu

Teknik bilgi sorunu tablo 4.42’de gösterilmiştir. 31 işletmeci teknik bilgi sorunu yaşadığını söylerken 24 işletmeci teknik bilgi sorunu yaşamadığını söylemiştir. Teknik bilgi sorunu yaşama nedenleri olarak bilinçsiz ilaçlama ve gübreleme yapıldığını, işlerin tecrübeyle yürüdüğünü söylemiştir.

Tablo 4.42. Teknik bilgi sorunu

Teknik bilgi sorunu	Sayı	%
Evet	31	56.4
Hayır	24	43.6
Toplam	55	100.0

Örgütlenme sorunu tablo 4.43’te gösterilmiştir. 29 işletmeci örgütlenme sorunu olmadığını söylerken 26 işletmeci örgütlenme sorunu yaşadığını söylemiştir. Örgütlenme sorunu nedenleri olarak etkin ve yeterli olmadığını dile getirmişlerdir. Üretim ve pazarlama yapan işletmelerin SÜSBİR’e üye oldukları gözlemlenmiştir.

Tablo 4.43. Örgütlenme sorunu

Örgütlenme sorunu	Sayı	%
Evet	26	47.3
Hayır	29	52.7
Toplam	55	100.0

#### 4.3.6. Pazarlamada Karşılaşılması Muhtemel Sorunlar

Pazarlamada karşılaşılan belli başlı sorunları önem düzeyine göre sıralayıp bu amaçla toplanan verilerle tablo 4.44 hazırlanmıştır. Ankette yer verilen, pazarlamada karşılaşılabilecek sorunlar olarak görülen 16 faktör beşli Likert ölçeğiyle sorulmuş olup her birinin ortalama ve standart sapması hesaplanmıştır. Ortalamaların yorumlanmasında aşağıdaki yorumlama skalası geliştirilmiştir. Ortalama 1.00-1.49 arası = Kesinlikle Katılmıyorum (KKtm), 1.50-2.49 arası = Katılmıyorum (Ktm), 2.50-3.49 arası = Kararsızım (Krz), 3.50-4.49 arası = Katılıyorum (K) ve 4.50-5.00 arası = Kesinlikle Katılıyorum (KK). Bu ıskalaya göre denekler, araştırmada yer verilen 16 faktörden on bir adetini katılmakta, beş adeti için kararsız kalmaktadır. Ortalamalar arasında Kesinlikle Katılıyorum, Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum kategorilerine düşen faktöre rastlanmamıştır.

Ortalaması en yüksek çıkan ve işletmelerin en çok katıldıkları sorun “Üretim maliyetlerinin fazla olması pazarlamada fiyat artışına neden oluyor” olmuştur. Bunu sırasıyla “Enflasyonun giderek yükselmesi pazarlamada azalmaya neden oluyor” ve “Pazarlama sadece tek bir mevsimde yoğun olarak yaşanıyor” sorunları izlemiştir. İşletmelerin kararsız kaldıkları sorunlar “Pazarlama üretimden ayrı bir branş olarak yapılmalı”, “Pazarlama üretim miktarını karşılamıyor”, “Peşin satış geleneği yerleşmemiş”, “Veresiye satışlarda tahsilat yapmak zor” ve “Satışı yapılamayan ürünlerde zayıf fazla oluyor” olmuştur.

Tablo 4.44. Pazarlamada karşılaşılmaması muhtemel sorunlar

Pazarlamada karşılaşılmaması muhtemel sorunlar	Ortalama	Standart sapma	Katılma kategorisi
Üretim maliyetlerinin fazla olması pazarlamada fiyat artışına neden oluyor	4.45	0.60	K
Enflasyonun giderek yükselmesi pazarlamada azalmaya neden oluyor	4.35	0.82	K
Pazarlama sadece tek bir mevsimde yoğun olarak yaşanıyor	4.27	0.89	K
Fiyatlar istikrarlı değil	4.2	0.91	K
Pazarlamada haksız rekabet bulunmaktadır	4.05	0.87	K
Kentleşme yoğun olduğundan evlerin önünde yeşil alan ve çiçek yetiştirme kültürü oluşmamış	4.0	1.03	K
Kalifiye eleman eksikliği var	3.89	1.18	K
Süs bitkileri için devamlı işlevsel olan pazar eksikliği var	3.81	1.07	K
Pazarlama profesyonel bir şekilde yapılmıyor	3.76	0.99	K
Pazarlama üretim miktarından daha düşük seviyede gerçekleşiyor	3.76	1.08	K
Toplumda süs bitkileri ve çiçek kültürü yeterince gelişmemiş	3.74	1.16	K
Pazarlama üretimden ayrı bir branş olarak yapılmalı	3.45	1.14	Krz
Pazarlama üretim miktarını karşılamıyor	3.42	1.29	Krz
Peşin satış geleneği yerleşmemiş	3.2	1.28	Krz
Veresiye satışlarda tahsilat yapmak zor	3.09	1.35	Krz
Satışı yapılamayan ürünlerde zayıf fazla oluyor	2.96	1.23	Krz

#### 4.3.7. İşletmenin Sektöre İlişkin Düşünce ve Önerileri

İşletmenin sektöre ilişkin düşünce ve önerilerini önem düzeyine göre sıralayıp bu amaçla toplanan verilerle tablo 4.45 hazırlanmıştır. Ankette yer verilen, işletmenin sektöre ilişkin düşünce ve önerileri olarak görülen 10 faktör beşli Likert ölçeğiyle sorulmuş olup her birinin ortalama ve standart sapması hesaplanmıştır. Ortalamaların yorumlanmasında aşağıdaki yorumlama skalası geliştirilmiştir. Ortalama 1.00-1.49 arası = Kesinlikle Katılmıyorum (KKtm), 1.50-2.49 arası = Katılmıyorum (Ktm), 2.50-3.49 arası = Kararsızım (Krz), 3.50-4.49 arası = Katılıyorum (K) ve 4.50-5.00

arası = Kesinlikle Katılıyorum (KK). Bu ıskalaya göre işletmeler, araştırmada yer verilen 10 faktörden bir adetine kesinlikle katılmakta, dokuz adetine katılmaktadır. Ortalamalar arasında Kararsızım, Katılmıyorum ve Kesinlikle Katılmıyorum kategorilerine düşen faktöre rastlanmamıştır.

Tablo 4.45. Katılımcıların sektöre ilişkin düşünce ve önerileri

Katılımcıların sektöre ilişkin düşünce ve önerileri	Ortalama	Standart sapma	Katılma kategorisi
Ucuz ve kolay kredi temini	4.50	0.57	KK
Fuarlara katılımlar teşvik edilmeli	4.49	0.72	K
Sabit yatırımlar desteklenmeli	4.47	0.60	K
Sektör tanımlanmalı, tanıtılmalı	4.44	0.63	K
Havzasal ve ürün bazlı destekleme verilmeli	4.36	0.58	K
Yoğun eğitim faaliyeti yapılmalı	4.30	0.66	K
Organik süs bitkileri bölgesi kurulmalı	4.27	0.70	K
İhtisas borsası kurulmalı	4.11	0.79	K
İhracata yönelmeli	4.10	0.87	K
Gümrük muafiyeti getirilmeli	4.09	0.82	K

#### 4.4. Samsun İlinde Süs Bitkileri Sektörünün Geliştirilme Olanakları

Süs bitkileri sektöründe işletmelerin geliştirme olanaklarını ortaya koyabilmek için katılımcılarla SWOT analizi yapılmıştır. SWOT analizi, işletmelerin kendi iç özellikleriyle alakalı güçlü ve zayıf yönlerini belirlemek, iç ve dış çevreden kaynaklanan fırsat ve tehditlerini saptamak için kullanılan stratejik bir yöntemdir. Bu yöntemle işletmelerin çevresel faktörlerin incelenmesini, işletmenin geleceği açısından önemli olan fırsatların saptanmasını, işletmeye tehdit unsuru oluşturabilecek faaliyetlerin önceden fark edilip önlem alınmasını sağlar. İşletmenin güçlü yönlerinin ortaya çıkmasını ve bunların hangi durumlarda, koşullarda ve ortamlarda kullanılması gerekebileceğinin saptanmasını, işletmenin zayıf yönlerinin belirlenerek önlem alınmasını, zayıf yönlerin olası tehditler karşısında işletmeyi düşürebileceği zor durumlarının analiz edilmesini ve benzeri stratejik ve planlamacı yaklaşımları kapsamaktadır.

SWOT analizinin sektörün gelişmesi açısından faydalarına bakacak olursak; işletmenin ve onu çevreleyen ortamın tüm yönleriyle anlaşılıp algılanmasını sağlar, mevcut durumun görülüp ileride atılacak olan adımların daha sağlıklı, etkili ve stratejik olmasını sağlar, işletmenin güçlü ve zayıf yönleri ile karşı karşıya olduğu tehdit ve fırsatların net bir şekilde görülmesine imkan sunar ve işletmenin güçlü

yönlerinden ve fırsatlardan faydalanmayı, zayıf yönlerini azaltmayı, tehditlere karşı önlemler almayı kolaylaştırır.

Tüm bu özellikler dikkate alındığında yapılan anket çalışması sırasında işletmelerle yapılan SWOT analizi tablo 4.46’da verilmiştir. Tabloda işletmelerin süs bitkileri sektöründeki güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri belirtilmektedir.

Tablo 4.46. Süs bitkileri sektörünün SWOT Analizi

<b>Güçlü yönler</b>	<b>Zayıf yönler</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• İklimin uygun olması</li> <li>• İşletmelerin şehrin merkezi konumunda bulunması</li> <li>• İşletmelerin arazi büyüklüklerinin geniş alanda ya da kendilerine yetecek boyutta olması</li> <li>• İşletmelerde kurulan tesislerin yeni ve kullanılabilir durumda olması</li> <li>• Kira fiyatlarının makul seviyelerde olması</li> <li>• Arazi yapısının düz, rüzgar almayan, güney kesimlerde, rakımı yüksek olmayan deniz seviyesinde tercih edilmesi</li> <li>• Elit ve kaliteli işçilik olması</li> <li>• Süs bitkileri çeşitlerinin çok olması her mevsime farklı ürün çeşitliliği sunması ve çok yıllık bitkiler bulunması açısından sürdürülebilir olması</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Süs bitkilerinin yoğun sıcaklık isteyen türlerin kış soğuklarında yetiştirilememesi</li> <li>• Büyük pazarlara uzak olması ve şehir içi süs bitkisi üreticisinin azlığı</li> <li>• Özel günlerde daha yoğun olarak tercih edilmesi ve müşteri yoğunluğunun tüm yıl değil belirli mevsimlerde yoğunlaşması</li> <li>• Toplumda yeşil alan kültürünün yeterince gelişmemiş olması</li> <li>• Süs bitkileri canlı tür olduğu için gerekli bakım ve alaka gösterilmediğinde formunun bozulması</li> <li>• Hastalık ve zararlılarla mücadele</li> <li>• Bilinçsizlik ve eğitimsizlik</li> <li>• Reklam azlığı</li> <li>• Süs bitkileri sektörüne bölgesel desteğin olmaması</li> </ul>
<b>Fırsatlar</b>	<b>Tehditler</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bölgenin çiçek yetiştirmeye uygun olması</li> <li>• Miras yoluyla elde edilen arazinin değerlendirilmesi</li> <li>• Arazilerin verimli olması</li> <li>• Üretim yapan işletmelerin az sayıda olması sadece pazarlama yapan işletmelere ürün satımının fazla olması üretim yapan işletmelerin kar marjının artmasına sebep olmaktadır</li> <li>• Su miktarının fazla olması ve sıkıntısının yaşanmaması</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Büyük çaplı şirketlerin küçük çaplı işletmelerin önüne geçmesi</li> <li>• Kış soğukluğuna dayanamayan ürünlerin zarar görmesi</li> <li>• Enflasyonun yükselmesi</li> <li>• Süs bitkileri sektöründe herhangi bir yatırım ve teşviklerin tanıtımının yapılmaması</li> <li>• Hastalık ve zararlı problemi sonucu zirai ilaç alınması gerektiğinde zirai ilaç masrafının yüksek seviyede olması</li> </ul>

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Samsun İlinde süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren katılımcıların sorunlarını belirlemek ve sorunlarına çözüm bulmak amacıyla yapılan bu çalışmada sonuç ve öneriler kısmı; araştırmadan elde edilen bulguların özetlenmesi, bu bulgulara dayanılarak araştırma hipotezleri ve amaçları bağlamında çıkarılan sonuçlar ve geliştirilen öneriler şeklinde organize edilmiştir.

Araştırmada ortaya çıkan genel bir işletmeci profili; ortalama yaşı 42.6 olan, lise mezunu, erkek işletmeci, sosyal güvencesi bulunan, evli olan, 3.38 kişilik ailesi bulunan, Atakum ve İlkadım ilçelerinde ikamet eden, meslek olarak süs bitkisi sektörünü tercih eden, aile yıllık geliri 168563.64 TL, süs bitkilerinden elde edilen yıllık geliri 152109.09 TL olan bireydir.

İşletme faaliyetine göre bakıldığında üretim ve pazarlama yapan katılımcılarla sadece pazarlama yapan katılımcılar arasında sosyoekonomik özellikleri arasındaki fark incelendiğinde, üretim ve pazarlama yapan katılımcıların yaşı %44 oranında 30-35 yaş aralığındayken sadece pazarlama yapan katılımcıların yaşı %60 oranında 36-50 yaş aralığında bulunmuş olup sadece pazarlama yapan katılımcıların daha genç oldukları gözlemlenmiştir. Üniversite mezunu olanların oranı üretim ve pazarlama yapan katılımcılarda %56 iken bu oran sadece pazarlama yapan katılımcılarda %30 olarak gözlemlenmiş olup üretim ve pazarlama yapan katılımcıların daha eğitimli olduğu tespit edilmiştir. Her iki faaliyette de erkek katılımcıların çoğunlukta olduğu ve evli oldukları tespit edilmiştir. Faaliyet yapılan ilçelere göre bakıldığında sadece pazarlama yapan işletmelerin %50.0 oranıyla İlkadım'da faaliyet gösterirken üretim ve pazarlama yapan işletmeler çoğunlukla %28 Atakum, %24 19 Mayıs ilçesinde faaliyet gösterdiği gözlemlenmiştir. Hem üretim ve pazarlama yapan katılımcılar hem de sadece pazarlama yapan katılımcıların sosyal güvenceye bağlı oldukları ve çoğunlukla asıl meslek olarak süs bitkisi sektörünü tercih ettikleri tespit edilmiştir. Her iki faaliyete de bakıldığında aile fert sayılarının çoğunlukla 3-4 kişilik olduğu gözlemlenmiştir. Aile yıllık geliri 200 binin üzerinde olan katılımcıların oranı üretim ve pazarlama yapan işletmelerde %32.0, sadece pazarlama yapan işletmelerde %23.3 olarak bulunmuştur. Süs bitkilerinden elde edilen yıllık gelire bakıldığında oranlar sırasıyla %28.0, %16.6 olarak bulunmuştur. Hem aile yıllık geliri hem de süs bitkileri yıllık gelirinin üretim ve pazarlama yapan işletmelerde daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Bu bağlamda araştırmanın ilk hipotezi olan "H1: Üretim ve

pazarlama yapan işletmelerle sadece pazarlama yapan işletmeler arasında sosyoekonomik farklılıklar vardır” test edilmiş ve tüm bu veriler ışığında doğru bir hipotez olmadığı ortaya çıkmıştır. Çünkü değerler her iki faaliyeti gösteren katılımcılar içinde birbirlerine çok yakın çıkmış olup yapılan Fisher Testi ve Ki-Kare Testi sonuçları arasında genelde istatistiki açıdan anlamsız bir bağlantı bulunduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Araştırma bölgesindeki işletmelerin genel özellikleri üretim ve pazarlama yapan işletmeler ve sadece pazarlama yapan işletmeler olarak iki grupta incelendiğinde; işletme yaşı her iki faaliyeti gösteren grupta da 0-15 yaşın çoğunlukta olduğu gözlemlenmiştir. İşletmelerin hukuki yapısı süs bitkileri sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çoğunlukla şahıs işletmesi olduğu ve mülkiyet durumunun kendilerine ait olduğu gözlemlenmiştir. İşletmelerin süs bitkisi sektöründe faaliyet gösterme durumlarına bakıldığında 12 işletmenin iç mekan süs bitkisi ürettiği, 26 işletmenin sadece pazarlama yaptığı; 19 işletmenin dış mekan süs bitkisi ürettiği, 9 işletmenin sadece pazarlama yaptığı; 5 işletmenin kesme çiçek üretimi yaptığı, 23 işletmenin sadece pazarlamada kesme çiçek kullandığı; doğal çiçek soğanları olarak hem üretim ve pazarlama yapan işletmeler hem de sadece pazarlama yapan işletmelerin çok az sayıda üretim ve pazarlama yaptığı gözlemlenmiştir. İşgücü kullanma durumları üretim ve pazarlama yapan işletmelerde %40 oranında aile işgücü ile devamlı işgücü eşit oranda kullanıldığı, sadece pazarlama yapan işletmelerde %43.3 oranında devamlı işgücü kullanıldığı sonucu elde edilmiştir. İşgücü yoğunluk dönemi üretim ve pazarlama yapan işletmelerde %40.0 oranında ilkbaharda, %63.3 oranında sadece pazarlama yapan işletmelerin yazın yoğunluk gösterdiği gözlemlenmiştir. Her iki grupta da yer alan işletmelerin teknik eleman çalıştırmadıkları tespit edilmiştir. Üretim ve pazarlama yapan işletmelerin %40.0 oranında kooperatif veya birliğe üye oldukları, sadece pazarlama yapan işletmelerde %60.0 oranıyla daha fazla kooperatif veya birliğe üye oldukları tespit edilmiştir. Her iki grupta da tarımsal amaçlı kredi kullanımı olmadığı gözlemlenmiştir. Üretim ve pazarlama yapan işletmelerin %52 oranında sektör dışı faaliyet gösterirken, bu oran sadece pazarlama yapan işletmelerde %20’dir. Her iki grupta da tarımsal yatırım yapmadıkları gözlemlenmiştir. Tüm bu özellikler dikkate alındığında araştırmanın ikinci hipotezi olan “H2: İşletmelerin genel özellikleri bakımından üretim ve pazarlama yapan işletmeler ile sadece pazarlama yapan işletmeler arasında farklılıklar vardır” test edilmiş ve her iki grupta da bazı yönlerden

ortak ya da birbirine yakın sonuçlar çıkmış olsa da aralarında gerçekten farklılıklar olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Sadece pazarlama yapan işletmelerin tarım arazisi olmadığı genellikle kapalı dükkan kullandıkları, iç mekan süs bitkileri ve kesme çiçek pazarlaması yaptıkları tespit edilmiş olup, üretim ve pazarlama yapan işletmelerin dış mekan süs bitkisi üretimi yapmaları için sera ya da açık alana ihtiyaç duydukları, kesme çiçek üretimi yapan işletmelerinse sera gibi kapalı alana ihtiyaç duydukları gözlemlenmiştir. Tüm bu özellikler dikkate alındığında araştırma çerçevesinde arazi varlıkları ve arazi büyüklükleri, kullanılan alan bilgileri, sera bilgileri, sahip olunan makine ve teçhizatlar, araştırma bölgesinde pazarlanan çiçek türleri, süs bitkisi yetiştirme şekilleri, ürün sigortası yaptırma ve kayıt tutma durumu, satış yapan işletmelerin ürün aldıkları yerler, hizmeti müşteriye götürmek ve online satış yapan işletmeleri tespit etmek amacıyla tüm bu özellikler frekans, ortalama, standart sapma gibi verilerle analiz edilmiş olup karşılaştırma yapılmamıştır.

Mükremin Temel 2011 yılında Yalova'da yaptığı tez çalışması sonuçlarına göre işletmelerin yaklaşık %15.6'sının süs bitkileri sektörü dışında bir faaliyeti bulunuyor iken %84.4'ünün sektör dışı faaliyeti yokken Samsun'da yaptığım tez çalışmasında sektör dışı faaliyet oranı %52 olup daha fazla olduğu gözlemlenmiştir.

Üretim ve pazarlama yapan işletmelerin arazi varlıkları incelendiğinde ortalama toplam arazi varlığı 19.15, ortalama kiralık arazi varlığı 10.7, ortalama kendi mülkü 9.01'dir. Araziler genellikle küçük yapıda olduğu kadar çoğunlukla kiralık arazi olduğu gözlemlenmiştir. Sadece pazarlama yapan işletmelerin arazi varlıkları ve parsel sayıları SPSS programına sıfır olarak girilmiştir. Üretim ve pazarlama yapan işletmelerde ortalama parsel sayısı 1.76 olarak hesaplanmıştır. 25 işletmecinin kendine ait serası, 8 işletmecinin kendine ait açık alanı, 13 işletmecinin açık alanda kiracı olduğu ve 26 işletmeci dükkana kira vererek süs bitkisi faaliyeti gerçekleştirmektedir. Süs bitkisi üreticilerinin sera bilgilerine bakıldığında 25 üreticinin de serası olduğu tespit edilmiştir. Sera genellikle blok plastik ve çelikten yapılmış, sulama elle yapılmakta, sulama suyu temini kuyudan elde edilirken ısıtma olarak soba kullanılmakta, yanlardan havalandırma yapılmakta, üretim ve yetiştirme amacıyla sera kullanılmaktadır. Üretim ve pazarlama yapan işletmelerde birçok makine ve teçhizat kullanılmakta olup en çok kullanılanlar sırasıyla su kuyusu ve ünitesi, ilaçlama makinesi, minibüs, çapa makinesi, damla sulama sistemi ve gübreleme sistemi kullanılmaktadır. En çok tercih edilen çiçek türleri %63.5 kaktüs ve sukulent, %56.4

açelya, %54.5 kesme çiçek ve gardenya, %52.7 orkide ve spat, %50.9 antoryum, %45.5 mevsimlik çiçek, %43.6 japon şemsiyesi, taflan, gül, alev, %41.8 yuka, ortanca, %40 papatya, şimşir, %36.4 zakkum, yasemin, abelya olduğu gözlemlenmiştir. Üretim yöntemi olarak en çok çelikle üretim yapılmaktadır. İşletmeler ürün sigortası yaptırmamakta ve genellikle muhasebe kaydı tuttıkları tespit edilmiştir. En çok ürün alınan yerler Yalova ve İzmir'dir. Genellikle hizmet müşteriye götürülmekte fakat online satış düşük seviyede yapılmaktadır.

Süs bitkisi sektöründe genel olarak karşılaşılan sorunlar incelendiğinde işletmeler işgücü temini sorunu yaşadıklarını, enerji, sulama, kredi kullanım sorunu yaşamadıklarını, hastalık ve zararlı sorunu yaşadıklarını, teknik bilgi sorunu yaşadıklarını, örgütlenme sorunu yaşamadıklarını dile getirmişlerdir. Yaşanan işgücü temini sorunu genellikle kalifiye eleman bulunamadığı için oluştuğunu, hastalık ve zararlı sorunu olarak en çok bit ve böceklenmenin fazla olma sorunu, teknik bilgi sorunu olarak işlerin tecrübeyle yürüdüğünü bilinçsiz yapılan tek bir hatanın birçok zarara sebep olacağı söylenmiştir. Pazarlamada karşılaşılabilecek sorunlar likert soru sorma tekniğiyle sorulmuş ve en çok yaşanan sorunlar sırasıyla üretim maliyetlerinin fazla olması pazarlamada fiyat artışına neden oluyor, enflasyonun giderek yükselmesi pazarlamada azalmaya neden oluyor, pazarlama sadece tek bir mevsimde yoğun olarak yaşanıyor, fiyatlar istikrarlı değil, pazarlamada haksız rekabet bulunmaktadır, kentleşme yoğun olduğundan evlerin önünde yeşil alan ve çiçek yetiştirme kültürü oluşmamış, kalifiye eleman eksikliği var, süs bitkileri için devamlı işlevsel olan pazar eksikliği var, pazarlama profesyonel bir şekilde yapılmıyor, pazarlama üretim miktarından daha düşük seviyede gerçekleşiyor, toplumda süs bitkileri ve çiçek kültürü yeterince gelişmemiş, pazarlama üretimden ayrı bir branş olarak yapılmalı, pazarlama üretim miktarını karşılamıyor, peşin satış geleneği yerleşmemiş, veresiye satışlarda tahsilat yapmak zor, satışı yapılamayan ürünlerde zayıf fazla oluyor olarak sıralanmıştır. Bu bağlamda araştırma hipotezlerinin üçüncüsü olan "H3: İşletmeler genel anlamda pazarlama sorunu yaşamaktadır" test edilmiş olup enflasyonun yükselmesinin fiyat artışına sebep olmaması için yerli tohum kullanılarak ithalatın önüne geçilmeli ve üretim maliyetini en aza indirmek için kendi üretimini üretici kendi yapabilmelidir, pazarlamanın tek bir mevsimde yoğun olarak yaşanması önlenerek kişiler çiçek almaya teşvik edilmeli reklam ve tanıtımlar daha fazla yapılmalıdır. Eğitim faaliyetleri artırılarak daha bilinçli işgücü sağlanmalı ve

kalifiye eleman eksikliği en az seviyeye indirilmelidir. Satış yapılan yıllara bakılarak pazarlama yapılan ortalama değer göz önünde bulundurulup talep kadar üretim yapıldığında arz fazlasının önüne geçildiğinde zayıf önlenmiş olur.

Mükremin Temel 2011 yılında yaptığı süs bitkileri ile ilgili yüksek lisans çalışmasında yaptığı ankete göre işletmelerin pazarlamada yaşadıkları sorunları sorduğunda en önemli pazarlama problemleri %23.8 ile üretim ve pazarlama bölümleri ayrı değil, %21.5 ile fiyat istikrarı yoktur, %11.9 ile profesyonel pazarlama elemanı bulunamıyor şeklinde yanıtlar elde etmiştir. Samsun'da yaptığım çalışmada ise en önemli pazarlama problemleri ortalama 4.45 ile enflasyonun giderek yükselmesi pazarlamada azalmaya neden oluyor, ortalama 4.35 ile pazarlama sadece tek bir mevsimde yoğun olarak yaşanıyor ve ortalama 4.27 ile fiyatlar istikrarlı değil şeklinde sonuçlar elde edilmiştir.

Katılımcıların sektöre ilişkin düşünce ve önerilerine ilişkin likert soru sorma tekniğiyle birkaç öneride bulunulmuş bu öneriler en fazla etkili olurdan en aza doğru, ucuz ve kolay kredi temini, fuarlara katılımlar teşvik edilmeli, sabit yatırımlar desteklenmeli, sektör tanımlanmalı, tanıtılmalı, havzasal ve ürün bazlı destekleme verilmeli, yoğun eğitim faaliyeti yapılmalı, organik süs bitkileri bölgesi kurulmalı, ihtisas borsası kurulmalı, ihracata yönelmeli, gümrük muafiyeti getirilmeli şeklindedir.

Araştırmanın dördüncü hipotezi olan “H4: Samsun ilinde süs bitkileri yetiştiriciliği ve pazarlaması yapan işletmelerin gelişme olanakları” test edilerek işletmelerle SWOT analizi yapılmış, işletmelerin güçlü ve zayıf yönleri, fırsatları, tehditleri ortaya konularak işletmeler hakkında detaylı incelemeler yapılmıştır. Bu incelemeler doğrultusunda işletmelerin güçlü yönleri; ticari faaliyet yönünün iyi olması, elit, kaliteli işçilik, konum, iklim, topoğrafik yapı, arazi uygunluğu, üretim yerinin geniş alanda olması, kira masrafı düşük, satış yerinin şehrin merkezi konumunda olması olarak sıralanmıştır. Zayıf yönler; büyük şehirlere uzak olması , büyük pazarlara uzak, üretim yapılan bölgelere uzak olması, müşteri azlığı, üretici azlığı , yeşilden daha çok güzel yeşil kültürünün olmaması, ürünlerin kötü olması, bölgesel desteğin olmaması, bilinçsizlik, eğitimsizlik, reklam azlığı, zayıf fazla ve kalifiye eleman yok şeklinde sıralanmıştır. Fırsatlar; Mevsimsel olarak bölgenin çiçek yetiştirmeye uygun olması, tarımsal arazilerin verimli olması, hava sıcaklıklarının yetiştirmeye uygun olması, kara, hava, deniz ticaretine uygun olması, üretici az, arazi ve su varlığı, bazı türlerin yetiştirilmesinde iklimin uygun olması, profesyonel üretim

olduğu takdirde liman imkanını kullanabilmek şeklindedir. Tehditler; yatırım ve teşviklerin tanıtımının yetersiz olması, kredi ödeme zorluğu, düz alan azlığı, ekonomik sebeplerden dolayı üretime yatırım ve teşviklerin yapılmaması, büyük şirketlerle başa çıkamama, hastalıklar, nem, güneşli gün sayısının az olması şeklindedir.

Bafra'da Tarıma Dayalı İhtisas Sera Organize Sanayi Bölgesi'nin kurulması 1194 dekar alanın parselasyonu yapılarak 24 dekar ve 39 dekar olacak şekilde satılmasıyla birlikte bu parselleri satın alan üreticilerin buralarda domates, hıyar, patlıcan, biber ve 2. ürün olarak marul yetiştirmelerinin yanı sıra süs bitkileri ve fide yetiştirmeleri planlanmaktadır. Amacı öncelikle Türkiye'de, sonrasında Dünya üzerinde seracılıkta bitkisel üretim ve endüstriyel tarımda Bafra'yı marka kent yapmak olan bu kuruluşun süs bitkilerinin gelişmesi açısından oldukça önemlidir.

Araştırmanın hipotezlerini oluşturan dört hipotez incelendiğinde araştırmanın sorunlarına uygun çözüm önerileri ve geliştirilmesi için yapılması gerekenler aşağıda sıralanmıştır:

- Örgütlenme etkinliğinin artırılması gerekmektedir,
- Tarımsal ürün sigortasının tarım ürünlerinde olduğu gibi süs bitkisi sektöründe de yoğunlaştırılması çalışmaları yapılmalıdır,
- Süs bitkileri konusunda eğitim faaliyetlerinin yaygınlaştırılarak süs bitkileri konusunda gerekli kurslar açılarak kalifiye eleman yetiştirilmesi sağlanıp daha kaliteli işçilik oluşturulmalıdır,
- Ürün çeşitliliği sağlanarak tüketiciye daha çok çeşit sunulmalı,
- Süs bitkisi sektörüne karşı işletmelerin reklamları çoğaltmaları ve daha fazla tüketiciye ulaşmaları sağlanmalıdır,
- Daha önce süs bitkisi üreticisi olan işletmelerin üretim yapmaktan vazgeçmeleri önlenerek sektöre yönelik yatırım ve teşviklerin çoğaltılması gerekmektedir
- Profesyonel işletme yönetimine geçilmeli
- Düşük maliyetli kredi kullanabilmeleri için tarımsal bazlı kredi imkanı süs bitkileri sektörü içinde geliştirilmeli

- Süs bitkileri sektörü tarımsal faaliyet olmasa da doğanın gzelleşmesine katkı sağladığı için sektöre önemin daha da arttırılması gerekmektedir
- Dış ticaretin geliştirilmesi ve ihracata yönelimin gerçekleştirilmesi gerekmektedir
- Talep fazlası ürünleri zayı olmaması için ülke içinde süs bitkisi üretimi yapılamayan bölgelerin belediyelerinin evre düzenlemesini yapabilmeleri için bu bölgelere ticaretin çoğaltılması gerekmektedir
- Alım gücünün çoğalabilmesi için tohum veya fide konusunda dış ülkelere bağımlı olmak yerine üretici kendi tohum ve fidesinin kendi yetiştirmelidir
- Samsun Süs Bitkileri Ticaret Borsası'nın açılması gerekmektedir
- Samsun Organize Süs Bitkileri Bölgesi'nin kurulması

Samsun'da süs bitkileri temsilcilerinden olan kooperatifler, üretici birliği, dernek ve vakıflar, merkez ve yerel yönetimlerle işbirliği içerisinde Samsun Organize Süs Bitkileri Bölgesini kurmaları gerekmektedir. Organize Bölgenin faaliyete geçmesiyle sektörün birçok yapısal problemi ortadan kalkacaktır. Organize Süs Bitkileri Bölgesinin kurulması Ticaret Borsasının açılmasını kaçınılmaz hale getirecektir. Samsun süs bitkileri işletmelerinin bu sektörler açıldığında, verimliliği artan, i ve dış pazarlarda etkin olan, piyasa oluşturan ve rekabetçi bir sektör olacağı düşünülmektedir.

## KAYNAKLAR

- Aksu, Z.A. (2020). *Mersin İlindeki Süs Bitkileri Sektörünün Mevcut Durumu, Sorunları ve Çözüm nerileri*, Siirt Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 64 Siirt
- Aksu, M., Kuşak, B., Kuşak, L., (2016). "Marmara Bölgesinde Süs Bitkileri zerine Faaliyet Gösteren İşletmelerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri". *VI. Süs Bitkileri Kongresi*, Antalya.
- Albayrak, Y., (1998). "Türkiye'de Kesme Çiçek Yetiştiriciliğinin Sorunları ve Kooperatifleşme". *I. Ulusal Süs Bitkileri Kongresi*, Yalova.
- Anonim. (2001). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Bitkisel retim zel İhtisas Komisyonu Süs Bitkileri Alt Komisyonu Raporu DPT: 264.
- Anonim, (2008a). T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Samsun Tarım İl Müdürlüğü Kayıtları. <http://www.samsuntarim.gov.tr/> (Erişim tarihi: 10.02.2021).
- Anonim. (2012). Sönmez, F. Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı Kesme Çiçek Sektör Raporu.
- Anonim. (2015a). Süs Bitkileri reticileri Alt Birliği, Süs Bitkileri Sektör Raporu, Ekim.
- Anonim. (2015b). I. Ulusal Süs Bitkileri Çalıştay Raporu 13-14 Ekim Web Sitesi: <http://www.tarim.gov.tr/BUGEM/Belgeler/Duyurular/tohumculuk.pdf> s.47-53 (Erişim Tarihi: 15.02.2021).
- Anonim, (2018a). SWOT Analizi [https://tr.wikipedia.org/wiki/SWOT\\_analizi](https://tr.wikipedia.org/wiki/SWOT_analizi) . (Erişim tarihi: 06.02.2021).
- Anonim, (2020). Samsun nüfusu, gelir düzeyi, eğitim seviyesi <http://www.endeksa.com/tr/analiz/samsun/demografi> (Erişim tarihi: 10.02.2021).
- Anonim, (2020). Dünya Süs Bitkileri Sektörü Araştırma Raporu, <http://www.susbitkileri.org.tr/images/d/library/f3e9a4f0-abd9-4d63-8f39-e1b5451f5a3d.pdf> (Erişim tarihi: 10.04.2021).
- Anonim, (2020c). Türkiye İstatistik Kurumu Kayıtları <http://www.tuik.gov.tr/> (15.03.2021).
- Ay, S., (2009). Süs Bitkileri ihracatı, sorunları ve çözüm nerileri: Yalova lçeğinde bir araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.
- Bağdathioğlu, O., 2018. Süs bitkileri sektör raporu, Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçılar Birliği, OAİB, Ankara, 2-22.
- Cebeci, T. (2010). *Samsun İli Süs Bitkileri Yetiştiriciliği Yapan İşletmelerde retim Etkinliği, Karlılık Durumu ve Pazarlama Yapısı*, Ondokuz Mayıs Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Samsun.
- Çelikel, F.G., (2015). Samsun İlinin Süs Bitkileri Potansiyeli, Ondokuzmayıs Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Bahçe Bitkileri Bölümü, Kadın ğretim yeleri Toplum Konferansı, Samsun.
- Çelikel, F.G., (2020). Kesme Çiçekler ve Süs Bitkilerinin Hasat Sonrası Kaliteleri ve Teknolojileri, *Black Sea Journal of Agriculture-Dergipark*, 3 (3). 225-232.
- Çelikel, F.G. (2015). Bahçe Bitkileri Tohumluğu retimi ve Kullanımında Değişimler ve Yeni Arayışlar, *Ziraat Mühendisleri Odası Kongre Kitabı*, 2.
- Ertan, N., Karagüzel, O., Kostak, S., Gürsan, K., zelik, A., (1993). Kesme çiçek raporu, VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı Bitkisel rnler (Süs Bitkileri Grubu) zel İhtisas Komisyonu, Yalova.

- Gencer, B., (2014). *Dünya’da ve Türkiye’de Kesme Çiçek Sektörü Pazarlama Organizasyonları ve Tüketici Eğilimleri*, Doktora Tezi, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tekirdağ.
- Gülçür, B., (2015). Dünya’da, AB’de ve Türkiye’de Süs Bitkileri Sektöründeki Gelişmeler ile Bu Alandaki Uluslararası Fuarlar, Uzmanlık Tezi, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı (Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü), Ankara.
- Gülgün Aslan, B. ve Yazıcı, K., (2016). Üretimden Pazarlamaya Türkiye’de Süs Bitkileri, TÜRKTOB, 64-69.
- Güzelmansur, A. ve Güçlü, K., (2010). “Kent içi yeşil alanlarda ithal ağaç ve çalı kullanımı: Doğu Akdeniz Bölgesi örneği”. *IV. Süs Bitkileri Kongresi*, Erdemli Mersin.
- Hekimoğlu, B. ve Altindeğer, M., (2019). Süs bitkileri sektör raporu, Strateji Geliştirme Birimi, Samsun.
- Karagüzel, O., Korkut, A.B., Özkan, B., Çelikel, F. Titiz, S., (2010). “Süs bitkileri üretiminin bugünkü durumu, geliştirme olanakları ve hedefleri”. *Türkiye Ziraat Mühendisliği VII. Teknik Kongresi Bildiriler Kitabı*, Ankara.
- Kazaz, S., (2012). Odunsu süs bitkilerinin çoğaltma ve yetiştirme teknikleri ders notları, Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Bahçe Bitkileri Ana Bilim Dalı.
- Kazaz, S., (2016). “Dünya süs bitkileri sektöründe ürün deseni, sosyo-ekonomik ve teknoloji alanında yaşanan gelişmeler ile Türkiye’nin gelecek vizyonu”. *VI. Süs Bitkileri Kongresi*, Antalya.
- Kazaz, S., Kılıç, T., Doğan, E., Yalçın Mendi, Y., Karagüzel Ö., (2020). “Süs bitkileri üretiminde mevcut durum ve gelecek, Türkiye Ziraat Mühendisliği”. *IX. Teknik Kongresi*, Ankara.
- Kurnaz, T., (2014). *1980 Sonrası Türkiye Ekonomisi ve Dış Ticaret Gelişimi*, Yüksek Lisans Tezi, Çağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Yönetimi Anabilim Dalı.
- Kızılkın, İ. (2016). *Türkiye’de Süs Bitkileri Üretim ve Pazarlama Sektörünün Sorunları ve Çözüm Önerileri*, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Onay, H. A. (2008). *Türkiye’de Süs Bitkileri Sektörünün Üretim ve Yapısal Sorunları ve Öneriler*, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara.
- Öztürk, M. ve Temel, M., (2016). “Süs bitkileri sektörünün Türkiye dış ticaretindeki yeri”. *VI. Süs Bitkileri Kongresi*, Antalya.
- Öztürk, M. (2013). “Türkiye’de süs bitkileri dış ticareti”. *V. Süs Bitkileri Kongresi*, Yalova.
- SÜSBİR, (2020). Süs Bitkileri Üreticileri Alt Birliği, 2020. Süs Bitkileri Sektör Raporu, SÜSBİR, Ankara.
- Temel, M. (2011). *Yalova’da Süs Bitkileri İşletmelerinin Yapısı, Üretim Olanakları, Sorunları ve Çözüm Önerileri*, Namık Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Tekirdağ.
- Tapkı, N., Kızıltuğ, T., Çelik, A.D., (2018). Türkiye’de kesme çiçek üretim ve ticaretinde mevcut durum, sorunlar ve çözüm önerileri, *Gıda Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 6 (3), 313-321.
- Taşçıoğlu, Y., Sayın, C., (2005). Türkiye’de Kesme Çiçek Üretim ve İhracat Yapısı, *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 2005, 18(3), 343-354.
- Titiz, S., Çakıroğlu, N., Birişçi Yıldırım, T., Çakmak, T., (2000). “Süs bitkileri üretim ve ticaretindeki gelişmeler”, *V. Türkiye Ziraat Mühendisliği Teknik Kongresi*, Ankara.

- Yazıcı, K., (2015). *Tokat İli Ekolojik Koşullarında Dış Mekan Süs Bitkileri Sektör Analizi ve Uygun Üretim Alanlarının CBS İle Belirlenmesi*, Doktora Tezi, Ege Üniversitesi, Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı, İzmir.
- Yılmaz, İ., (2009). Avrupa Birliği'ne uyum sürecinde Türk kesme çiçek sektörünün SWOT (GTZF) analizi, *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 22 (1), 103-112.

## EK 1

Samsun İli Süs Bitkileri Yetiştiricilerinin Sosyoekonomik Özellikleri, Sorunları ve Çözüm Önerileri

İşletmeci Anket Formu

**Açıklamalar:** Bu ankette sizlere sorulan sorular sadece bilimsel amaçlara kullanılacak ve hiç kimseyle paylaşılmayacaktır. Bu yüzden düşünce ve görüşlerinizi tam olarak açıklamanız çalışmanın başarısını artıracak ve bundan sonra yürürlüğe girecek benzer çalışmalara altyapı oluşturma açısından katkı sağlayacaktır.

### A. İŞLETME SAHİBİNE AİT BİLGİLER

**1-Cinsiyetiniz?** a) Erkek b)Kadın

**2-Yaşınız?** .....

**3-Medeni Durumunuz?**

a)Evli b)Bekâr

**4-İkamet Yeriniz?**

a)İlçe..... b)Köy.....

**5-Sosyal Güvence Durumunuz?**

a)SGK b)Emekli Sandığı c)Bağ-kur d)Yeşil Kart

**6-Eğitim durumunuz nedir?**

a) Okuma yazma bilmiyor b) Okuma yazma biliyor c) İlkokul Mezunu

d) Ortaokul Mezunu d) Lise Mezunu e) Önlisans Mezunu

f)Yüksekokul/fakülte mezunu g) Lisansüstü Mezunu

**7-Mesleğiniz?**

a)Memur b)Serbest Meslek c) Emekli

d) Ev hanımı e) Çalışmıyor f)Diğer(Belirtiniz):.....

**8-Ailedeki kişi sayısı?** .....

**9-Ailenizin toplam aylık veya yıllık geliri?** .....

**10- Süs bitkilerinden elde ettiğiniz gelir (Aylık veya yıllık).....**

### B. İŞLETMENİN ÖZELLİKLERİ

**1-İşletmenin kuruluş tarihi?** .....

**2-İşletmenin hukuki yapısı?**

a) şahıs işletmesi b) Şirket c) Diğer

**3-İşletmenin mülkiyet durumu?**

- a)kendisine ait                      b)sorumlu işletmeci

**4-İşletmelerin süs bitkisi sektöründe ağırlıklı olarak faaliyet gösterme durumu?**

- a) iç mekan süs bitkileri      b) Dış mekan süs bitkileri      c) Kesme çiçek  
d) Doğal çiçek soğanları

**5- işletmenin faaliyet alanı nedir?**

- a) sadece üretim              b) üretim ve pazarlama      c)sadece satış

**6-İşletmede hangi işgücünü kullanıyorsunuz?**

- a) aile işgücü                      b) devamlı işgücü                      c) geçici işgücü

**7- işletmenin işgücü yoğunluk dönemi hangi mevsimdir?**

- a)ilkbahar      b)yaz      c)sonbahar      d)kış      e)yıl boyu

**8-İşletmede teknik (mühendis, teknisyen, v.b) eleman çalıştırıyor musunuz?**

- a)evet                      b)hayır

**9- İşletmenin kooperatif ve birliğe üyeliğiniz mevcut mu?**

- a)evet                      b)hayır

**10-Tarımsal amaçlı kredi kullanımında bulundunuz mu?**

- a)evet                      b)hayır

**11- Süs bitkileri sektörü dışında faaliyet gösteriyor musunuz?**

- a)evet                      b)hayır

**12-Yakın geçmişte tarımsal yatırım yaptınız mı?**

- a)evet                      b)hayır

**13-İşletmenin arazi varlığı ve arazi büyüklüğü nedir?**

a)toplam arazi miktarı(da): .....

b)kiralık arazi miktarı(da): .....

c)kendi mülkü(da):.....

**14- süs bitkisi üretiminde kullanılan alan aşağıdakilerden hangisidir?**

- a)sera(kendi malı)              b)sera(kira)                      c)Açık alan(kendi)                      d)Açık alan  
(kira)

**15-Sera (kapalı alan) bilgileri**

- a)blok plastik(vento tipi)      b)tek plastik                      c)blok cam                      d)tek cam      e)alçak  
tünel

**\* işletmenin sera konstrüksiyon tipi nedir?**

- a) ahşap      b) çelik

**\* işletmenin sera sulama şekilleri nelerdir?**

- a) damla      b) yağmurlama      c) elle (hortumla)      d) spring (sisleme)  
e) kombine (karışık)

**\* işletmenin sulama suyu temin yeri neresidir?**

- a) dere      b) kuyu

**\* işletmenin ısıtma sistemi aşağıdakilerden hangisidir?**

- a) doğal      b) kalorifer      c) soba

**\* işletmenin seraları havalandırma yöntemleri**

- a) yanlardan      b) üst ve yanlardan

**\* işletmenin sera kullanım amaçları dağılımı**

- a) köklendirme      b) üretim ve yetiştirme

**16- işletme sahibinin parsel sayısı: .....**

**17- Bitkilere ürün sigortası yaptırıyor musunuz?**

- a) evet      b) hayır

**18- İşletmede kayıt tutuyor musunuz?**

- a) evet      b) hayır

**\* Hangi kayıtları tutuyorsunuz (belirtiniz)? .....**

**\* Kayıt tutmama nedeniniz aşağıdakilerden hangisidir?**

- a) kayıt tutmaya gerek duymuyorum      b) kayıt tutmak zor geliyor  
c) bilgim yetersiz kalıyor      d) diğer nedenler

**19- İşletmenin sahip olduğu makine ve teçhizatlar nelerdir (işaretleyiniz)?**

Damla sulama sistemi	Ekim makinesi	
Traktör	Transpalet	
Isıtma sistemleri	Saksı dolum makinesi	
Yağmurlama sulama sistemi	İlaçlama makinesi	
Kamyon	Gübreleme sistemi	
Bahçe traktörü	Çapa makinesi	
su kuyusu ve ünitesi	Minibüs	
Toprak eleme makinesi	Dikim makinesi	
Jeneratör	Otomasyonlu gübreleme sistemi	
Su tanker	Drenaj sistemi	

**20-En çok üretilen (tercih edilen ) birincil ürünler nelerdir?**

- 
- 
- 
- 
- 

**21- En çok üretilen(tercih edilen) ikincil ürünler nelerdir?**

- 
- 
- 
- 
- 

**22- sadece pazarlama yapan işletmeler olarak ürünleri aldığınız yerler nerelerdir?**

- 
- 
- 
- 

**23-Elektrik enerjisi kullanımı**

- a)tarımsal elektik kullanımı    b)ticari elektrik kullanımı

**24-İşletme yakıt(kömür) tüketimi var mı?**

- a)evet    b)hayır

**\*Yakıt(kömür) tüketim miktarı ne kadar? .....**

**25-İşletmede süs bitkisi yetiştirme şekillerinden hangisini ya da hangilerini kullanıyorsunuz(işaretleyiniz)?**

- a) Tohumla üretim  
b)Çelikle üretim  
c)Gözaşısı veya yaprak aşısı ile üretim  
d)Daldırma ile üretim  
e)Diğer(belirtiniz).....

## D.KARŞILAŞILAN PROBLEMLER

### 1- Arazi ve tesis sorunu var mı?

a.evet b.hayır

**\*İşletmenin arazi ve tesis sorunları olarak aşağıda belirtilen sorunlar ne ölçüde etkilidir?**

(1=Hiç etkili değil, 2=Etkili değil, 3= Kararsız, 4= Etkili, 5= Çok etkili)

Arazinin kiralık olması	1	2	3	4	5
Arazinin yetersiz(küçük)olması	1	2	3	4	5
Drenaj yetersizliği	1	2	3	4	5
Sabit tesislerin eskimiş olması	1	2	3	4	5
Meyilli arazi	1	2	3	4	5
Çok rüzgar alan yerde bulunması	1	2	3	4	5
Rakımın yüksek olması	1	2	3	4	5

### 2-İşletmenin işgücü temini sorunu var mı?

a)evet b)hayır

**\*İşgücü temini sorunu varlığı nedeni nedir?**

- a)kalifiye(nitelikli) işgücü yetersizliği
- b)işgücü maliyeti yüksek(pahalı işgücü)
- c)işgücü süreklilik göstermemesi

### 3-İşletmenin enerji sorunu var mı?

a)evet b)hayır

**\* İşletmenin enerji sorunu aşağıdakilerden hangisidir?**

- a.tarımsal tarifeli elektrik kullanılmıyor
- b. enerji maliyeti yüksek

### 4-İşletmenin sulama suyu sorunu var mı?

a)evet b)hayır

**\*İşletmenin sulama suyu sorununun nedeni aşağıdakilerden hangisidir?**

- a)su kaynağı ve miktarının yetersiz olması
- b)ph yüksek
- c)kireç ve tuz miktarı yüksek
- d)evsel atıklar karışıyor

**5-İşletmenin kredi sorunu var mı?**

a)evet b)hayır

**\*işletmenin kredi sorununun nedeni aşağıdakilerden hangisidir?**

- a)tarımsal amaçlı kredi kullanamadım
- b)hisseli tapuya kredi kullanamadım
- c)kolay yollu kredi kullanamadım
- d)düşük maliyetli kredi kullanamadım

**6-İşletmenin hastalık ve zararlılarla ilgili sorunu var mı?**

a)evet b)hayır

**\* işletmenin hastalık ve zararlı sorunu aşağıdakilerden hangisidir?**

- a)mantari hastalık var
- b)fusarium, nematod var
- c>külleme, karaleke var
- d)kırmızı örümcek var

**7-İşletmenin teknik bilgi sorunu var mı?**

a)evet b)hayır

**\* işletmenin teknik bilgi sorunu varlığı nedeni nedir?**

- a)bilinçsiz ilaçlama ve gübreleme yapılıyor
- b>işler tecrübeyle yürüyor

**8-İşletmenin örgütlenme sorunu var mı?**

a)evet b)hayır

**\*işletmenin örgütlenme sorunu nedenleri**

- a)etkin değil b)yeterli değil

**\*Hizmeti müşterinin ayağına götürüyor musunuz?**

a)evet b)hayır

**\*Online satış hizmetiniz var mı?**

a)evet b)hayır

**\*Pazarlamada karşılaşılabilecek sorunlar olarak aşağıda belirtilen sorunlara ne ölçüde katılıyorsunuz?**

**(1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3= Kararsız, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum)**

Pazarlama profesyonel bir şekilde yapılmıyor	1	2	3	4	5
Süs bitkileri için devamlı işlevsel olan pazar eksikliği var	1	2	3	4	5
Pazarlamada haksız rekabet bulunmaktadır	1	2	3	4	5
Pazarlama üretimden ayrı bir branş olarak yapılmalı	1	2	3	4	5
Fiyatlar istikrarlı değil	1	2	3	4	5
Kalifiye eleman eksikliği var	1	2	3	4	5
Peşin satış geleneği yerleşmemiş	1	2	3	4	5
Veresiye satışlarda tahsilat yapmak zor	1	2	3	4	5
Toplumda süs bitkileri ve çiçek kültürü yeterince gelişmemiş	1	2	3	4	5
Kentleşme yoğun olduğundan evlerin önünde yeşil alan ve çiçek yetiştirme kültürü oluşmamış	1	2	3	4	5
Pazarlama üretim miktarından daha düşük seviyede gerçekleşiyor	1	2	3	4	5
Satışı yapılamayan ürünlerde zayıf fazla oluyor	1	2	3	4	5
Pazarlama üretim miktarını karşılamıyor	1	2	3	4	5
Enflasyonun giderek yükselmesi pazarlamada azalmaya neden oluyor	1	2	3	4	5
Pazarlama sadece tek bir mevsimde yoğun olarak yaşanıyor	1	2	3	4	5
Üretim maliyetlerinin fazla olması pazarlamada fiyat artışına neden oluyor	1	2	3	4	5

## **E.İŞLETMECİLERİN SEKTÖRE İLİŞKİN DÜŞÜNCE VE ÖNERİLERİ**

**1-İşletmenin sektöre ilişkin düşünce ve önerileri olarak aşağıda belirtilenler ne derece etkilidir?**

**(1=Hiç etkili değil, 2=Etkili değil, 3= Kararsız, 4= Etkili, 5= Çok etkili)**

Organize süs bitkileri bölgesi kurulmalı	1	2	3	4	5
Havzasal ve ürün bazlı destekleme verilmeli	1	2	3	4	5
Sektör tanımlanmalı, tanıtılmalı	1	2	3	4	5
İhtisas borsası kurulmalı	1	2	3	4	5
İhracata yönelmeli	1	2	3	4	5
Yoğun eğitim faaliyetleri yapılmalı	1	2	3	4	5
Ucuz ve kolay kredi temin edilmeli	1	2	3	4	5
Gümrük muafiyeti getirilmeli	1	2	3	4	5
Sabit yatırımlar desteklenmeli	1	2	3	4	5
Fuarlara katılımlar teşvik edilmeli	1	2	3	4	5

**2- SWOT Analizi (Süs bitkileri yetiştirciliği ve pazarlamada Samsun genel olarak)**

**\*Güçlü Yönler(sıralayınız):**

**\*Zayıf Yönler(sıralayınız):**

**\*Fırsatlar(sıralayınız):**

**\*Tehditler(sıralayınız):**

Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tez Anket Formu

Nezahat BAYKAN SARIOĞLU

mail: nezahatbaykan55@gmail.com



**ONDOKUZ MAYIS ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURUL KARARLARI**

<b>KARAR TARİHİ</b>	<b>TOPLANTI SAYISI</b>	<b>KARAR SAYISI</b>
<b>27.11.2020</b>	<b>10</b>	<b>2020-737</b>

**KARAR NO:**  
**2020 - 737**

Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yüksek Lisans öğrencisi Nezahat BAYKAN SARIOĞLU' nun Prof. Dr. İsmet BOZ danışmalığında “Samsun İlinde Süs Bitkileri Yetiştiricilerinin Sorunları ve Çözüm Önerileri” isimli Yüksek Lisans Tezine ilişkin anket çalışmasını içeren 38386 sayılı dilekçesi okunarak görüşüldü.

Üniversitemiz Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yüksek Lisans öğrencisi Nezahat BAYKAN SARIOĞLU 'nun Prof. Dr. İsmet BOZ danışmalığında “Samsun İlinde Süs Bitkileri Yetiştiricilerinin Sorunları ve Çözüm Önerileri” isimli Yüksek Lisans Tezine ilişkin anket çalışmasının Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Değerlendirme Formunda belirtilen nedenden revize edilmesine oy birliği ile karar verildi.

## ÖZ GEÇMİŞ

Nezahat BAYKAN SARIOĞLU Samsun'da doğdu. Samsun Ballica 60. Yıl Çok Programlı Lisesi'ni bitirdikten sonra Ondokuz Mayıs Üniversitesi Ziraat Fakültesi'nden 2016 yılında mezun oldu. 2018 yılında OMÜ LEE Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans programına girdi. Orta derecede İngilizce bilmektedir. Temel ilgi alanları, kendini geliştirmek, kitap okumak, bitkilerle ilgilenmektir (09.06.2021).

### İletişim Bilgileri

E mail :

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4149-5922>

