



Türkiye Tarımsal Görünüm Saha Araştırması 2019



İçerik

1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi.....	7
1.1. Araştırmanın Amacı	7
1.2. Araştırmanın Yöntemi.....	7
2. Araştırmanın Bulguları ve Analizler.....	9
2.1. Çiftçilerin Demografik ve İşletme Yapıları	9
2.2. Çiftçilerin Ürün ve Üretim Tercihleri.....	13
2.3. Çiftçilerin Sektörel Sorunları	19
2.4. Çiftçilerin Ürün Satış Kanalları ve Yöntemleri	21
2.5. Tarımsal Gelir Memnuniyet Düzeyi ve Tarım Dışı Gelirler.....	24
2.6. Çiftçilerin Sigorta ve Kredi Kullanımı.....	26
2.7. Çiftçilerin Teknoloji ve İnternet Kullanımı.....	30
2.8. Sonuç ve Özet	34

Şekiller

Şekil 1: Katılımcı Çiftçilerin Yaş Dağılımı.....	9
Şekil 2: Katılımcı Çiftçilerin Cinsiyet Dağılımı	10
Şekil 3: Katılımcı Çiftçilerin Tarımsal Üretim Tipi.....	11
Şekil 4: Ekilen Arazinin Çiftçi Başına Büyüklüğü	11
Şekil 5: Katılımcı Çiftçilerin Üretim Yaptığı Toplam Arazi Büyüklüğünün Dağılımı	12
Şekil 6: İşletme Büyüklüklerinin 2001-2019 Karşılaştırması	13
Şekil 7: 2019'da Üretildiği Bildirilen İlk 20 Ürünün Toplam Çiftçi Sayısındaki Payı (%)	14
Şekil 8: 2019'da Üretildiği Bildirilen İlk 20 Ürünün Çiftçi Başına Ekiliş Alanı Ortalaması	14
Şekil 9: Son 3 Yıl İçerisinde Yetiştirilen Farklı Bitkisel Ürün Sayısı.....	15
Şekil 10: Hayvancılık Çeşidinin Katılımcı Sayısına Oranı.....	15
Şekil 11: "Ürün Seçerken Neye Göre Karar Veriyorsunuz?" Sorusuna Çiftçi Başına Verilen Cevap.....	17
Şekil 12: "Ürün Seçerken Neye Göre Karar Veriyorsunuz?" ("İklim/Arazime Uygun" hariç)	17
Şekil 13: Sözleşmeli Üretim Yapan Çiftçiler ve Memnuniyet Seviyeleri.....	18
Şekil 14: Sözleşmeli Üretilen İlk 10 Ürün.....	18
Şekil 15: Sözleşmeli Üretilen İlk 10 Ürün (Şeker Pancarı ve Haşhaş Hariç).....	19
Şekil 16: Çiftçilerin Üretim Esnasında Yaşadıkları Sorunların Çiftçi Sayısına Oranı	20
Şekil 17: Çiftçilerin Üretimden Sonra Yaşadıkları Sorunların Çiftçi Sayısına Oranı	20
Şekil 18: Türkiye'de Tarımsal Girdi, Tarımsal Ürün (Çiftçi Satış), Gıda (Tüketici Alış) Fiyat Endeksleri.....	21
Şekil 19: Çiftçilerin Ürün Satış Kanalları	22
Şekil 20: Çiftçilerin Ürün Bedeli Tahsilat Şekli.....	23
Şekil 21: Tamamı ve Bir Kısım Vadeli Tahsilat Yapanların Tahsilat Sayısı	23
Şekil 22: Tamamı ve Bir Kısım Vadeli Tahsilat Yapanların Alacak Belgesi Çeşidi	24
Şekil 23: Çiftçilerin Tarımdan Elde Ettikleri Gelirden Memnuniyet Seviyesi	25
Şekil 24: Çiftçilerin Tarım Dışı Gelirleri.....	26
Şekil 25: Çiftçilerin Son 3 Yılda Kullandıkları Finansman Kaynakları.....	26
Şekil 26: Kredi Kullanan Çiftçilerin Kredi Konusu	27
Şekil 27: Üretim Kredisi Kullanan Çiftçilerin Kredi Kullanım Zamanı.....	28
Şekil 28: Yatırım Kredisi Kullanan Çiftçilerin Yatırım Konusu	28
Şekil 29: Tarım Dışı Kredi Kullanan Çiftçilerin Kredi Konusu	29
Şekil 30: Çiftçilerin Son 3 Yıl İçerisinde Kredi Kullandıkları Banka Sayısı.....	29
Şekil 31: Son 3 Yılda TARSİM Yaptıran ve TARSİM'e Hasar Bildiren Çiftçi Oranı	30
Şekil 32: Çiftçilerin Kullandığı Dijital Teknolojiler.....	30
Şekil 33: Çiftçilerin İnternete Erişim Teknolojileri.....	31
Şekil 34: Çiftçilerin İnternette Takip Ettikleri Bilgiler/Hizmetler.....	32
Şekil 35: Çiftçilerin İnternette Takip Etmek/Almak İstedikleri Bilgiler/Hizmetler.....	33

Tablolar

Tablo 1: Toplam Üretim Büyüklüğünde Kiralanan ve Sulanan Arazi Payı	13
Tablo 2: Hayvancılık Tipine Göre Çiftçilerin Hayvan Sayısı Ortalaması.....	16



1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE YÖNTEMİ

1.1. Araştırmanın Amacı:

Kredi Kayıt Bürosu, Türkiye'deki çiftçilerin finansmana erişimini kolaylaştırmak için 2014 yılında Tarım Kredileri Değerlendirme Sistemi (TARDES)'ni hizmete sunmuştur. TARDES, Türkiye'deki finansal kuruluşlardan tarım kredisi almak isteyen çiftçilerin kredi değerlendirmesini hızlı, pratik ve doğru bir şekilde yapmalarını sağlayan yenilikçi bir sistemdir.

2019 Haziran ayı itibarıyla Türkiye'deki 6 banka, TARDES aracılığıyla tarım kredileri vermektedir. Bu bankalar, son beş yılda toplam 11 milyar TL değerindeki 457 bin adet tarım kredisinin değerlendirilmesi ve skorlanması için TARDES'i kullanmıştır. KKB, tarım sektörüne sağladığı bu büyük çaplı hizmetin kalitesini artırmak, yeni hizmetler geliştirebilmek, ayrıca sektörün yaşadığı dönüşümleri takip ederek kamuoyu ile paylaşmak amacıyla, 2019 yılının Mayıs ve Haziran ayları arasında bir saha araştırması düzenlemiş ve bu raporda sonuçlarını sunmuştur.

Böylece araştırma kapsamında ulaşılan bulgulardan azami toplumsal fayda sağlanabilmesini de amaçlamaktadır. Araştırma, Almanya'nın önde gelen işletme ve finans okullarından biri olan Frankfurt School of Finance & Management (Frankfurt School)'ın, Türkiye'de bulunan ve tarım sektöründe deneyimli uzman ekibi tarafından yürütülmüş ve yönetilmiştir. Anketlerin toplanması ve derlenmesinde ise Konsensus Araştırma ve Danışmanlık şirketinden destek alınmıştır.

1.2. Araştırmanın Yöntemi:

Araştırma, 2019 yılı üretim sezonu itibarıyla aktif olarak tarımsal üretim yapan 980 çiftçi ile birebir anket yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Anketlerin %80'i yüz yüze, geri kalan %20'si ise telefonla görüşme yöntemi ile gerçekleşmiştir. Örneklem seçim yöntemi "kümeli tesadüfi örnekleme"dir. Araştırmadaki birinci kümeleme "Türkiye'deki 7 coğrafi bölge", ikinci kümeleme ise her bir bölgeden seçilmiş "4 il" olmuştur. Dolayısıyla anket, toplamda 28 ilde ve bu illere bağlı ilçelerde uygulanmıştır. Bu il ve ilçelerindeki çiftçiler ise tesadüfi yöntemle (rastgele) seçilmiştir.

İl seçimleri yapılırken her bir coğrafi bölgedeki iller toplam tarımsal üretim değeri açısından sıralanmış ve üretim değeri en yüksek ve en düşük 2 il olmak üzere toplam 28 il tespit edilmiştir. Bu iller daha sonra üretim desenleri ve ürün çeşitliliği, aynı havzada bulunup bulunmadıkları, tarımsal kredi yoğunlukları (kredi/üretim) açılarından da karşılaştırılarak nihai seçim yapılmıştır.

Böylece Türkiye'deki tüm coğrafi ve iklimsel yapıların, üretim desenlerinin, büyüklüklerin ve finansman kapasitelerinin temsil edilmesi sağlanmıştır. Üretici seçimleri ise rastgele yapılarak, en sağlıklı ve tarafsız sonuca ulaşılması hedeflenmiştir.

Tarım ve Orman Bakanlığı 2017 yıl sonu verilerine göre; Türkiye'de Çiftçi Kayıt Sistemi (ÇKS)'ne kayıtlı 2.132.491 çiftçi bulunmaktadır. ÇKS'ye kayıtlı çiftçiler, bu saha çalışmasının hedef grubu olarak tanımlanmıştır. Hedef grubun bütününe istatistiksel açıdan anlamlı bir şekilde temsil edebilmesi için %95 güven aralığı ve %3,13'lük yanılma payı ile 980 örneklem sayısına ulaşılmıştır. İl seçimi ve örneklem sayısı belirlendikten sonra, il bazında hedeflenen anket sayısı, illerin tarımsal üretim değerleri ile orantılı olarak yandaki tabloda olduğu gibi hesaplanmıştır. Böylece tarımsal aktivitesi yoğun illerden daha fazla, düşük illerden ise daha az anket toplanmıştır.

"Gönüllülük" esasına göre uygulanan ankette, katılımcı çiftçilere 22 adet çoktan seçmeli mesleki, sektörel ve finansal soru yöneltilmiştir. Bunun dışında üreticinin iletişim (il, ilçe, köy, telefon) ve bazı demografik bilgileri de (yaş, deneyim yılı) alınmıştır.

Katılımcılara hiçbir şekilde özel nitelikli kişisel veri (hassas veri) yöneltilmemiştir. "Evet/ Hayır" soruları ve sayısal sorular dışındaki tüm soruların cevap seçeneklerinde, üreticilere "Diğer" seçeneği de sunulmuş ve bu seçenek için üreticilerin detaylı cevapları yazılı olarak toplanmıştır. Böylece, araştırılan başlıkta öngörülen veya öngörülemeyen tüm muhtemel cevapların toplanması sağlanmıştır.

Bölge Adı	İl Adı	Üretim Değerine Göre Anket Sayısı
Akdeniz	Antalya	71
	Adana	45
	Kahramanmaraş	25
	Burdur	17
Akdeniz Toplam		158
Doğu Anadolu	Erzurum	55
	Elazığ	26
	Iğdır	22
	Erzincan	17
Doğu Anadolu Toplam		120
Ege	İzmir	67
	Manisa	42
	Denizli	31
	Uşak	15
Ege Toplam		155
Güneydoğu Anadolu	Şanlıurfa	49
	Diyarbakır	40
	Adıyaman	12
	Kilis	4
Güneydoğu Anadolu Toplam		105
İç Anadolu	Konya	117
	Ankara	56
	Nevşehir	13
	Çankırı	12
İç Anadolu Toplam		198
Karadeniz	Samsun	58
	Tokat	38
	Kastamonu	27
	Bayburt	5
Karadeniz Toplam		128
Marmara	Balıkesir	50
	Bursa	39
	Tekirdağ	21
	Bilecik	6
Marmara Toplam		116
TÜRKİYE TOPLAM		980

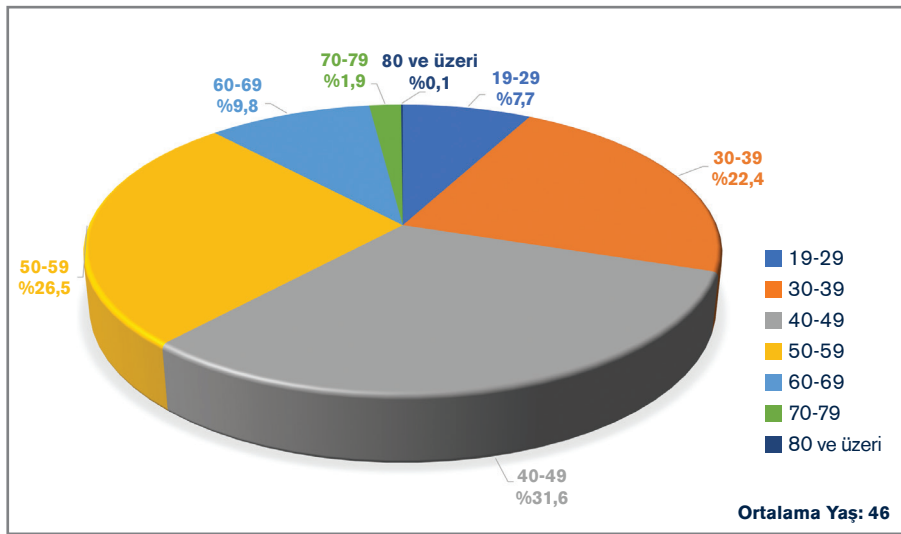
2. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE ANALİZLER

2.1. Çiftçilerin Demografik ve İşletme Yapıları

Araştırma kapsamına dahil olan çiftçilerde minimum yaş 19, maksimum yaş 80 ve ortalama yaş 45,8'dir (Şekil 1). Bu doğrultuda orta değeri (medyan) 46 yaş olan örneklem grubunun dengeli bir yaş dağılımına sahip olduğu görülmüştür. Frankfurt School'un 2016, 2017 ve 2018 yıllarındaki saha araştırmalarında ölçülen ortalama yaşlar ise sırasıyla 48,4, 48,3 ve 47,6 olmuştur.

2019 yılı itibarıyla aktif çiftçilerde ortalamanın 45,8'e düşmesi, Türkiye'deki çiftçilerin yaş ortalamasında sınırlı da olsa bir düşüş trendi yaşandığına işaret etmektedir. Bu düşüşte son yıllarda uygulanan ve genç çiftçilere ayrıcalık tanıyan hibe ve kredi programlarının rol oynadığı tahmin edilmektedir. Nitekim daha çok şehir merkezlerinde hissedilen yüksek genç nüfusta işsizlik oranının¹ kısmi de olsa gençlerde "tarıma dönüş" düşüncesini güçlendirdiği düşünülmektedir.

Şekil 1: Katılımcı çiftçilerin yaş dağılımı

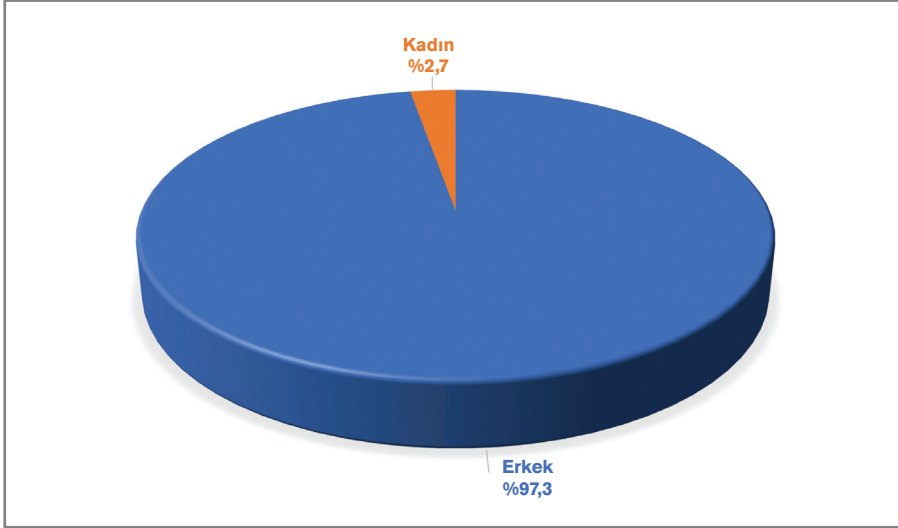


Görüşülen her üç çiftçiden biri 40-49 yaş arasındadır. Çiftçilerin %70'i 40 yaş ve üzerinde, geri kalanı (%30) 40 yaş altındadır. Anket için çiftçi seçimi yapılırken işletmenin/arazinin yasal sahibinin bir kriter olarak kontrol edilmediği ve ailede aktif olarak tarımsal üretim yapan çiftçi ile görüşüldüğü özellikle belirtilmelidir. Türkiye'de kırsal alanlardaki ataerkil yapıdan ve diğer nedenlerden (miras hukuku, göç vb.) dolayı, arazilerin yasal sahipleri genellikle ailenin en yaşlı üyeleridir. Dolayısıyla arazi sahipliği kriterinin uygulanması durumunda ortalama yaşın daha da yükselebileceği ihtimali göz önünde bulundurulmalıdır. Nitekim, araştırmada ortalama yaş 46 çıkarken; KKB'nin TARDES sistemi aracılığıyla bankalara kredi başvurusunda bulunan çiftçilerin yaş ortalaması, saha araştırmasından 3 yaş daha büyük bir yaş ortalaması olan 49'dur. Kredi başvurularında daha çok işletme/arazi sahipliği dikkate alınmaktadır.

Diğeryandan, saha araştırmasını doğrulayacak şekilde, TARDES'ten kredi başvurusu değerlendirilen çiftçilerin yaş ortalaması da 2014-2019 arasında 53'ten 49'a düşmüştür. Bu gelişmelerden bağımsız olarak, Türkiye'deki çiftçilerin gelişmiş ülkelere göre hâlâ daha genç bir çiftçi kesimine sahip olduğu bilinmektedir. Sözelimi, Avrupa Birliği'nde ve Amerika'da genç çiftçi (40 yaş altı) oranı %11'dir.² Avrupa Birliği'nde ortalama çiftçi yaşı 51 iken, Amerika'da 58'dir.

Araştırma kapsamında elde edilen bir diğer veri ise çiftçilik tecrübesi olup, ortalama tecrübe 23 yıl olarak tespit edilmiştir.³ Minimum tecrübe 2 yıl, maksimum tecrübe 60 yıl olarak belirtilmiştir. Bu veriler, Türkiye'de çiftçiliğin genellikle aileden çocuklara arazi ve meslek devri şeklinde ilerlediğinin de bir göstergesi niteliğindedir.

Şekil 2: Katılımcı çiftçilerin cinsiyet dağılımı



Araştırmaya katılan çiftçilerin %66'sında yaş ile çiftçilik tecrübe yılı arasındaki fark, yani çiftçiliğe başlamadan önceki yaş 23 ve altındadır. Normal koşullar altında, Türkiye'de zorunlu askerlikten dönüş yaşı lise ve altı eğitim seviyesi için 21-22, üniversite mezunları için ise 23-24'tür. Kırsalda önemli bir "reşitlik" göstergesi olan askerliğin sonrasında tarımsal faaliyetlerin ve çiftlik yönetiminin çocuklara devredildiği görülmektedir.

Katılımcıların %4,6'sında ise yaş-tecrübe yılı farkı 40 ve üzerindedir. Bu kesimin çiftçiliğe 40 yaşından sonra başladığı, muhtemelen başka mesleklerde çalıştıktan sonra tarıma yatırım yaptıkları veya ailelerinden çiftlik/arazi devraldıkları düşünülmektedir.

Araştırma kapsamında örnekleme temsilen sahada seçilmiş olan, "kendi hesabına" tarımsal üretim yapan, dolayısıyla işletmeci/işletme sahibi olduğu düşünülen çiftçilerin %97'si erkek, %3'ü kadın olmuştur (Şekil 2).

Öte yandan Türkiye'de tarım sektöründe çalışan kadınların istihdam oranı ise %44'tür. Bu rakam tarım dışı sektörlerde %30'dur. Bu oran, kadınların tarımda daha çok istihdam edildiğini göstermektedir. Makine kullanılmayan ve el çabukluğu gerektiren tarımsal işlerde (çapa, fide dikim, hasat, eleme vb.) kadınların ücretsiz aile işçisi veya ücretli/yevmiyeli işçi olarak daha fazla çalıştırıldığı görülmektedir. Avrupa Birliği'nde ise çiftlik sahibi/yöneticisi olan kadın oranı %29 iken, tarımsal istihdamdaki payı %35'tir.

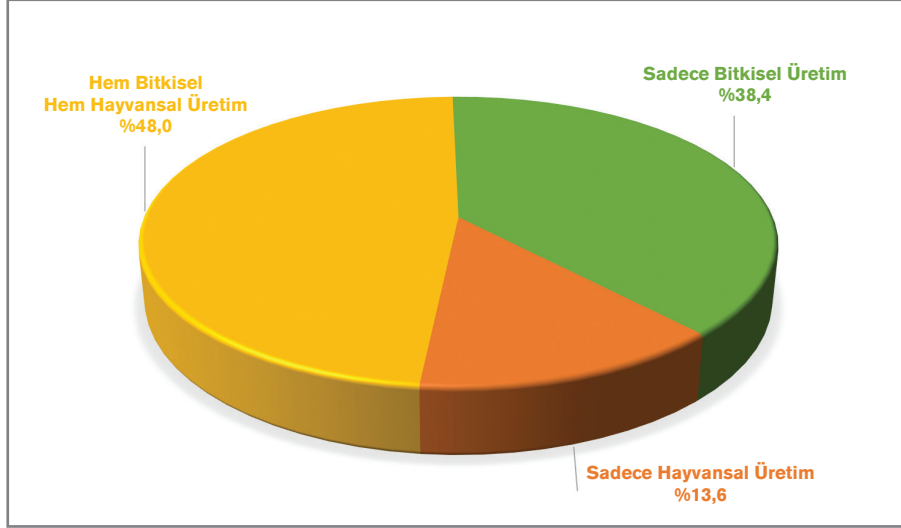
Yapılan üretim bakımından değerlendirildiğinde, ankete katılan her on çiftçiden yaklaşık dördü sadece bitkisel üretim, beşi hem bitkisel hem hayvansal üretim, biri ise sadece hayvansal üretim gerçekleştirmektedir (Şekil 3). Bu bulguyu Türkiye çapında karşılaştıracak güncel bir istatistik olmasa da oranlar 2001 Türkiye Genel Tarım Sayımı oranlarına yakındır.

Fakat 2001'de %2,4 olan "sadece hayvancılık yapan" işletme oranının 2019 saha araştırmasında %13,6 çıkması, buna karşılık "bitkisel ve hayvansal (karma) üretim" yapan işletme oranının %67'den %48'e düşmesi, hayvancılıkta uzmanlaşmış işletme sayısının artmış olabileceğini akla getirmektedir.

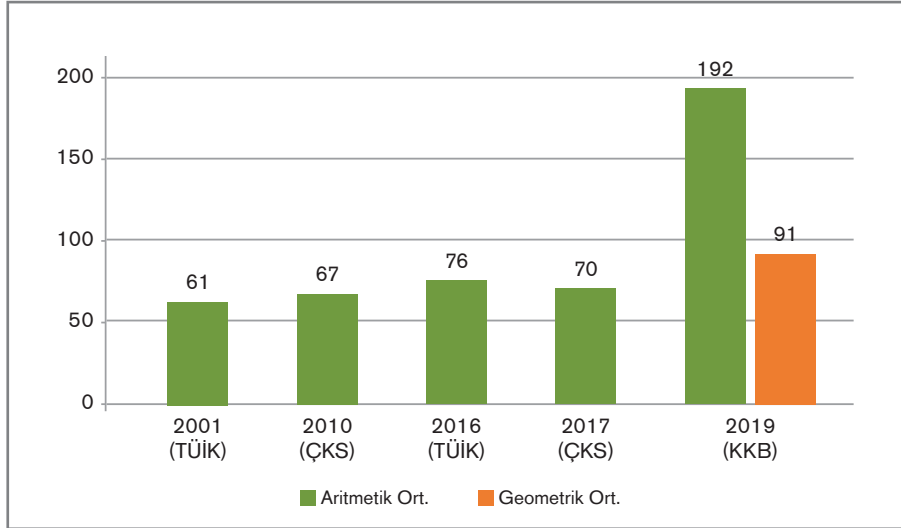
Sadece hayvanlarına yem amacıyla yem bitkisi yetiştirdiğini belirten ve toplam katılımcıların %8,5'lik dilimini oluşturan karma işletmeler de ele alındığında, Türkiye'de hayvancılıkta özelleşmiş işletme oranının %22'lere ulaştığı söylenebilecektir.

Bu varsayımı doğrulayabilecek gelişme, Türkiye'de son 15-20 yılda hayvansal üretime olan yoğun taleptir. 2001 yılında hayvansal üretim değerinin toplam tarımsal değerdeki payı %41 iken, 2018'de bu oran %59'a çıkmıştır.

Şekil 3: Katılımcı çiftçilerin tarımsal üretim tipi



Şekil 4: Ekilen arazinin çiftçi başına büyüklüğü



Araştırmaya katılan her bir çiftçinin faal olarak tarımsal üretim yaptığı toplam arazi büyüklüğünün geometrik ortalaması 91 dekar'dır (9,1 hektar).⁵

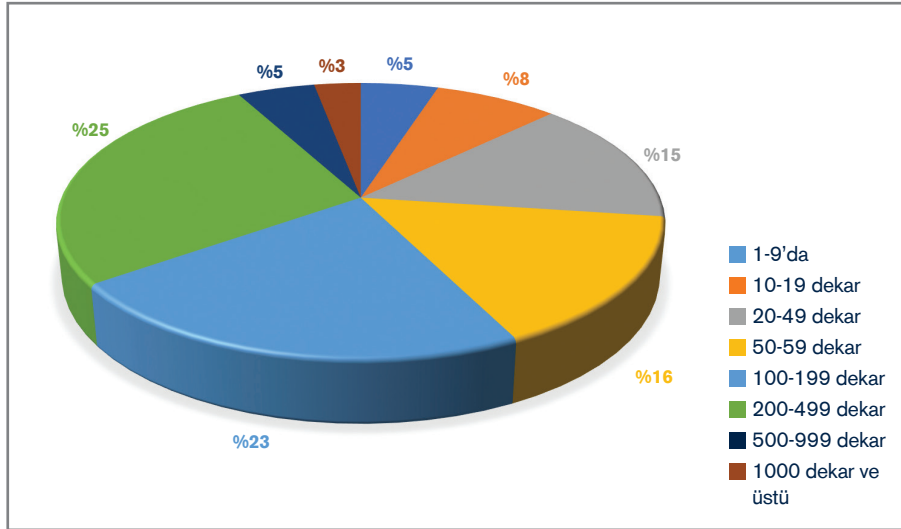
Ortanca değerin (medyan) 100 dekar olarak bulunduğu araştırmada, aritmetik ortalama 192 dekar olarak tespit edilmiştir. Çok büyük alanlarda üretim yapan işletmeler aritmetik ortalamayı yukarı saptırdığından, ortalama işletme büyüklüğünü daha sağlıklı anlamak için geometrik ortalama kullanılmıştır.

Türkiye’de ortalama işletme büyüklüğü TÜİK’in 2001 yılı Genel Tarım Sayımı’nda 61 dekar, 2014/2015 üretim sezonunu dikkate alan 2016 yılı Tarımsal İşletme Yapı Araştırması’nda ise 76 dekar çıkmıştır. Çiftçi Kayıt Sistemi’nin son verilerine göre ise 2017 yılı itibarıyla 70 dekadır. Dolayısıyla, işletme başına büyüklük artış trendindedir.

Bu durum tarım arazisi artışından değil, aktif çiftçi sayısının azalışından kaynaklanmaktadır. 2019 yılı saha araştırmasında bulunan 192 dekarlık aritmetik ortalama, Türkiye’de gerçekte resmî kayıt sistemlerinde görüldenden daha az sayıda aktif çiftçi (çiftlik yöneticisi) olabileceğini ve mevcut çiftçilerin resmî ve gayriresmî ekimleri ile birlikte aslında bilinenden daha fazla oranda üretim yaptıklarını göstermektedir. ÇKS gibi resmî kayıt sistemleri arazi sahipliği ya da resmî kiralamaları/ muvafakatnameleri baz almakta ve alan bazlı destekleri bu resmî sahiplere ya da kiracılara ödemektedir.

Arazi sahiplerinin büyük bir kısmı üretim faaliyetini aktif olarak kendileri gerçekleştirmeseler dahi, ÇKS’ye kendi adları ile kaydolmaktadır. Ayrıca miras nedeniyle mülkiyeti bölünen arazilerin aynı hane halkı tarafından ortak işletilse de ÇKS’ye ayrı aile fertleri adına kaydedildiği de görülmektedir. Bunun dışında sözleşmesiz (gayriresmî) olarak kiralanan araziler ile tapuda orman, mera ve/veya hazine arazisi görünen fakat üzerinde tarım yapılan arazilerin de çiftçi başına “fiili” arazi miktarını artırdığı düşünülmektedir. Katılımcı çiftçilerin toplam arazi büyüklüğünün dağılımı incelendiğinde, yoğunluğun 100-499 dekar bandında olduğu gözlenmektedir (Şekil 5). 50 dekara kadar büyüklüğe sahip işletmeler toplam çiftçilerin %28’ini oluştururken, 500 dekar ve üstü işletmeler, toplam çiftçilerin %8’ini oluşturmaktadır.

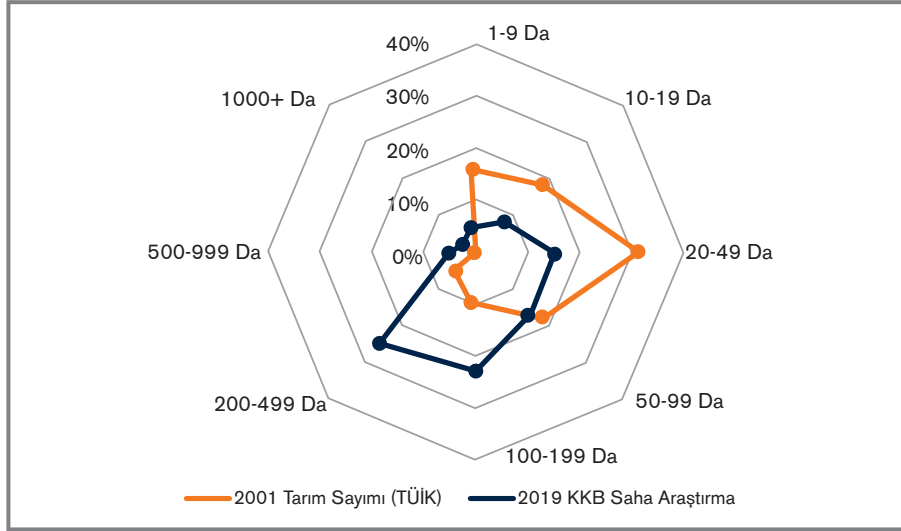
Şekil 5: Katılımcı çiftçilerin üretim yaptığı toplam arazi büyüklüğünün dağılımı



Araştırma sonuçları TÜİK 2001 Genel Tarım Sayımı ile karşılaştırıldığında dramatik bir değişim göze çarpmaktadır (Şekil 6). Nitekim, Türk çiftçilerinin üretim yaptıkları arazi büyüklüğünün 20-99 dekar bandından 100-499 dekar bandına kaydığı görülmektedir. Bu konuda, 2014 yılında 5403 sayılı Toprak Koruma ve Arazi Kullanımı Kanunu’nda önemli bir değişiklik yapılarak Türk tarımına “yeter gelirli tarımsal arazi” kavramı tanıtilmiş ve ilçe bazında farklı olmak üzere Türkiye’de asgari yeter gelirli tarımsal arazi büyüklükleri yasa tarafından 150-175 dekar arası olarak belirlenmiştir.

Tüm bu veriler, yaşanan gelişmelerin Türkiye’de arazilerin konsolidasyonunu ve el değiştirmesini hızlandırdığı sonucuna ulaştırmaktadır. Ayrıca tarımsal teknolojilerin ve mekanizasyonun yaygınlaşması, çiftçinin eskiye göre daha fazla alanı işleme kabiliyetini artırmıştır.

Şekil 6: İşletme büyüklüklerinin 2001-2019 karşılaştırması



Araştırma kapsamında, çiftçilere üretim yaptıkları toplam arazinin ne kadarının kiralık olduğu ve yine toplamda ne kadarının sulandığına yönelik sorular yöneltilmiştir. Buna göre katılımcılar üretim yaptıkları toplam arazinin %20'sinin kiralık olduğunu bildirmişlerdir (Tablo 1). Bu oran TÜİK tarafından 2016 yılında resmî olarak açıklanan kiralık arazi oranına oldukça yakındır. Söz konusu kiralık arazilerde daha çok tek yıllık tarla bitkilerinin (özellikle endüstriyel bitkilerde ve hububatta) yetiştirildiği görülmektedir. Öte yandan en çok karşılaşılan model, mevcutta arazisi olan ve aktif olarak üretim yapan çiftçiler ile aktif olarak üretim yapmayan (üretimi bırakmış ve/veya şehirlere göçmüş) arazi sahipleri arasındaki kiralamalardır.

Bunun dışında ortakçılık, yarıcılık gibi farklı üretim modelleri olsa da toplamdaki payları çok küçüktür. Aile üyeleri arasında miras nedeniyle bölünmüş olan ve çiftçinin diğer aile bireylerine kira bedeli ödemediği araziler bu orana dahil değildir. Katılımcılar tarafından bildirilen sulanan arazi miktarının, toplam arazi büyüklüğüne oranı ise %29 olarak ölçülmüştür. TÜİK tarafından Türkiye bazında açıklanan oran ise %31'dir. 20 milyon hektar civarında ekilen toplam alanın 6,1 milyon kadarı sulama imkânına sahiptir. Bu rakamın orta vadede 8,5 milyon hektara yükseltilmesi için çalışmalar yürütülmektedir.

Tablo 1: Toplam üretim büyüklüğünde kiralanan ve sulanan arazi payı

Arazi Kullanım Şekli	2019 Saha Araştırması	Resmî İstatistik
Kiralık arazilerin toplam araziye oranı	%20	%21 (yaklaşık) ⁶
Sulanan arazilerin toplam araziye oranı	%29	%31

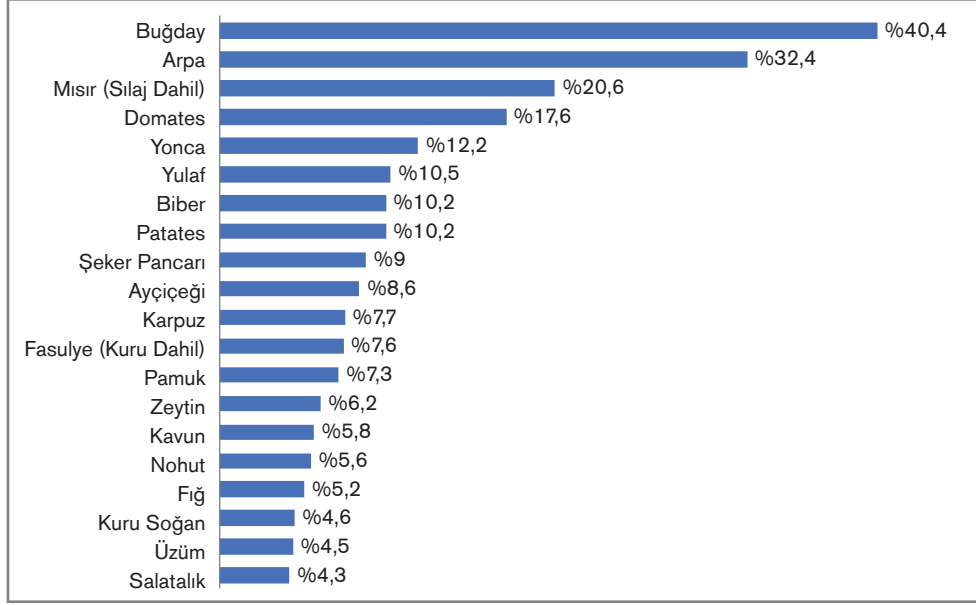
2.2. Çiftçilerin Ürün ve Üretim Tercihleri

Çiftçilerin üretim tercihlerini saptamak adına katılımcılara “Bu yıl ürettiğiniz/üreteceğiniz bitkisel ürünler nelerdir?” sorusu yöneltilmiş, alınan cevaplar ışığında çiftçi başına en çok tercih edilen ilk 20 ürün Şekil 7'deki gibi listelenmiştir. Araştırma kapsamında yöneltilen bu soru ile çiftçilerin bildirdiği tüm ürünler kaydedilmiş, böylece ürün sayısı ve çeşitliliği de ortaya çıkarılmıştır. Toplamda 845 çiftçinin birbirinden farklı 110 bitkisel ürün için toplamda 2.533 adet üretim işaretlediği tespit edilirken, bir çiftçinin aynı yıl içerisinde 3 farklı bitkisel ürün ürettiği görülmüştür.

Elde edilen tüm bu verilere paralel olarak, son 5 yılda 457 bin adet tarım kredisi başvurusunun yapıldığı TARDES sisteminde de, son bir yıl içerisinde kredi başvurusu yapılan farklı ürün sayısı 110, her başvuruda çiftçi başına girilen bitkisel ürün sayısı ise 3,2'dir.

Ekilen ürün bakımından değerlendirildiğinde; saha araştırmasına katılan her on çiftçiden dördünün buğday, üçünün arpa, ikisinin mısır ektiği görülmektedir. Sebze olarak domates, meyve olarak da karpuz, ekilen ürünler arasında ilk sırayı almaktadır. Bildirilen ilk 20 ürünün, sıralaması ve oranları TARDES sistemi aracılığıyla bankalara kredi başvurusu yapan çiftçilerin belirttikleri ürünler ile de karşılaştırılmış ve sıralamanın birbirine çok benzer olduğu görülmüştür. Nitekim buğday, arpa ve mısır TARDES'te de ilk 3 sırayı paylaşmaktadır. Fakat saha araştırmasından farklı olarak TARDES'te karpuz, kavun, kuru soğan ve salatalık ilk 20'ye girememiş, buna karşılık elma, ceviz, kiraz ve mandalina üreten çiftçilerin kredi için bankalara daha fazla sayıda başvurdukları görülmüştür.

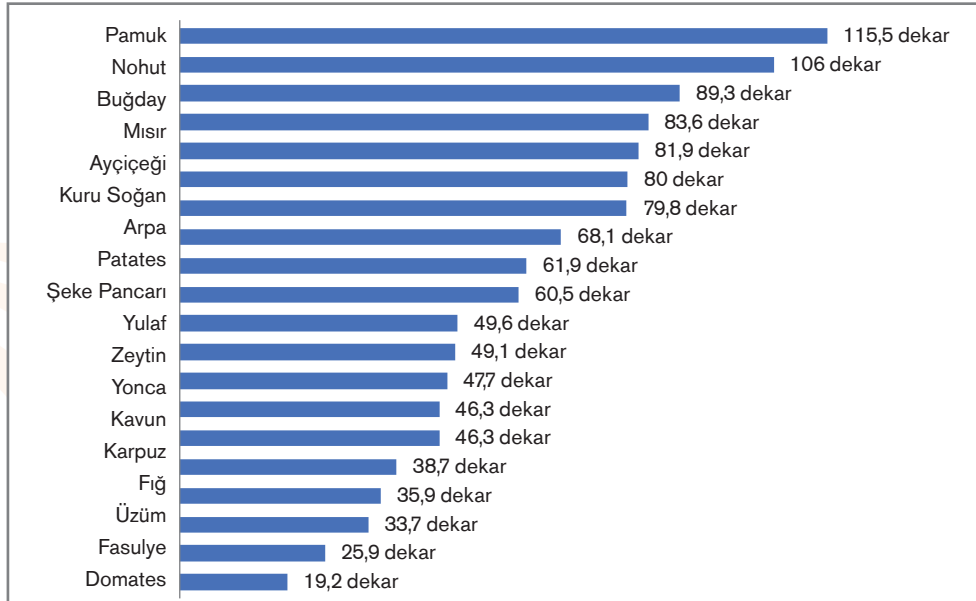
Şekil 7: 2019'da üretildiği bildirilen ilk 20 ürünün toplam çiftçi sayısındaki payı



2019'da Üretildiği Bildirilen Toplam Farklı Ürün Sayısı: 110

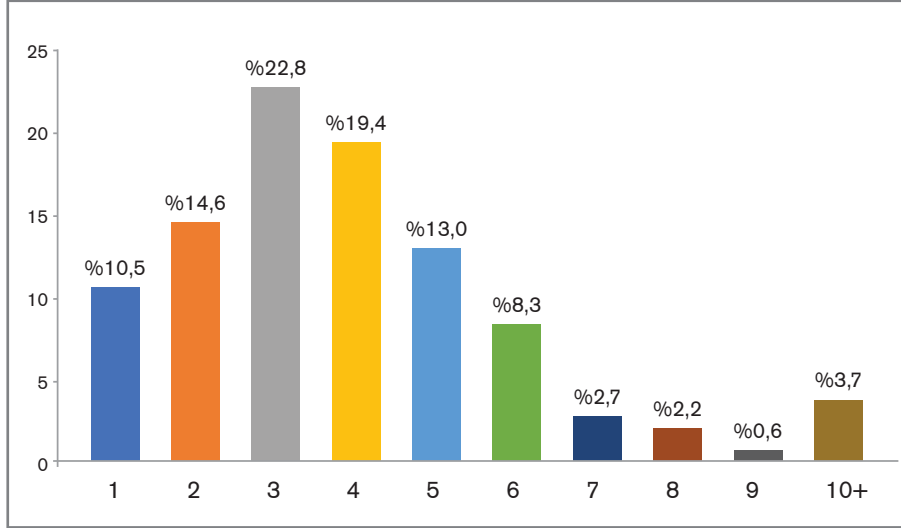
Çiftçilerin en çok tercih ettiği ilk 20 ürünün çiftçi başına ortalama ekiliş alanı ise Şekil 8'de sunulmuştur. Pamuk 115,5 dekar ile ilk sırayı alırken, bunu nohut ve buğday takip etmiştir. Beklenildiği gibi meyve ve sebze ortalamaları daha düşüktür ve tamamı 50 dekarın altındadır.

Şekil 8: 2019'da üretildiği bildirilen ilk 20 ürünün, çiftçi başına ekiliş alanı ortalaması



Katılımcılara “Son 3 yıl içerisinde kaç farklı bitkisel ürün yetiştirdiniz?” sorusu yöneltildiğinde, cevapların yoğunluğu 3-4 ürün, ortalama ise 4 farklı ürün olarak ölçülmüştür. Bu bilgi, “aynı yıl içerisinde” yetiştirilen ortalama 3 ürün sayısı ile birlikte ele alındığında, Türkiye’deki ortalama bir çiftçinin belirlediği 3-4 ürünü münavebeli (dönüşümlü) olarak ektiği söylenebilmektedir.

Şekil 9: Son 3 yıl içerisinde yetiştirilen farklı bitkisel ürün sayısı

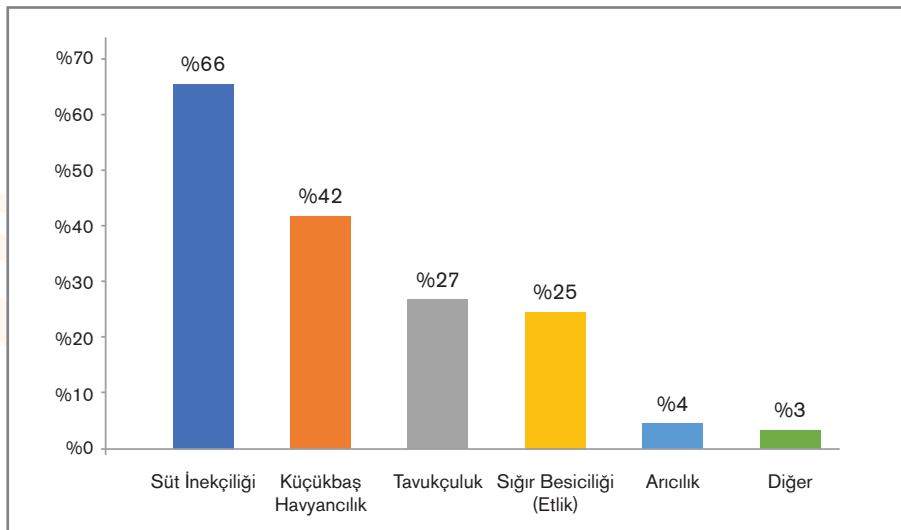


Araştırma kapsamında, katılımcıların %61,6’sının bitkisel üretim ile birlikte veya tek başına hayvancılık yapmakta olduğu görülmüştür. Bu çiftçilere yetiştirdikleri hayvan çeşidi sorulduğunda üçte ikisinin (%66) süt ineği, %42’sinin ise koyun-keçi bildirdiği gözlenmiştir. Bu türleri tavuk ve besi sığırları takip etmiştir. “Diğer” kategorisindeki az sayıdaki hayvan yetiştiricisi; manda, kaz ve ördek bildirmiştir.

Türkiye’de süt inekçiliğinin yükselişi, tüm dünyada olduğu gibi, iki temel nedene dayanmaktadır. Bu nedenlerden ilki süt ineklerinde verimliliği artıran ıslah çalışmaları ve süt inekçiliği teknolojilerindeki gelişmelerdir.

Bu durum endüstriyel inekçiliği çiftçiler nezdinde yaygınlaştırmaktadır. İkinci ve daha önemli neden ise inek sütü ve süt ürünlerine artan tüketici talebidir.

Şekil 10: Hayvancılık çeşidinin katılımcı sayısına oranı



Katılımcıların yetiştirdikleri hayvanların sayısı da toplanmış ve çiftçi başına ortalamalar Tablo 2'deki gibi oluşmuştur.

Tablo 2: Hayvancılık tipine göre çiftçilerin hayvan sayısı ortalaması

Hayvancılık Tipi	Çiftçi Sayısı	Ortalama (Aritmetik ⁷) Hayvan Sayısı
Süt İnekçiliği	395	26 adet (süt ineği)
Küçükbaş Hayvancılık	252	91 adet
Tavukçuluk	162	409 adet
Sığır Besiciliği (etlik)	148	58 adet
Arıcılık	25	49 adet (kovan)
Diğer Hayvansal Üretim	9	46 adet

Türkiye'de süt inekçiliği genellikle küçük aile işletmeleri tarafından yapılmaktadır. Bu işletmelerin çoğu aynı zamanda bitkisel üretim yapmaktadır, fakat resmî rakamlara göre ortalama 10 inekten elde ettikleri süt ve buzağı sayesinde hane halkı hem kendi ihtiyacını karşılamakta hem de ilave gelir elde etmektedir. Nitekim saha araştırmasına katılan süt ineği işletmelerinin %51'i 10 ve daha az sayıda inek sahibi olduğunu bildirmiştir. Öte yandan, Türkiye'de kayıt altındaki toplam sığırın üçte birini barındıran damızlık yetiştirici birliklerine kayıtlı işletmeler ana faaliyet olarak ve daha ekonomik (ticari) ölçeklerde süt inekçiliği yapmaktadır. Bu işletmelerdeki ortalama inek sayısı 2019 itibarıyla 33'tür.⁸ Saha araştırması ile elde edilen sonuç (26 inek) her iki işletme tipinin de örnekleme yer aldığını göstermektedir.

Küçükbaş ve besi sığırı işletmelerindeki ortalama da Türkiye'deki orta ölçekli işletmeleri yansıtmaktadır. Araştırmada "tavuk" bildirimi yapan katılımcıların neredeyse tamamına yakını, ticari ölçekte olmayan "bahçe tavukçuluğu" yapan çiftçilerdir. Bu çiftçilerin %84'ü 1-50 arasında tavuğa sahip iken, geri kalan çiftçilerin bir kısmı 200-700 arasında tavuk ile "gezen tavukçuluk" yapmaktadır. Sadece iki katılımcı (%1,2) ticari ölçekte (10.000 tavuk üstü) et/yumurta tavukçuluğu yaptığını belirtmiştir. Bu nedenle Tablo 2'de 409 olarak belirtilen ortalama tavuk sayısı bu sektör açısından anlamlı bir rakam değildir çünkü Türkiye'de ticari tavukçuluk entegre piliç veya yumurta firmaları tarafından sözleşmeli çiftçiler aracılığıyla yapılmaktadır.

Çiftçilerin üretim davranışlarını ve ürün tercihlerini daha iyi anlamak üzere "ürün seçerken" hangi faktörleri dikkate aldıkları sorulmuştur. Çoktan seçmeli bu soru "en fazla beş" tercih ile sınırlandırılarak, her katılımcının en çok ihtiyaç duyduğu alanları işaretlemesi ve böylece daha nitelikli bir sonuca ulaşılması sağlanmıştır. Toplanan cevaplar katılımcı sayısına bölündüğünde, en çok tercih edilen seçeneğin "iklim/arazime uygun olanı üretiyorum" olduğu görülmüştür. Tarımsal üretimin ilk kısıtı iklim ve toprak yapısı olduğundan elde edilen bu sonuç oldukça doğaldır.

Elde edilen bu yanıtı, "en iyi bildiğim ürünü üretiyorum" (%37) ve "fiyatı iyi olan ürünü üretiyorum" (%35) takip etmiştir. Dolayısıyla çiftçi ürün tercihi yaparken iklim/toprak kısıtından sonra kendi bilgi/tecrübe kısıtını ve ürün satış fiyatını dikkate almaktadır. "Gelecek yıl fiyatı yükselecek ürün" seçeneğinin sadece %9 oranında tercih edilmesi, çiftçilerin ürün fiyatı konusunda geçmiş ve mevcut yıla odaklanabildiği ve "gelecek" (beklenti) fiyat tahmini kabiliyetlerinin düşük olduğunu göstermektedir. Fiyat dışında çiftçilerin dikkat ettiği diğer iki seçenek "alıcının çok" (%19) ve "satışın hızlı" (%19) olmasıdır. Dolayısıyla, alıcı çok (rekabet seviyesi yüksek) ve satış hızlı olduğu sürece, çiftçi "alıcının yakınlığını" (%12) dert etmemektedir.

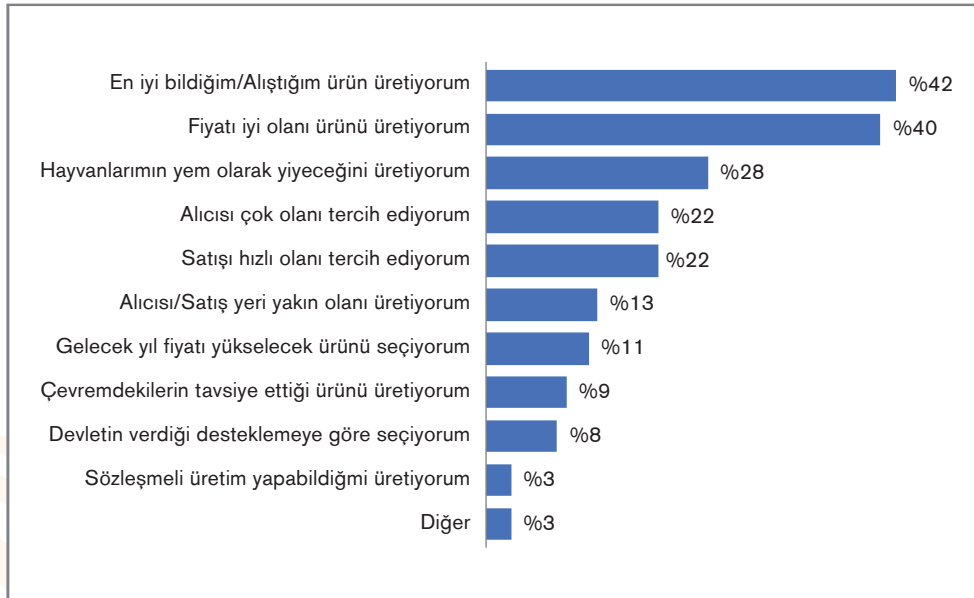
Devlet desteklemeleri ürün seçiminde çok az etkilidir.⁹ Sözleşmeli üretim ise Türkiye’de zaten yaygın ve etkili olmadığından sonuncu sırada çıkmıştır. “Diğer” cevabını işaretleyen az sayıdaki çiftçi; “üretimi kolay”, “masrafı az”, ya da “münavebe gerektiren” ürünleri tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Şekil 11: “Ürün seçerken neye göre karar veriyorsunuz?” sorusuna verilen cevap



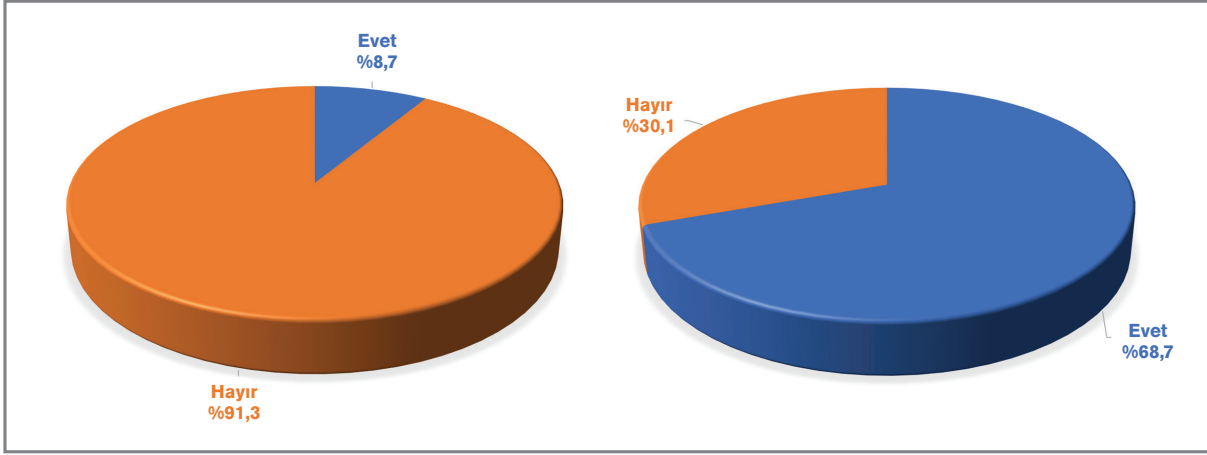
Şekil 11’de yer alan tablodan, “İklima/Arazime uygun olanı üretiyorum” cevabı çıkarıldığında ve geri kalan cevaplar çiftçi sayısına bölündüğünde sonuç Şekil 12’deki gibi olmuştur. Böylece iklim, arazi ve toprak tipi kısıtlarını dikkate almadan; alışkanlık, tecrübe, fiyat ve alıcı gibi faktörlerin ekilecek bitkisel ürün seçiminde ne kadar etkili olduğu gözlenmektedir.

Şekil 12: “Ürün seçerken neye göre karar veriyorsunuz?” (“İklima/Arazime Uygun” hariç)



Katılımcı çiftçilere son 3 yılda hiç sözleşmeli üretim yapıp yapmadıkları sorulduğunda çiftçilerin sadece %9’u “Evet” demiştir. Evet diyenlerin aynı zamanda büyük oranda sözleşmeli üretimden memnun olduğu görülmektedir.

Şekil 13: Sözleşmeli üretim yapan çiftçiler (sol) ve sözleşmeden memnuniyet seviyeleri (sağ)

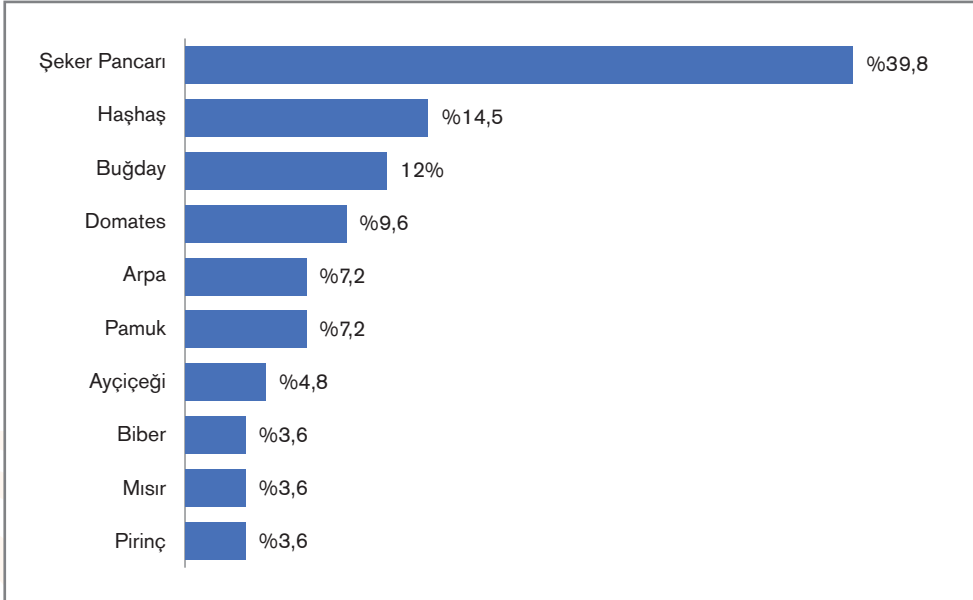


Araştırma kapsamında sözleşmeli üretim yaptığını söyleyen üreticiler 29 farklı bitkisel ürün ve 2 hayvancılık ürünü (süt ve tavuk) için sözleşme yaptıklarını belirtmişlerdir.

Sözleşmeli üretimde ürün çeşitliliğinin bu denli yüksek çıkması sevindirici olsa da sözleşmeli çiftçilerin toplamdaki düşük payı ve sözleşmeli ürünün büyük kısmının yasal olarak sözleşmenin/ izinli ekimin zorunlu olduğu şeker pancarı (%40) ve haşhaş (%15) olması, Türkiye'de henüz alıcı ile çiftçi arasında serbest piyasa kurallarına göre kurulmuş sözleşmeli değer zincirlerinin yeteri kadar gelişmediğini göstermektedir.

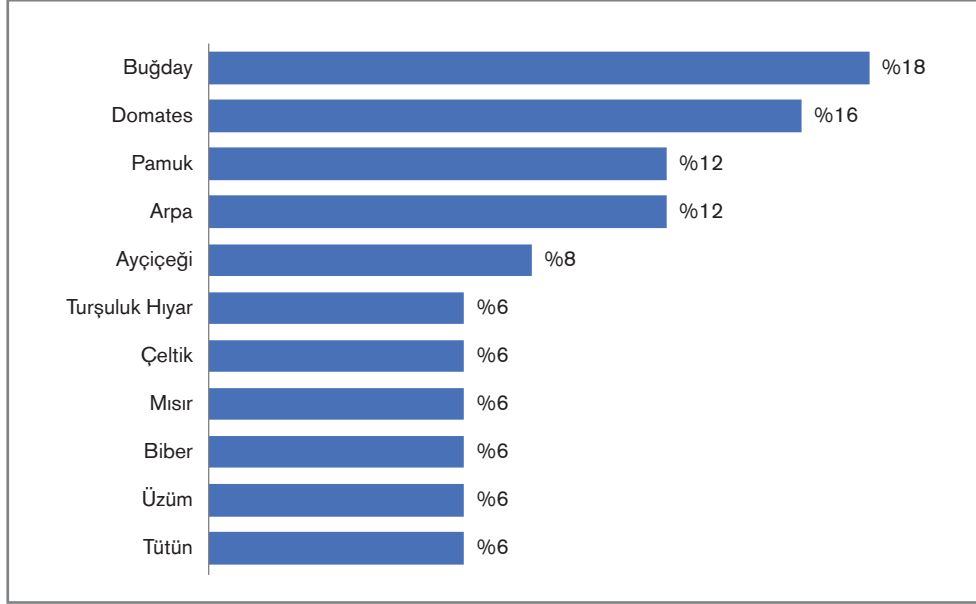
Bu durum özellikle sanayiye yönelik üretilen tarımsal ürünlerde katma değer alıcılar (sanayiciler, toplayıcılar) ve çiftçiler arasında paylaşımı konusunda adil bir piyasa dengesinin oluşup oluşmadığı hususunda soru işaretleri doğurmaktadır.

Şekil 14: Sözleşmeli üretilen ilk 10 ürün



Şekil 14'te yer alan grafikten, şeker pancarı ve haşhaş ürettiklerini belirten katılımcılar çıkartıldığında, sözleşmeli ilk 10 ürün Şekil 15'teki gibi sıralanmaktadır. Buğdayın başı çektiği listede, domates ikinci sırada yer almaktadır. Sözleşmeli buğday, daha çok tohumluk buğday için üretilirken, sözleşmeli domatesin tamamı sanayilik (salça, konserve, ketçap) üretimdir.

Şekil 15: Sözleşmeli üretilen ilk 10 ürün (şeker pancarı ve haşhaş hariç)



2.3. Çiftçilerin Sektörel Sorunları

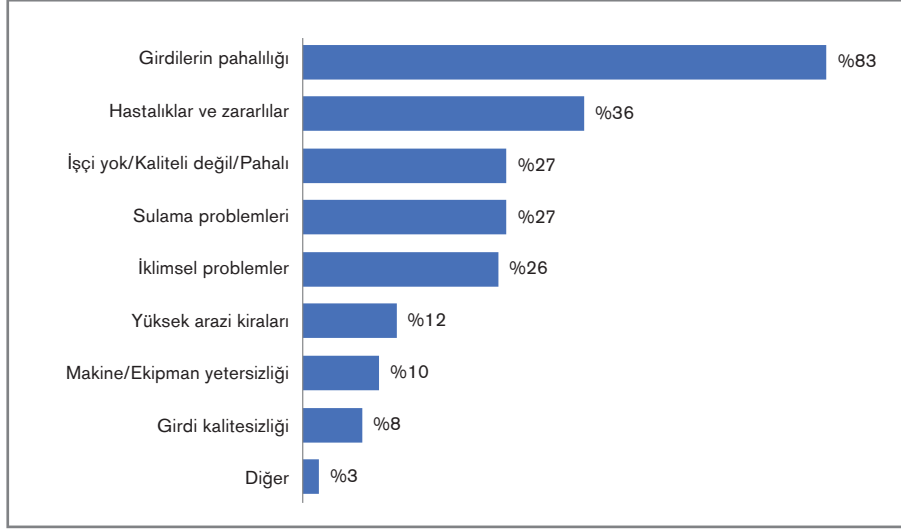
Saha araştırmasında çiftçilere yaşadıkları sorunlar iki aşamalı olarak sorulmuştur. İlk aşamada “tarımsal üretim esnasında” karşılaştıkları sorunlar tespit edilirken, ikinci aşamada “üretimden sonra” yaşadıkları sorunlar belirlenmiştir. Sorun seçiminde çiftçilere birden fazla seçenek imkânı tanınmış, ancak, cevapların sorunları daha güçlü şekilde temsil etmesi açısından seçim adedi çiftçi başına beş ile sınırlandırılmıştır. Tercih edilen tüm seçenekler çiftçi sayısına bölünmüş ve sorun bildiren çiftçilerin dağılımları grafik halinde sunulmuştur. Öte yandan, katılımcıların %11’inin bu soruya herhangi bir cevap vermek istemediği, %5’inin ise “herhangi bir sorun yaşamıyorum” seçeneğini işaretlediği görülmüştür.

Katılımcıların araştırma kapsamında belirttiği en önemli sorun %83 ile “girdi pahalılığı”dır. Frankfurt School’un 2011 yılında gerçekleştirdiği saha araştırmasında aynı sorunun ikinci, 2016’da ise birinci sırada çıkmış olması; Türkiye’de “girdi pahalılığı” probleminin kalıcılığa ve çiftçiler açısından katılaşmaya başladığını göstermektedir.

Girdi pahalılığını %36 ile “hastalıklar/zararlılar ile mücadele” ve %27 ile “işçi” ve “sulama” problemleri izlemiştir. İşçi problemi ise çiftçilerde kendini üç farklı şekilde göstermektedir. Herhangi bir sorun belirten 826 çiftçinin 108’i “işçi bulamıyorum”, 89’u “işçi var, fakat pahalı”, 78’i ise “işçi var, fakat kaliteli işçi yok” demiştir. Elde edilen bu çıktı, esasında Türkiye’de kırsaldan kente doğru yaşanan hızlı göçün bir sonucudur. Nitekim tarım işçisi açığı son yıllarda Suriye, Afganistan ve Gürcistan uyruklu göçmenlerle telafi edilmeye çalışılmaktadır.

Tarım işçisi açığına yönelik bir başka çözüm yolu olarak çiftçiler son yıllarda daha az işçilik gerektiren ürünlere (tahıl, endüstriyel bitkiler) ve makinalı tarıma yönelmektedir. Bu durum yeni makine/ekipman yatırımı gerektirmektedir. İşçi problemlerini %26 ile “iklimsel problemler” izlemiştir. Türkiye’de iklim değişikliği son yıllarda ürünlerin çimlenmesinden başlayarak, sulama miktarına, ilaçlama ve gübrelemeye ve nihayet hasada kadar etkisini artırmaya başlamıştır. Hatta ürün döngüleri dahi iklim değişikliğinden dolayı kayabilmektedir.

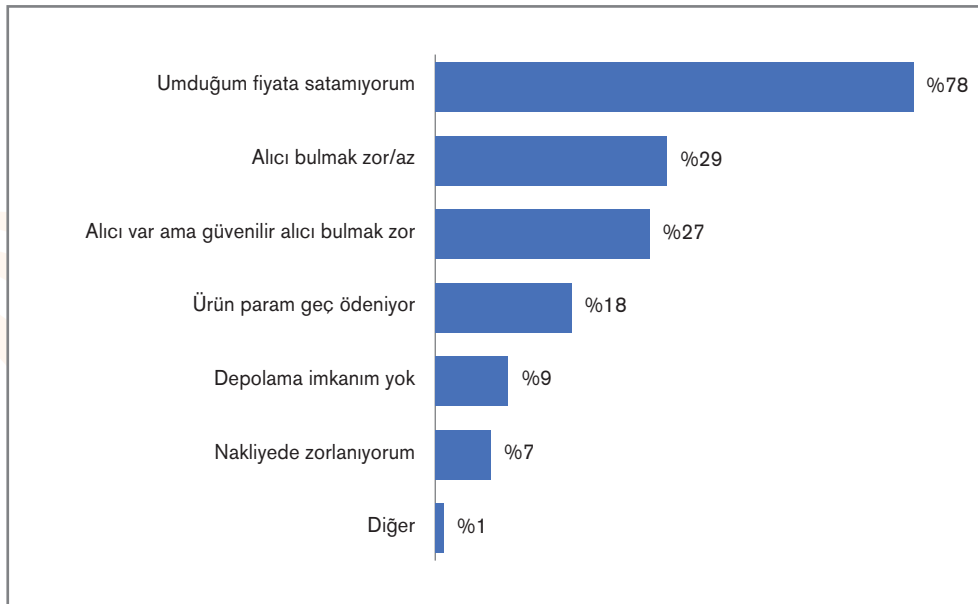
Şekil 16: Çiftçilerin üretim esnasında yaşadıkları sorunların çiftçi sayısına oranı



Yaşadıkları sorunları “Diğer” seçeneğini seçerek belirten katılımcılar (%3); sırasıyla en çok “beklenmedik verim düşüklüğünü”, “hükümetin tarım/destekleme politikalarını” ve “veteriner yetersizliğini” dile getirmişlerdir. “Herhangi bir sorun yaşamıyorum” diyen katılımcılar ise toplamın %5’ini oluşturmuştur. Sektörel sorunların ikinci aşaması olarak, çiftçilerin “üretimden sonra” karşılaştıkları problemlerin dağılımı Şekil 17’de sunulmuştur. Daha önceki sorularda olduğu gibi, çiftçilerin en çok önem verdikleri seçenekleri toplayabilmek için çiftçi başına tercih sayısı üç adet ile sınırlandırılmıştır.

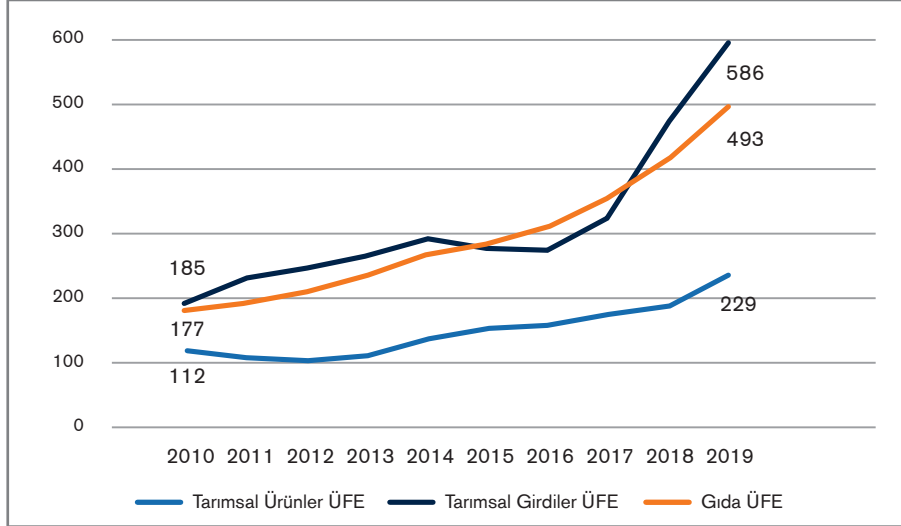
Ancak katılımcıların %20’sinin “herhangi bir sorun yaşamıyorum” şikkını tercih ettiği belirtilmelidir. Bu oran “üretim esnasında” bir sorun yaşamadığını belirten çiftçilerden %5 daha yüksektir. Şekil 17’deki grafik ile sıralanan sorunlar, ilgili soruda herhangi bir sorun bildiren katılımcıların sonuçlarını yansıtmaktadır. Görüleceği üzere üretimden sonraki sorunlar “düşük satış fiyatı” (%78) ve “alıcı sorunları” (%56¹⁰) üzerinde yoğunlaşmaktadır. “Ürün param geç ödeniyor” (%18) seçeneğinin de bir tür alıcı problemi olduğu düşünülürse, çiftçilerin hasat sonrası sorunlarının büyük kısmının, ürünlerin “fiyat mekanizması” ve alıcı piyasaları ile olan ilişkileri ile alakalı olduğu açıktır. Sorunlar Türkiye’de çiftçinin fiyat belirleme gücü ve bu sorunlara karşı kendisini temsil edecek örgütlerin etkinliği hususlarında soru işaretleri doğurmaktadır.

Şekil 17: Çiftçilerin üretimden sonra yaşadıkları sorunların çiftçi sayısına oranı



Ürün satış fiyatının beklenenden düşük olması, Frankfurt School'un daha önceki yıllarda gerçekleştirdiği saha araştırmalarında da çiftçiler açısından tarımın ilk ya da ikinci problemi olarak raporlanmıştır. Anketlerde uzun yıllardır liderliği elden bırakmayan “yüksek girdi fiyatları” ve “düşük ürün satış fiyatları” konusu, son 10 yılın ulusal istatistikleri açısından da Şekil 18’de irdelenmiştir. Resmî istatistikler çiftçiye doğrulamaktadır. Son 10 yılda çiftçinin ürün satış fiyatları (Tarım ÜFE) %104 artarken, tüketicilerin gıda alış fiyatları (Gıda TÜFE) %179, çiftçilerin girdi (Tarımsal Girdiler ÜFE) alış fiyatları ise ortalama %217 artmıştır.

Şekil 18: Türkiye’de tarımsal girdi*, tarımsal ürün (çiftçi satış), gıda (tüketici alış) fiyat endeksleri**



Kaynak: TÜİK

* Tarım ve ormancılık makineleri, petrol ürünleri (rafine), gübre ve kimyasallar (plastik dahil), zirai ilaçlar ve hayvan yemine ilişkin “Yurtiçi ÜFE” endekslerinin aritmetik ortalaması alınmıştır.

** Yurtiçi ÜFE ve Gıda TÜFE’nin baz yılı 2003 olduğundan Tarımsal ÜFE’de baz yılı 2010 ve 2015 olan yıllar 2003 için tekrar hesaplanmıştır.

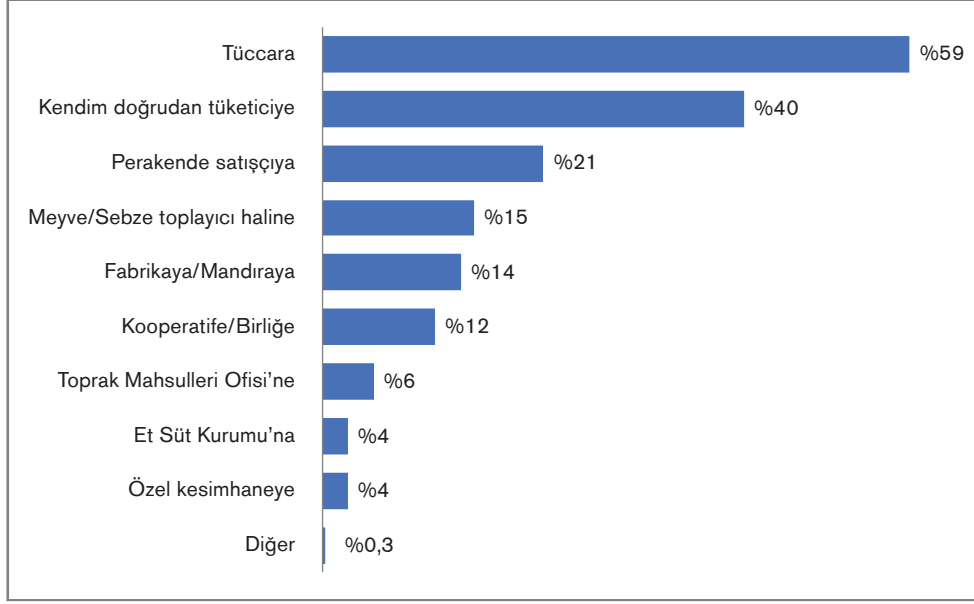
2.4. Çiftçilerin Ürün Satış Kanalları ve Yöntemleri

Tarım sektöründe her bir ürün ya da ürün grubunun, mevcut kurulu bir değer zinciri bulunmaktadır ve bu zincirin içerisinde bu ürünleri çiftçilerden satın alan belirli alıcılar yer almaktadır. Alıcıların özellikleri ve sayısı ürünün depolanma imkânı, tüketim şekli, işleme sanayisi, tüketici pazarının büyüklüğü ve lokasyonuna göre şekillenmektedir.

Çiftçiler ürün tipi, kendi pazarlama bilgileri ve altyapılarına göre ürünlerini bazen bir toplayıcıya (aracıya) ya da işleyiciye, bazen de tüketicilere doğrudan (perakende) satabilmektedir. Dolayısıyla alıcı tipi bazen ürüne bağımlı olarak baştan belirlenmiş durumda, bazen de çiftçinin tercihin ve kapasitesine göre isteğe bağlıdır. Bu araştırmada Türkiye genelinde ürün ayırt etmeksizin çiftçilerin satış kanallarının dağılımını görebilmek için katılımcılara ürünlerini nereye sattıkları sorulmuş ve diledikleri kadar tercih seçmelerine imkân tanınmıştır. Katılımcıların belirttiği satış kanalları, çiftçi sayısına bölündüğünde dağılım Şekil 19’daki gibi oluşmuştur.

Buna göre çiftçiler satış için en çok toptan alım yapan tüccarlara (aracılara) başvurmaktadır (%59). Bu durum birkaç nedenden dolayı olağandır. Öncelikle, Türkiye’de tarımsal işletme ölçekleri küçüktür ve üretim alanları dağınıktır. Sanayi (işleme) ve perakende (taze ürün) sektörünün Türkiye gibi büyük bir ülkede bu kadar dağınık ve küçük işletmelerden ürün toplaması fiziksel olarak olanaksızdır. Ayrıca, her ürünün farklı bir taşıma, depolama ve pazarlama kabiliyeti olduğundan ürünlerin toptan satışı ürüne ve yöreye özel tecrübe gerektirmektedir. Bu ihtiyaçlar çiftçilerle aracı tüccarların arasında resmî ve gayriresmî, çoğu zaman uzun yıllara ve sadakate dayalı bir müşteri ilişkisine yol açmaktadır.

Şekil 19: Çiftçilerin ürün satış kanalları



Katılımcılar ikinci ve üçüncü seçenek olarak “doğrudan tüketiciye” (%40) ve “perakendeciye” (%21) satış yaptıklarını belirtmişlerdir. Bunun yanı sıra Frankfurt School’un 2011 yılı saha araştırmasında %71 olan tüccarların payı 2019’da %59’a inerken; aynı araştırmada %15 olan “doğrudan tüketiciye” satışlar ise %40’a çıkmış durumdadır.

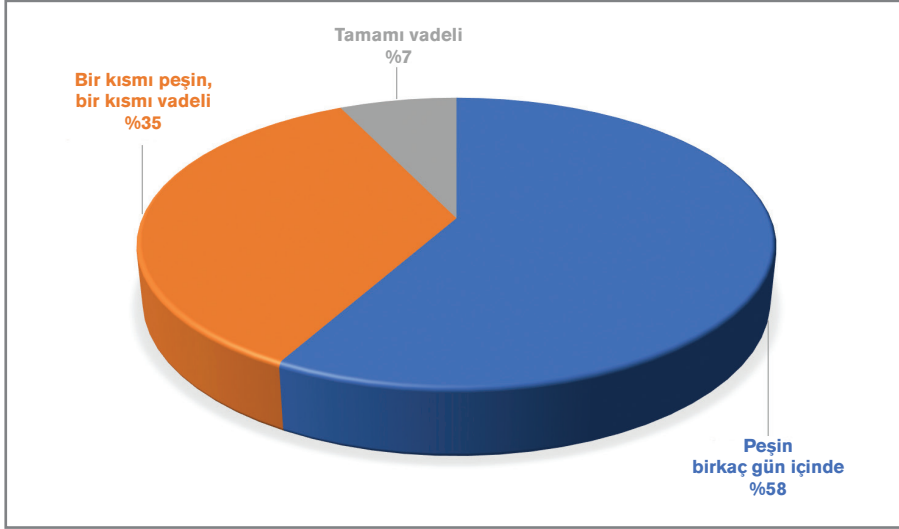
Son yıllarda tüccarların alış fiyatından memnun olmayan çiftçilerin değer zincirindeki toptancıyı (tüccarı) aşarak doğrudan perakende sektörüne (market, pazarcı, manav, kasap vb.) veya tüketiciye (semt pazarlarında, yol kenarlarında, mahalle sokaklarında) satış yapma konusunda eğilimleri bilinmektedir. Hükümetin de bu konudaki teşvik ve yönlendirmelerinin sonuç verdiği anlaşılmaktadır.

Araştırmada çiftçilerin %15’inin bildirdiği “toptancı halleri” 100 kilogramın üzerinde toptan satılacak yaş sebze ve meyveler için yasal bir satış kanalıdır, fakat zorunlu değildir. Marketler (yerel/zincir), pazarcılar, otel-restoran-hazır yemek sektörü Hal Kayıt Sistemi’ne (HKS) satın alma bildirimi yaptıkları sürece, doğrudan çiftçilerden ürün alabilmektedir.

Türkiye’de çiftçi üyelerinin ürünlerini satan tarım satış kooperatifleri ve ürünleri pazara sevk edebilen üretici birlikleri bulunmaktadır. Daha çok pamuk, ayçiçeği, kuru üzüm, zeytin ve zeytinyağı, kuru incir ve hayvansal ürünlerde (süt, kırmızı et, kanatlı eti, yumurta, bal) aktif olan bu örgütlerin saha araştırmasındaki payı %12 olarak ölçülmüştür. 2000’li yıllardan önce tahıl sektöründe en büyük alıcılardan birisi olan Toprak Mahsulleri Ofisi (TMO) ise çiftçilerin %6’sı tarafından dile getirilmiştir. Gerçekten de TMO’nun yurtiçi üreticilerden satın aldığı miktar, ürün bazında farklı olmak üzere yüzde 5-15 seviyelerine kadar gerilemiş durumdadır.

Besi işletmelerinden sığır ve koyun satın alan devlete ait Et ve Süt Kurumu ve özel kesimhanelerin payı ise %4’er olarak ölçülmüştür. Çiftçilerin belirttikleri tüm satış kanalları çiftçi sayısına bölündüğünde ise, çiftçi başına ortalama 1,7 satış kanalına ulaşılmıştır. Dolayısıyla, çiftçiler ürünlerini yaklaşık 2 farklı kanala pazarlamaktadır.

Şekil 20: Çiftçilerin ürün bedeli tahsilat şekli

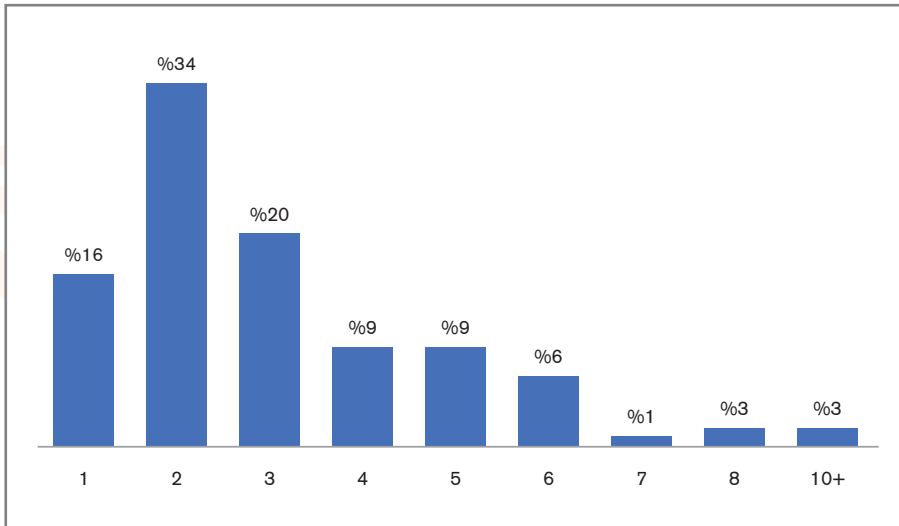


Çiftçilerin hasat sonrası satış sorunları ve satış kanallarının tespitinden sonra, ürün bedellerini hangi yöntemlerle tahsil ettikleri araştırılmıştır. Bu amaçla öncelikle tahsilatların peşin mi yoksa vadeli mi olduğu sorulmuş ve yandaki dağılıma ulaşılmıştır (Şekil 20). Katılımcıların %58'i alıcılardan ürün bedelini peşin veya birkaç gün içinde tahsil ettiklerini belirtmişlerdir. Bazı ürünlerde (özellikle meyvelerde ve tütünde) görülebilen hasat öncesi (kabala) satış ve tahsilat da bu orana dâhildir.

Ödemelerinin bir kısmını peşin, geri kalanını vadeli tahsil edenler katılımcı çiftçilerin %35'ini, tamamını vadeli geri alanlar ise %7'sini oluşturmuştur. Geleneksel olarak, çiftçilerin çoğu üretim sezonu boyunca nakit veya vadeli olarak harcama yaptıklarından, hasat sonrasında ürünlerini bir an evvel satarak nakit girişi sağlamayı ve piyasaya olan borçlarını (krediler dahil) ödeme yolunu tercih etmektedir. Bununla birlikte, daha önce dile getirilen “alıcılara güven” problemi ile birlikte düşünüldüğünde, yukarıdaki sonuç şaşırtıcı değildir.

Ürün bedellerinin tamamını veya bir kısmını vadeli tahsil eden katılımcılara ise alacaklarını genellikle “kaç seferde” tahsil ettikleri sorulmuştur. Katılımcılar bu soruyu ortalama “3 sefer” olarak cevaplandırmıştır.¹¹ Şekil 21'deki grafikte görüleceği üzere tahsilat sayısı 2 ve 3 seferde yoğunlaşmaktadır, fakat 4 ve daha fazla seferde tahsil edenlerin sayısı toplam katılımcıların %31'ine ulaşmaktadır.

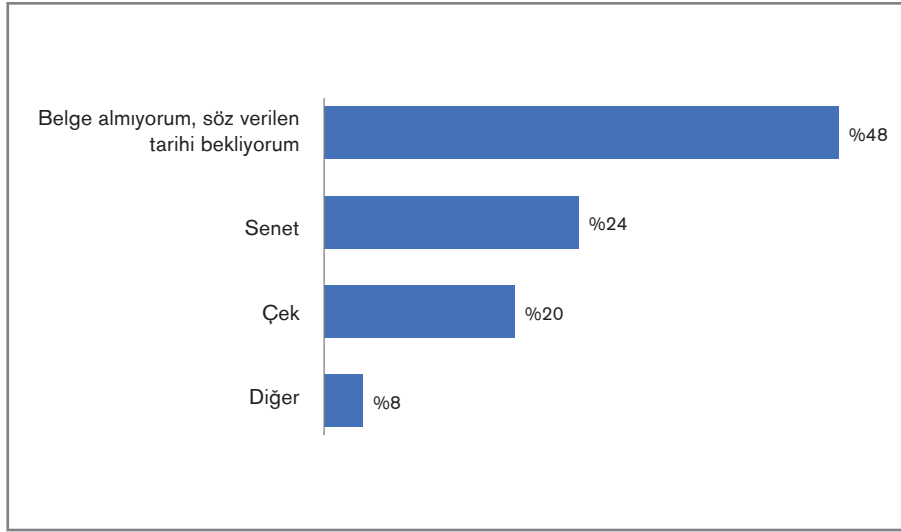
Şekil 21: Tamamı ve bir kısmı vadeli tahsilat yapanların tahsilat sayısı



Vadeli tahsilat yapan ve toplam katılımcı sayısının %42'sini oluşturan çiftçilere vadeli alacakları için hangi alacak belgesi çeşidini kullandıkları sorulduğunda yaklaşık yarısı (%48) herhangi bir evrak almadıklarını, alıcının ödeme sözüne istinaden söz verilen tarihi beklediklerini belirtmişlerdir. Senet (bono) kullananlar katılımcıların %24'ünü, çek alanlar ise %20'sini oluşturmuştur. “Diğer” cevabı veren katılımcıların yarısı, alacağını “kantar fişi”, geri kalanı ise “müstahsil makbuzu”, “fatura”, “ödeme emri” veya “el yazılı kâğıt” cevaplarını vermişlerdir.

Bu soruya verilen cevaplar son yıllarda tarım sektöründe gittikçe artan tahsilat problemleri ve dolandırıcılık vakalarının ispatı gibi gözükmemektedir. Çiftçilerin yarıya yakını hâlâ alıcılardan herhangi bir yasal alacak belgesi almadan, kendilerine verilen söze istinaden alacaklarını beklemektedir. Kıymetli evrak çeşitlerinden olan senet kullanımı ise daha güvenilir olan çekten daha yaygın gözükmemektedir.

Şekil 22: Tamamı ve bir kısmı vadeli tahsilat yapanların alacak belgesi çeşidi



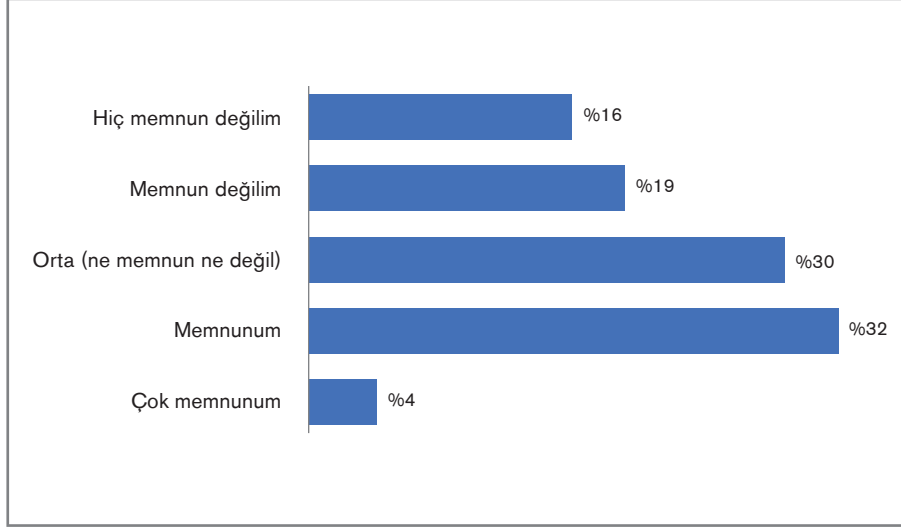
Bu sonuçlar “alıcılara güven” problemi ile birlikte düşünüldüğünde, tarım sektöründe alacak kaydı konusunda alınması gereken önemli bir yol olduğu ve alacak sigortası ve finansmanı alanlarında önemli fırsatlar olduğu görülmektedir. Finans kuruluşlarının bu alanlara yönelik fizibilite, ürün ve hizmet geliştirmesi önerilmektedir. Örneğin, Türkiye’de 1 Ocak 2017’den bu yana zorunlu hâle gelen ve FİNDEKS tarafından toplumun tüm kesimlerinin hizmetine sunulan “Karekodlu Çek Sistemi”nin tarımda alıcılara güven ve finansa erişim problemlerine pozitif katkı sağlayabileceği düşünülmektedir.

2.5. Tarımsal Gelir Memnuniyet Düzeyi ve Tarım Dışı Gelirler

Katılımcılara tarımdan elde ettikleri kazançtan memnun olup olmadıkları sorulduğunda genel olarak “orta derecede” memnun (ne memnun ne memnun değil) oldukları görülmüştür. Herhangi bir şekilde memnun olduğunu söyleyen “toplam memnun oranı ¹²” (%36) ile “toplam memnun olmayanların oranı ¹³” (%35) birbirine çok yakındır. Ayrıca “Çok memnunum” diyenler %4, “hiç memnun değilim” diyenler ise %16 oranındadır. Dolayısıyla tarımsal kazançtan memnuniyet ortalaması Türkiye’deki genel ortalama düzeyi düşüktür.

TÜİK’in 2018 Yaşam Memnuniyeti Araştırması’na göre Türkiye’de kazancından memnun olanlar %42, memnun olmayanlar ise %34 oranındadır. Orta seviye memnuniyet bildirenlerin oranı ise %21 olarak bulunmuştur.

Şekil 23: Çiftçilerin tarımdan elde ettikleri gelirden memnuniyet seviyesi



Memnuniyet seviyesi bölge bazında incelendiğinde toplam “memnun” çiftçi oranının en yüksek olduğu bölgeler Karadeniz (%65) ve Ege’dir (%50). Toplam “memnun olmayan” oranı, memnunnlardan daha yüksek bölgeler ise sırasıyla Doğu Anadolu (%46), Marmara (%44), Akdeniz (%40) ve İç Anadolu (%39) çıkmıştır. Karadeniz bölgesinde tarım çoğunlukla yeni ekim-dikim gerektirmeyen mono-kültür bitkilerle (çay, fındık) yapılmaktadır.

Bu ürünler hem alan hem de fiyat bazlı desteklenmektedir. Ayrıca bölgedeki nüfusun büyük bir kısmı tarımsal gelire bağımlı değildir. Çoğu zaman kırsal nüfusun kentte yaşayan ve ilave gelir elde eden aile bireyleri vardır. Küresel ısınmanın da henüz etkilemediği bölgenin ikliminde kurak dönem yoktur. Böylece yıla yaygın bir şekilde meraya dayalı hayvancılık da yapılabilir. Ege’deki çiftçiler açısından da benzer iklimsel avantajlar bulunmakla birlikte, yüksek memnuniyet seviyesinde ana etkenin, bölgenin Türkiye’de en katma değerli bitkisel ve hayvansal ürünleri üretmesi olduğu düşünülmektedir.

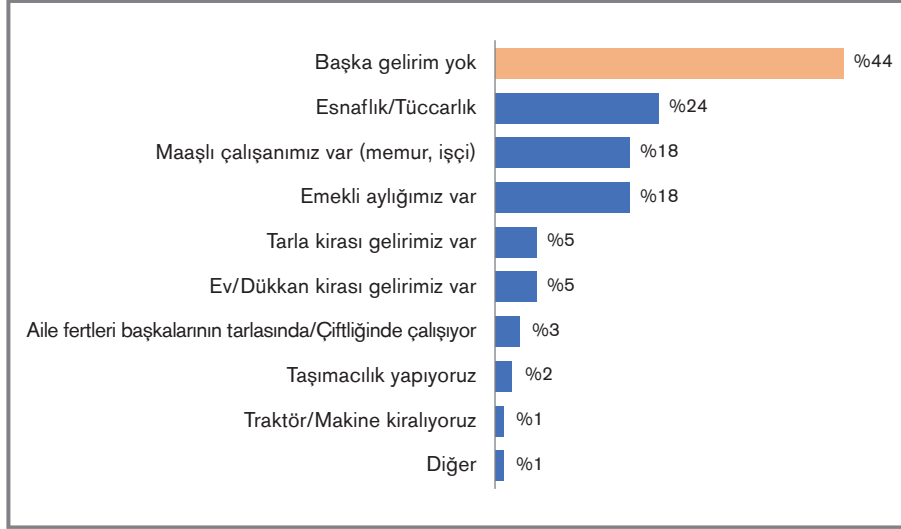
Ayrıca desteklemenin yüksek olduğu pamuk ve süt hayvancılığının en çok bu bölgede yapılıyor olduğu da unutulmamalıdır. En düşük memnuniyet oranına (%19) sahip Doğu Anadolu’da iklimsel ve sosyolojik nedenlerin bu düşük oranda etkili olduğu düşünülmektedir. Karasal iklimin en şiddetli yaşandığı bölgede, kırsaldan kente göç, terör gibi etkenlerin yanı sıra, tarımsal endüstrinin gelişmemiş/uzak olması ve buna bağlı olarak çiftlik satış fiyatlarının düşük olması tarımsal üretimin cazibesini yok etmektedir.

Besiciliğin yaygın olduğu bölgede, son yıllarda baskılanan et ve süt fiyatlarının memnuniyet seviyesinde ekstra düşüşe neden olduğu düşünülmektedir. Marmara ve Akdeniz gibi katma değeri yüksek ürünler üreten ve endüstrileşmiş bölgelerde memnuniyetin düşük çıkması ise dikkat çekicidir. Bu bölgelerde çiftçiler kazançlarını diğer sektörlerle (özellikle tarımsal ticaret ve perakende sektörü ile) karşılaştırmaktadır.

Araştırmada çiftçilerin %44’ü hane üyeleri tarafından tarımsal üretimden başka gelir getirici herhangi bir faaliyet yapılmadığını söylerken, geri kalanı haneye ilave gelir sağlayan başka faaliyetlerin de olduğunu belirtmiştir. Buna göre, her dört çiftçi aileden biri aynı zamanda esnaflıkla/ticaretle uğraşmaktadır. Bunu maaşlı işler ya da emekli maaşları takip etmektedir.

Gayrimenkullerden (tarla, ev, dükkân) kira geliri elde eden çiftçiler toplamın %5’ini oluştururken, geri kalan az sayıdaki çiftçi, ya boş zamanlarında başka işletmelerde çalışmakta ya da traktörlerini veya makinelerini başka işletmelere kiralamaktadır.

Şekil 24: Çiftçilerin tarım dışı gelirleri

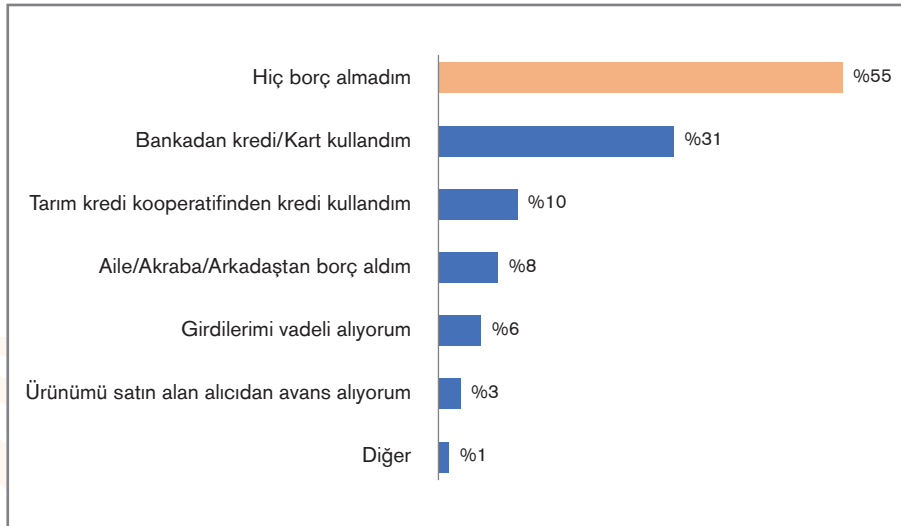


2.6. Çiftçilerin Sigorta ve Kredi Kullanımı

Çiftçilerin öz kaynak dışındaki finansman kaynaklarını anlamak amacıyla “tarımsal üretim” için son 3 yılda hangi borçlanma kaynaklarını kullandıkları sorulmuştur. Bu soruya her 10 çiftçiden 3’ü “banka kredisi” cevabını vermiştir. Her 10 çiftçiden biri ise borçlanma kaynağı olarak tarım kredi kooperatiflerini belirtmiştir. Bu ikisini aile ve yakın arkadaş çevresinden borç alanlar takip etmiştir. Frankfurt School’un 2016 yılında gerçekleştirdiği saha araştırmasında, bankalardan kredi kullanan grubun %47 olması, son 3 yılda kredi kullanımının azaldığına işaret etmektedir.

Bu durumu doğrulayacak şekilde, Türkiye’de özellikle 2018’in ikinci yarısından itibaren tarım kredileri toplam hacminin duraksadığı bilinmektedir. 2019 yılı Haziran ayı itibarıyla yıllık tarımsal ÜFE’nin %26,3, gıda TÜFE’nin %27,2 olduğu bir ortamda toplam tarımsal nakdi kredilerin¹⁴ sadece %8,8 oranında büyümüş olması bu duraksamaya, hatta reel olarak gerilemeye işaret etmektedir.

Şekil 25: Çiftçilerin son 3 yılda kullandıkları finansman kaynakları



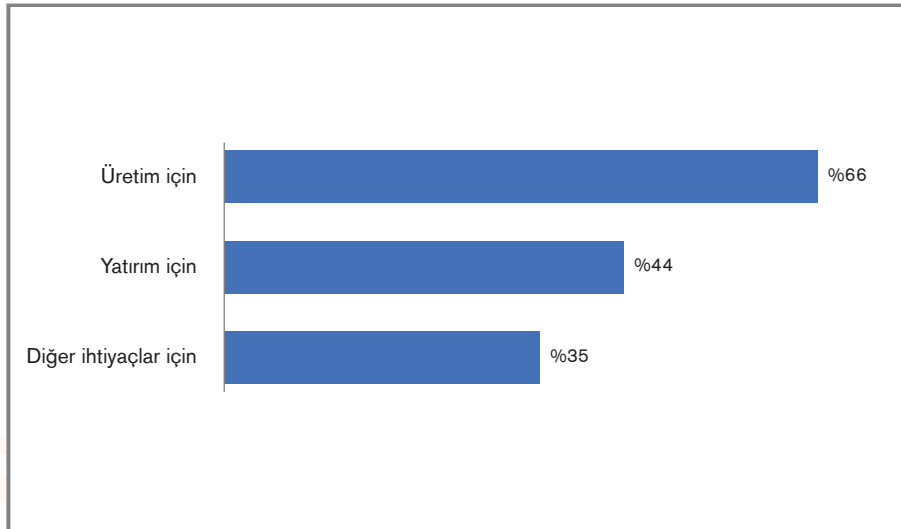
Araştırma sonuçları Türkiye’de tarımsal girdi satıcılarının, çiftçinin finansmanında tarımsal ürün alıcılarından daha etkili olduğunu da göstermiştir. Girdi bayilerinin sağladığı vadelerden faydalanarak üretim yapan çiftçi oranı (%6), alıcılardan avans alan çiftçilerin (%3) iki katı kadardır. 2016 saha araştırmasında da benzer bir sonuç elde edilmiştir. Alıcı finansmanının artması Türkiye’de sözleşmeli üretimin artmasına bağlıdır.

Finansman sorusunu çiftçilerin %55’i “hiç borç almadım” olarak cevaplamıştır. Dolayısıyla bu çiftçiler faaliyetlerini öz kaynaklarıyla gerçekleştirmektedir. Son yıllarda yapılan farklı araştırma ve analizlerde de Türkiye’de toplam çiftçi sayısının yaklaşık yarısının krediye erişimi olmadığı veya kredi almayı tercih etmediği tespiti yapılmaktadır. Bu çiftçilerin neden kredi tercih etmedikleri veya krediye erişim problemleri ayrıca irdelenmelidir çünkü araştırma kapsamında borç almadan tarımsal üretime devam eden %55’lik çiftçi grubunun tarımsal yapıları ve faaliyetleri incelendiğinde diğer çiftçilerden belirgin farkları olmadığı gözlenmiştir.

Dikkat çekici bir ayrıntı olarak, hayvancılık faaliyetinin bu çiftçilerde daha yüksek olduğu görülmüştür. “Hem hayvansal hem bitkisel üretim” ve “sadece hayvansal” üretim yapanların toplam oranı bu grupta %68 iken, geri kalan çiftçilerde %54’tür. Dolayısıyla hayvancılıktan elde edilen sık ve sürekli nakit akışının da krediye olan ihtiyacı azaltmış olması muhtemeldir. Diğer yandan, finansman kullanmama nedeninin sadece pozitif gerekçelerden kaynaklanmayacağı, bu üreticilerin bir kısmının finansmana erişim sıkıntısı yaşıyor olabilecekleri de unutulmamalıdır.

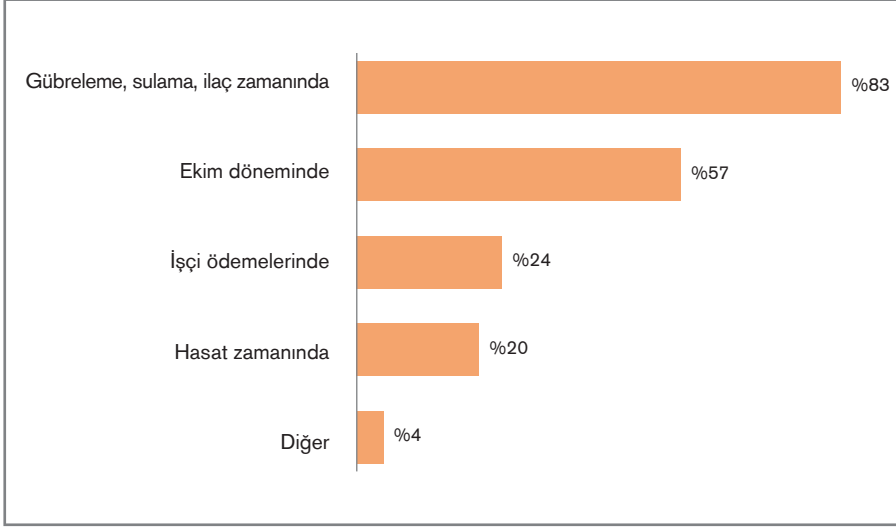
Bankalardan kredi kullanan çiftçilere kredilerinin ana konusu sorulduğunda, her üç çiftçiden ikisi “üretimin finansmanı için” cevabı verirken, çiftçilerin %44’ü “yatırım finansmanı için” kredi kullandıklarını söylemiştir. Ayrıca, çiftçilerin üçte biri ise tarım-dışı (diğer) amaçlar için de kredi aldıklarını belirtmiştir.

Şekil 26: Kredi kullanan çiftçilerin kredi konusu



Araştırmaya katılan çiftçilerin büyük çoğunluğu tarımsal üretim (işletme) kredisine (%83) ekimden sonra gübreleme, sulama, ilaçlama gibi faaliyetler esnasında başvurmaktadır. Üretim döngüsünün başında, ekim-dikim zamanında başvuran çiftçi oranı da yüksektir (%57). İşçilerin yoğun kullanıldığı ve hasadın yapıldığı dönemlerde ise kredi talebi doğal olarak azalmaktadır. Hasat zamanı bankalara başvuran çiftçiler ürünlerini depolayan veya ürününü satıp alacaklarını bekleyen çiftçiler olabileceği gibi, vadesi yaklaşan başka kredilerini ödemek isteyen çiftçiler de olabilecektir. Bankaların hasat zamanı talep edilen kredilerde dikkatli davranarak kredi amacını sorgulamaları önem arz etmektedir.

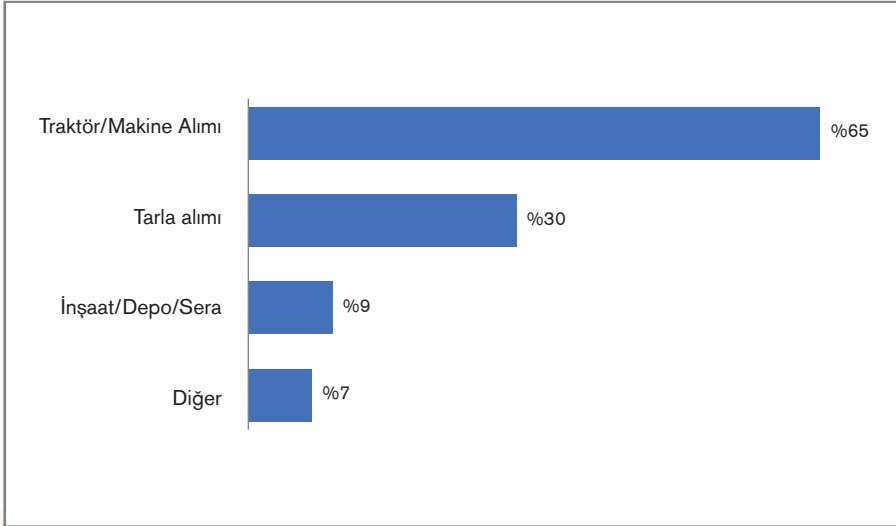
Şekil 27: Üretim kredisi kullanan çiftçilerin kredi kullanım zamanı



Yatırım kredisi kullanan çiftçilere yatırım konuları sorulduğunda her 3 çiftçiden biri traktör veya tarımsal makine alımını gerekçe göstermiştir. Bunu arazi alımı amacıyla başvurulmuş yatırım kredileri izlemiştir (%30). Daha önce de belirtildiği gibi Türkiye’de kırsaldan kente yoğun bir göç yaşanmaktadır.

Aynı anda tarım arazileri de yoğun bir konsolidasyon ve el değiştirme sürecinden geçmektedir. Şekil 28’deki grafik, bu sürecin doğal bir yansımasıdır. Ülkemizde mekanizasyon ve arazi alım kredilerine olan ihtiyacın çok uzun yıllar yüksek seviyede kalacağı beklenmektedir.

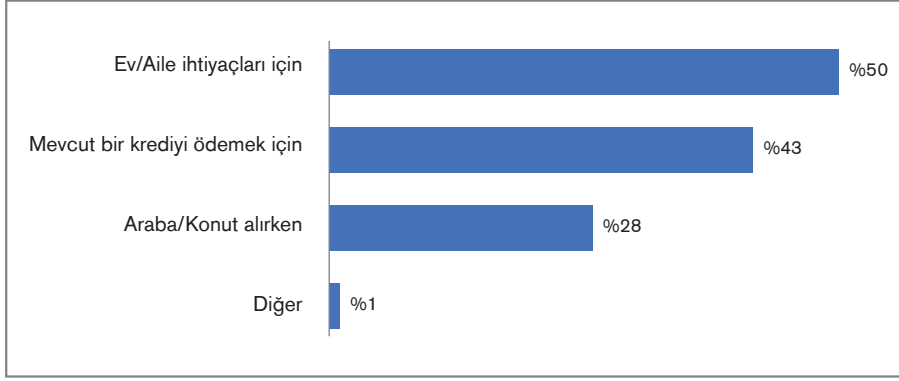
Şekil 28: Yatırım kredisi kullanan çiftçilerin yatırım konusu



Tarımsal amaçların dışında kredi kullanan çiftçilere kredi konuları sorulduğunda, yarısı ev ve aile ihtiyaçları için kredi kullandıklarını belirtmiştir. Bu cevabı mevcut “başka” bir krediyi ödeme (%43) takip etmiştir. Bilindiği üzere, kredi borçlusu ödeme kabiliyetini ve isteğini kaybetmediği sürece bir krediyi başka bir kredi ile ödemek (refinansman) mümkündür.

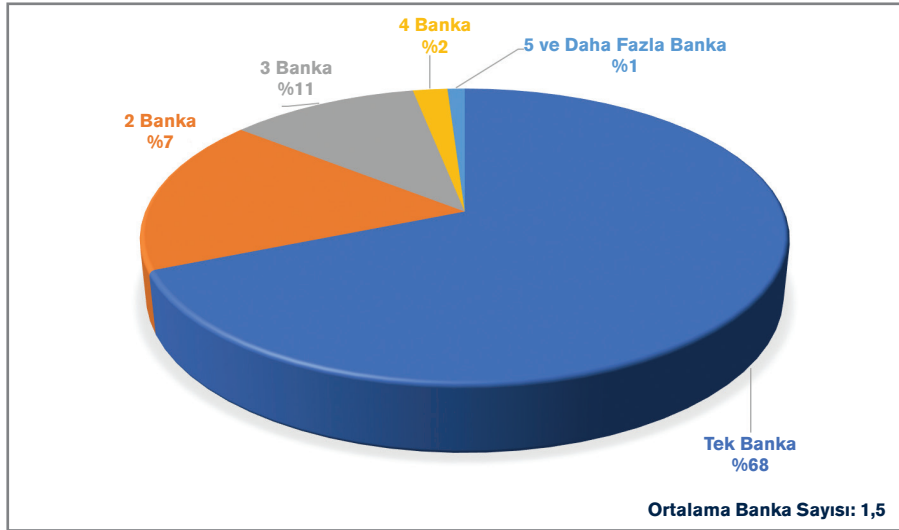
Sağlıklı bir refinansman uygulaması için, refinansmanın geçerli bir nedene dayanması ve kredi kuruluşunun müşteriden kısmi tahsilat yapabiliyor olması da önemlidir. Bu nedenlerden dolayı bankaların “mevcut krediyi ödemek için” gelen çiftçilerde dikkatli davranması gerekmektedir.

Şekil 29: Tarım dışı kredi kullanan çiftçilerin kredi konusu



Kredi kullanan çiftçilere yine son 3 yılda, kaç farklı bankadan kredi kullandıkları sorulduğunda, her üç çiftçiden ikisi (%68) “tek banka” demiştir. “İki farklı banka” diye bildirenler toplamın %17’sini, üç banka diyenler ise %11’ini oluşturmuştur. Bu cevaplara göre çiftçi başına kredi kullanılan ortalama banka sayısı 1,5 olmuştur. 2016 yılında yapılan Frankfurt School saha araştırmasında ortalama banka sayısının 1,64 olması daha önce tespit edilen kredi duraksamasının bir yansımasıdır.

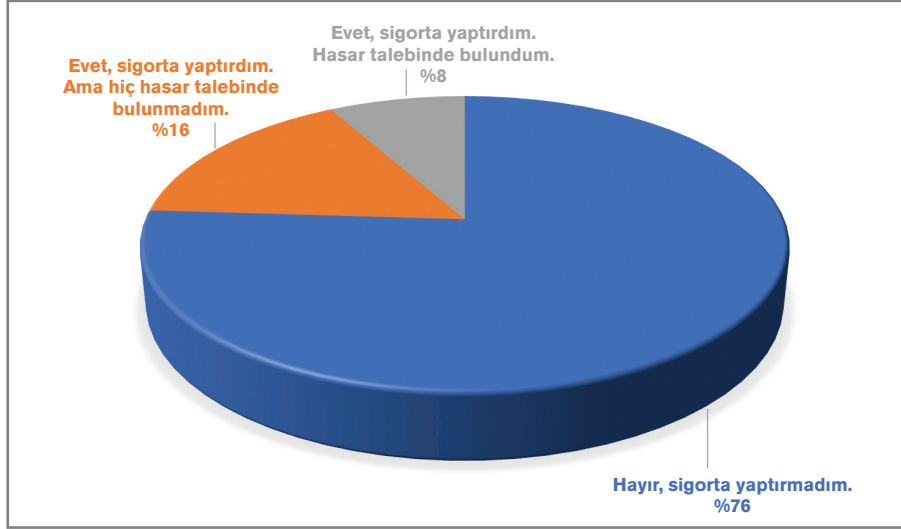
Şekil 30: Çiftçilerin son 3 yıl içerisinde kredi kullandıkları banka sayısı



Saha araştırmasına katılan çiftçilerde TARSİM kullanımı %24 olarak tespit edilmiştir. Sigorta yaptıran çiftçilerin üçte biri ise ürünün uğradığı bir hasar nedeniyle son 3 yıl içerisinde TARSİM’e hasar tazmin talebinde bulunduğunu belirtmiştir. Bu rakamlar TARSİM’in resmi istatistikleriyle uyumludur¹⁵. Diğer yandan, TARSİM ve TÜİK istatistiklerine göre Türkiye’de toplam sigortalanan tarımsal değer ise toplam (pazara çıkan) tarımsal üretim değerinin %16’sıdır. 2016 itibarıyla Dünya’da tarım sigortası penetrasyonu (yine tarımsal üretim değeri ile karşılaştırıldığında) %6,3’tür.

Bu açıdan bakıldığında Türkiye’de tarım sigortasında çok önemli bir yol alındığı görülmektedir. Fakat dünya ortalamasını penetrasyonun %2 olduğu Afrika kıtası düşürmektedir. Buna karşın, Çin’de sigorta penetrasyon oranı %75, Hindistan’da ise %30 civarındadır. AB’de penetrasyon oranları ise birbirinden çok farklıdır. Sözgelimi İtalya’da %8, İspanya’da %26, Almanya’da ise %43’tür. Fakat bu ülkelerin birçoğunda tarım sigortası “gelir sigortası” ile birlikte kombine şekilde uygulanmaktadır.

Şekil 31: Son 3 yılda TARSİM yaptıran ve TARSİM'e hasar bildiren çiftçi oranı



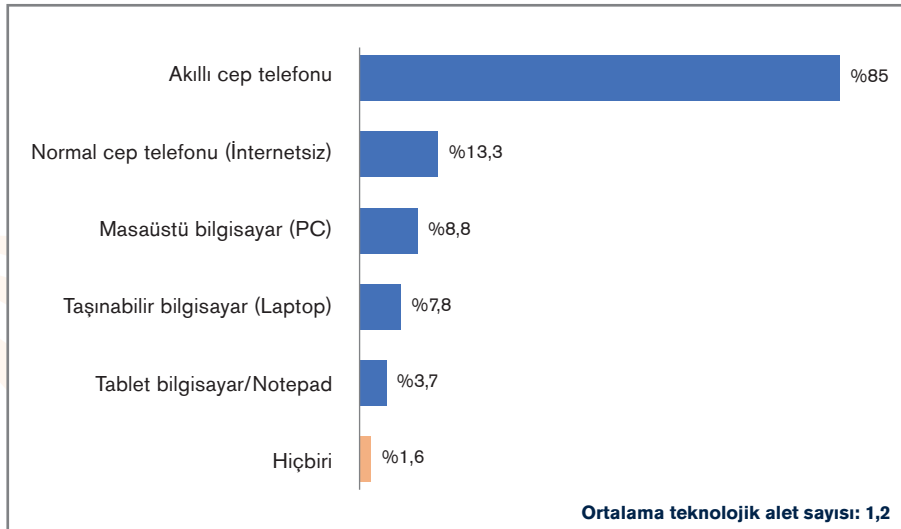
Son yıllarda şiddetli ve yıkıcı iklimsel olayların sayısı beklenmedik biçimde artmaktadır. Burada dikkat çekici nokta, Türkiye'de esasen daha fazla çiftçinin tarım sigortası yaptırdığı olmasına rağmen daha fazla ürün kaybının telafi edilebilecek olmasıdır. Bu durum TARSİM'in tarım sektörü için kritik önemini gözler önüne sermektedir.

2.7. Çiftçilerin Teknoloji ve İnternet Kullanımı

Çiftçilerin dijital teknolojilerle olan ilişkisini ölçmek ve bu alandaki potansiyeli analiz edebilmek için katılımcılara hangi teknolojik aletleri kullandıkları sorulmuştur. Akıllı cep telefonu sahipliği %85 ile beklenenin çok üstünde çıkmıştır (Şekil 32).

Buna %13,3 oranındaki interneti olmayan cep telefonuna sahip çiftçi de eklendiğinde toplam cep telefonu sahipliği %98,3 bulunmuştur. Bu oran 2018 yılsonu itibarıyla Türkiye'deki toplam mobil abone sayısının nüfusa oranı ile birebir aynıdır ¹⁶. 2018 yılında Menderes (İzmir) ilçesinin köylerinde yapılan bir saha araştırmasında ise çiftçilerin cep telefonu sahipliği %99,1, akıllı cep telefonu sahipliği ise %77,2 bulunmuştur ¹⁷.

Şekil 32: Çiftçilerin kullandığı dijital teknolojiler



Cep telefonlarının akıllı (smart) ve normal (basic/feature) şeklinde dağılımına ilişkin Türkiye çapında resmî bir istatistik bulunmamaktadır. Fakat Ticaret Bakanlığı'nın 7 coğrafi bölgeden seçilen 26 ilin "kent merkezinde", 2017'de 1.650, 2018'de ise 2.209 kişi ile gerçekleştirdiği anketlerde¹⁸ akıllı cep telefonu sahipliği sırasıyla %83,8 ve %78,7 oranlarındadır.

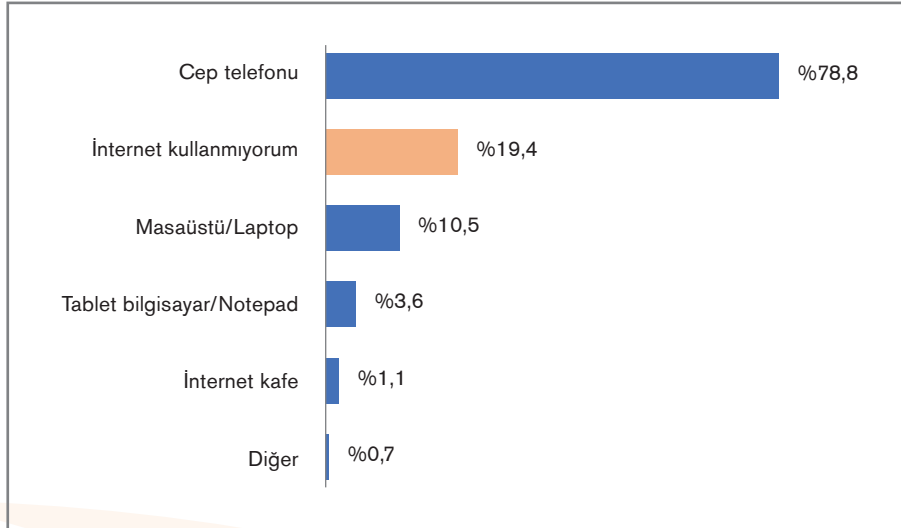
Her yıl tüm dünya ülkeleri için dijital istatistikleri yayınlayan Global Digital Report'a göre ise 2018 yılında Türkiye'de akıllı telefon sahipliği oranı %77'dir.¹⁹ Bütün bu veriler bir arada değerlendirildiğinde çiftçilerin cep telefonu ve akıllı cep telefonu sahipliğinin Türkiye'deki diğer kesimlerden düşük olmadığı, hatta daha yüksek olabileceği anlaşılmaktadır.

Bu durum, mesleğini "arazide" gerçekleştiren bir kesim için şaşırtıcı değildir. Yerleşim yerlerinden uzak bir şekilde tarlasında/bahçesinde çalışan çiftçinin ailesiyle ve şehirle tek bağlantısı cep telefonudur. Çiftçilerin masaüstü bilgisayar (%8,8), laptop (%7,8) ve tablet kullanımı (%3,7) ise Türkiye geneli oranlardan çok daha düşük çıkmıştır²⁰. Araştırmaya katılan çiftçilere internet kullanıp kullanmadıkları ve kullanıyorlarsa "hangi teknolojik aletten" bağlandıkları da sorulmuştur (Şekil 33).

Bu soruya katılımcıların %19,4'ü "internet kullanmıyorum" cevabını vermiştir. Resmî istatistiklere göre Türkiye'de internet erişimi olmayan hane oranı %16,2'dir²¹. Dolayısıyla çiftçilerde internet kullanma oranı ülke ortalamasından az da olsa düşük gözükmemektedir. İnternete bağlanan çiftçiler ise bunun için en çok cep telefonlarını (%78,8) kullanmaktadır.

Masaüstü, dizüstü ve mobil (tablet) bilgisayarlardan internet erişimi ise düşüktür. Az sayıdaki bazı çiftçiler internete bağlanmak için internet kafelere gittiğini (%1,1) söylerken, "diğer" cevabı veren çiftçiler internete çocukları aracılığıyla bağlandıklarını belirtmişlerdir.

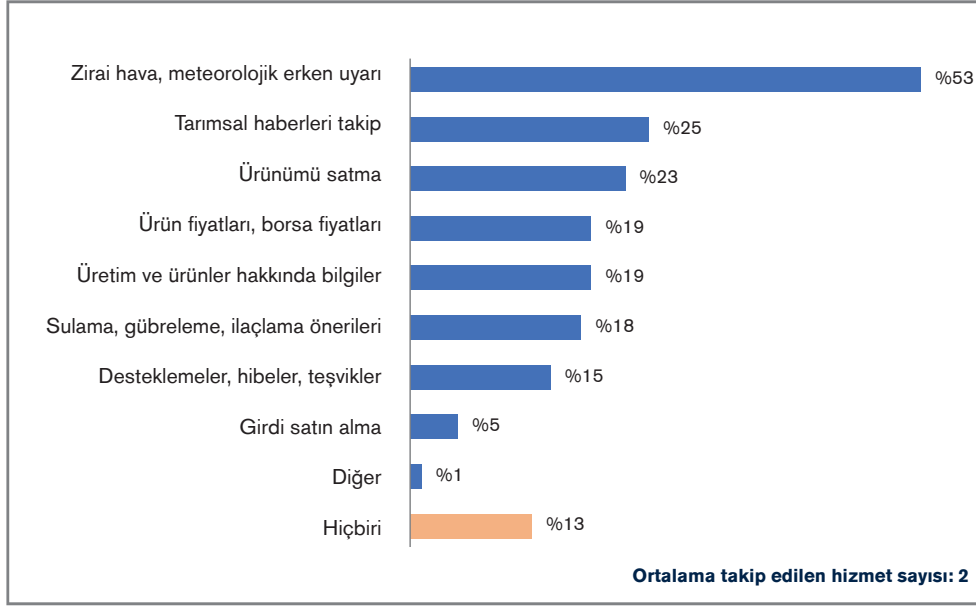
Şekil 33: Çiftçilerin internete erişim teknolojileri



Çiftçilerin internette "kullandıkları" ve "kullanmak istedikleri" bilgi ve hizmetler iki aşamalı olarak arka arkaya sorulmuştur (Şekil 34 ve Şekil 35). Böylece hem mevcut kullanılan hizmetlerden beğenilenler doğrulanmaya ve sıralanmaya çalışılmış, hem de çiftçiler tarafından yeni bir internet hizmeti arayışı olup olmadığı incelenmiştir.

Çiftçilere internetten takip ettikleri tarımsal konular sorulduğunda, yarısı (%53) hava durumunu ve meteorolojik uyarıları belirtmiştir.

Şekil 34: Çiftçilerin internetten takip ettikleri bilgiler / hizmetler



Türkiye’deki 3 mobil (GSM) operatörün tamamı, çiftçilere özel zirai hava SMS paketleri sunmaktadır. Temel bilgilerin (il-ilçe bazında sıcaklık, yağış, rüzgâr, don/dolu uyarısı vs.) genellikle ücretsiz olduğu bu paketlerde daha detay (köy, ürün bazında) bilgiler ücretlendirilmektedir. Zirai hava hizmetlerini “tarımsal haberler” (%25) takip etmiştir.

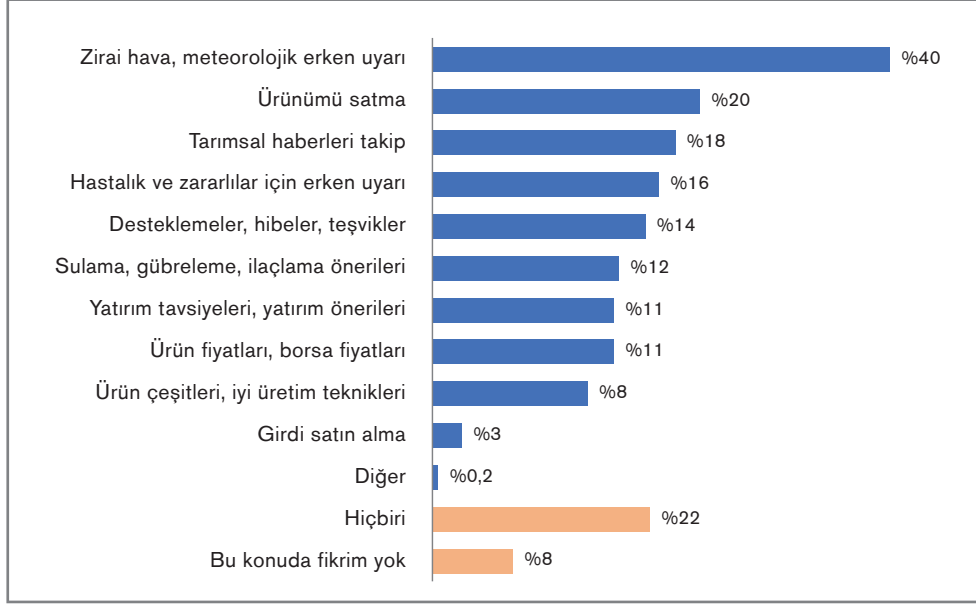
Çiftçilerin internetten “ürün satma” çabaları (%23) beklenmedik şekilde yüksek bulunmuştur. Bu cevabı takip eden “ürün fiyatları” (%19) ile birlikte düşünüldüğünde, çiftçilerin internetten ürünleri için pazar, alıcı ve iyi fiyat arayışı içerisinde oldukları anlaşılmaktadır. İnternette tarımsal ürün satışı için bazı çiftçi forumları ve ilan sayfaları bulunmaktadır. Facebook’taki tarımsal ve çiftçi gruplarında da satış için duyuru yapan çiftçilere rastlanmaktadır. Son zamanlarda sağlıklı ve taze gıdaya artan talep nedeniyle internet üzerinden organik, ekolojik, iyi tarımla üretilmiş ürün talep eden ve genellikle metropollerde yaşayan bir tüketici kitlesi de bulunmaktadır. Fakat bu kitleye internetten “doğrudan satış” yapan çiftçiler genellikle üniversite mezunu, sertifikalı üretim yapan modern çiftçilerdir.

Ürün satışı ve fiyatlar için interneti kullanan çiftçileri “ürün bilgileri ve çeşitleri” (%19), “üretim teknikleri” (sulama, gübreleme, ilaçlama vb.) (%18) için interneti kullanan kitle takip etmektedir. İnternette desteklemeler ve hibeleri araştıran çiftçiler ise toplamın %15’ini oluşturmuştur.

Çiftçilere, internetten takip etmek istedikleri hizmetler sorulduğunda ise başlıklar çok fazla değişmemiş, fakat sıralamalar değişmiştir (Şekil 35). Zirai hava yine ilk sırayı korurken, internetten “ürün satışı” talebi tarımsal haberlerin üstüne çıkarak ikinci sıraya yerleşmiştir.

Yeni bir başlık olarak “hastalık ve zararlılarla” ilgili bilgi ve erken uyarılar ise tarımsal haberleri takip etmiştir. Son yıllarda tarım sektörünü etkileyen hastalık ve zararlılar artmıştır. Mevcut hastalık ve zararlılar direncini artırırken, yeni hastalıklar ve zararlılar da türemektedir.

Şekil 35: Çiftçilerin internetten takip etmek/almak istedikleri bilgiler/hizmetler



Destekler ve hibeler bir önceki grafiğe göre 7. sıradan 5. sıraya yükselmiştir. Bu durum çiftçilerin destek ve hibelerle ilgili yeterli seviyede ve kolaylıkla bilgiye erişemediklerine işaret etmektedir. Gerçekten de devletin yaklaşık 120 farklı kalemde açıkladığı tarımsal desteklere, her yıl değişiklikler uygulanmakta veya yeni başlıklar eklenmektedir.

Araştırmada destek ve hibeleri; ürün ve iyi üretim uygulama önerileri, üretim teknikleri ve yatırım örnekleri takip etmiştir. Çiftçilerin daha verimli ve kaliteli bir tarım için faydalı bilgilere ve yeniliklere erişmeye açık olduğu görülmektedir.

Çiftçilerin çoğu, girdi pahalılığından muzdarip iken, araştırmada internetten “girdi satın alma”ya ilişkin hem mevcut kullanım hem de talep düşük gözükmemektedir. Bunun nedeni Türkiye’de internetten “girdi satışı”nın çok az olmasıdır. Dolayısıyla sorun çiftçilerin böylesi bir hizmete rağbet etmiyor olması değil, bu hizmetlerin azlığıdır.

Türkiye’de çiftçiler, belirli girdiler için, belirli fiziki kanalları kullanmaktadır, çünkü girdi üretimi, tedariki, lojistiği, dağıtımı ve yasal altyapısı başlı başına karmaşık bir konudur. Yine de satışı ve dağıtımı basit bazı girdiler için (akıllı gübre, zirai ilaç, fidan vb.) internette satış yapan şirketler bulunmaktadır. Ucuz fiyat ve maliyetlerle internette girdi satışı yapılması hâlinde çiftçilerin, bu hizmete yoğun bir ilgi göstereceği tahmin edilmektedir.

İnternette almak istedikleri hizmetin sorulduğu çiftçilerin %22’si “hiçbir hizmet istemiyorum” derken, %8’i bu konuda bir fikirlerinin olmadığını belirtmiştir. Toplamda %30’luk bir kitleyi oluşturan bu iki cevap, çiftçiler arasında hâlâ internete karşı “mesafeli” durmak isteyen önemli bir kitlenin de olduğunu göstermektedir.

2.8. Sonuç ve Özet

KKB 2019 Tarımsal Görünüm Saha Araştırması, Türkiye’de tarım sektörünün en çok tartışıldığı bir dönemde gerçekleştirilmiştir. Gerçekten de Türkiye tarımı, son yıllarda pozitif ve negatif gelişmelere aynı anda maruz kalmakta ve kendine yön bulmaya çalışmaktadır. Bu durum kamu politikalarında da kendini göstermektedir. Tarımın biriken problemleri için birbirinden farklı çözüm yolları ve projeler önerilmektedir. Hükümetler hemen her yıl farklı plan ve programlarla tarım sektörünün sürdürülebilirliğini sağlamaya çalışmaktadır.

Böylesi bir ortamda 2019 Tarımsal Görünüm Saha Araştırması’nın sonuçları sektördeki “gerçek” durumu ve dönüşümleri resmetmesi açısından önem arz etmektedir. Aşağıda bu araştırmada öne çıkan ve sektörün paydaşları ile politika yapıcılar açısından çarpıcı kabul edilebilecek sonuçlar bir özet niteliğinde listelenmiştir.

1. Türk çiftçisi ortalama 46 yaşındadır ve AB’deki çiftçilerden 5 yaş, ABD’dekilerden ise 12 yaş daha gençtir. İşletmesini genellikle aileden devralan Türk çiftçisinin ortalama tarım tecrübesi ise 23 yıldır.
2. Hayvancılıkta profesyonelleşmiş işletme sayısı artmaktadır. 2001’de %2,4 olan “sadece hayvancılık” yapan işletme oranı, bu araştırmada %13,6 olarak ölçülmüştür.
3. Türkiye’de “arazi sahipliğine göre” ortalama işletme büyüklüğü istatistiklerde 61-76 dekar bandında ölçülürken, araştırmada fiili üretim büyüklüğü 192 dekar olarak tespit edilmiştir.
4. Araştırmada Türkiye’deki kiralık arazi ve sulanan arazilerin toplamdaki payları, resmî istatistiklerle uyumlu olarak sırasıyla %20 ve %29 olarak ölçülmüştür.
5. Türk çiftçisi her yıl aynı anda ortalama 3 farklı bitkisel ürün yetiştirmektedir. Bu sayı üçer yıllık dönemlerde ise 4’e çıkmaktadır. Dolayısıyla, Türk çiftçisinin 3-4 ürünü münavebeli olarak yetiştirdiği anlaşılmaktadır.
6. İşletme başına en çok yetiştirilen tarla bitkisi buğday, sebze bitkisi domates ve meyve bitkisi karpuzdur.
7. Hayvancılık yapan işletmelerin %66’sı (üçte biri) süt ineği yetiştirmektedir ve ortalama 26 adet süt ineğine sahiptir. Buna karşın, 10 ve daha az sayıda inek sahibi olan işletmeler halen toplam işletmelerin %51’ini oluşturmaktadır.
8. Hayvancılık işletmelerinin %42’sinde koyun-keçi yetiştiriciliği yapılmaktadır ve ortalama 91 adet koyun keçi beslenmektedir.
9. Türk çiftçisi en çok “en iyi bildiği ürünü” ve geçmiş/mevcut yılda “satış fiyatı iyi olan ürün”ü yetiştirmeyi tercih etmektedir. Çiftçi arz ve talep piyasasını takip edememekte ve gelecek fiyat öngörüsünde ve tahmininde bulunamamaktadır.
10. Türkiye’de çiftçilerin sadece onda biri (%9) sözleşmeli üretim yapmaktadır ve bu çiftçilerin yaklaşık yarısı (%48) yasal olarak sadece sözleşmeli üretilen şeker pancarı veya haşhaş üretmektedir. Dolayısıyla Türkiye’de henüz serbest piyasada sözleşmeli tarım değer zincirleri yeterince gelişmemiş durumdadır.
11. Çiftçilerin üretim esnasında karşılaştığı sorunlar sırasıyla “girdi pahalılığı” (%83), “hastalıklar/zararlılar ile mücadele” (%36), işçi problemleri (%33), “sulama” (%27) ve “iklimsel problemler”dir (%26).

12. Çiftçilerin üretimden sonra, yani pazarlama aşamasındaki en önemli sorunu %78 ile “düşük satış fiyatı” olarak tespit edilmiştir. Gerçekten de, resmî rakamlara göre son 10 yılda çiftçinin ürün satış fiyatları (Tarım ÜFE) %104 artarken, tüketicilerin gıda alış fiyatları (Gıda TÜFE) %179, çiftçilerin girdi (Tarımsal Girdiler ÜFE) alış fiyatları ise ortalama %217 artmıştır.
13. Düşük satış fiyatından sonra çiftçilerin pazarlamada yaşadığı ikinci en önemli sorun %74 ile “alıcılarla yaşanan sorunlar” tespit edilmiştir (%74). Alıcı sorunları ise; “alıcı az/bulmak zor” (%29), “güvenilir alıcı bulmak zor” (%27) ve “ürün param geç ödeniyor” (%18) olmak üzere üç farklı şekilde belirlenmiştir.
14. Çiftçiler ürünlerini en çok toptan alım yapan tüccarlara (aracılara) satmaktadır (%59). İkinci ve üçüncü olarak tercih edilen pazarlama kanalları ise “doğrudan tüketiciye” yapılan satışlar (%40) ve “perakendeciye” yapılan satışlar (%21) olmuştur. Geçmişle karşılaştırıldığında daha fazla çiftçinin doğrudan veya perakendeciye satış yöntemini kullanarak satış kârını artırmaya çalıştığı görülmektedir.
15. Çiftçilerin %58’i ürün bedellerini peşin veya birkaç gün içinde tahsil etmektedir. Bir kısmını peşin bir kısmını vadeli tahsil edenler toplam çiftçilerin %35’ini, tamamını vadeli tahsil edenler ise %7’sini oluşturmuştur. Daha önce açıklanan “alıcılara güven” problemi de dikkate alındığında, çiftçilerin mümkün olduğunca peşin satış yaparak işletme giderlerini karşılamaya ve borçlarını ödemeye çalıştıkları anlaşılmaktadır.
16. Vadeli tahsilat yapan çiftçiler alacaklarını ortalama “3 parça halinde” tamamen tahsil etmektedir.
17. Kısmen veya tamamen vadeli tahsilat yapan çiftçilerin yaklaşık yarısı (%48) herhangi bir alacak belgesi almadan ve alıcının ödeme sözüne güvenerek ürünlerini teslim etmektedir. Senet (bono) kullananlar çiftçilerin %24’ünü, çek alanlar ise %20’sini oluşturmuştur. Geri kalan az sayıdaki çiftçi ise “kantar fişi”, “ödeme emri” veya “el yazılı kâğıt” gibi belgelere itibar etmektedir. Herhangi bir belge olmadan yapılan satışların tarım sektöründe güncel bir problem olan tahsilat ve dolandırıcılık risklerini artırdığı düşünülmektedir.
18. Çiftçiler tarımdan elde ettikleri kazançtan “orta derecede” memnundur. Araştırmada gelirinden memnun olduğunu söyleyenler²² (%36) ile memnun olmayanların oranı²³ (%35) birbirine çok yakındır. “Çok memnunum” diyenler %4’ü, “hiç memnun değilim” diyenler ise %16’yı oluşturmuştur. Toplam memnuniyet oranı Türkiye’deki genel ortalamadan düşüktür. TÜİK’in 2018 Yaşam Memnuniyeti Araştırması’na göre Türkiye’de kazancından memnun olanların oranı %42’dir.
19. Görüşülen çiftçilerin %44’ü sadece tarım yapmakta ve aile üyeleri dahil olmak üzere herhangi başka bir gelir getirici faaliyette bulunmamaktadır. Buna karşın, her dört çiftçi aileden biri aynı zamanda esnaflık tüccarlık (%24) yapmakta, %18’i maaşlı bir işte çalışmakta, bir diğer %18’i ise emekli maaşı almaktadır. Bunların dışında tarla/ev/dükkan kirası elde eden, taşımacılık yapan, makine/traktör kiralayan çiftçiler de bulunmaktadır. Özetle, çiftçilerin yarıdan fazlası (%56) tarımsal üretime ilave olarak başka gelir kaynaklarından da istifade ederek geçimlerini sağlamaktadır.
20. TARSİM tarım sigortası kullanan çiftçiler %24 olarak ölçülmüştür. Sigorta yaptıran çiftçilerin üçte biri ise ürünün uğradığı bir hasar nedeniyle son 3 yıl içerisinde TARSİM’e hasar tazmin talebinde bulunduğunu belirtmiştir. Son yıllarda iklime bağlı olayların tarımsal üretime olumsuz etkisi beklenmedik biçimde artmaktadır. Bu nedenle, TARSİM’in önemi kritik bir şekilde artmaktadır.

21. Her 10 çiftçiden üçü (%31) tarımsal üretimde kullanmak için bankadan, biri (%10) ise TarımKrediKooperatiflerinden(TKK)'nden krediyi kullanmaktadır. Çiftçilerin %55'i ise tarım için hiçbir kaynaktan borç veya kredi kullanmadığını belirtmiştir. 2016 yılında yapılan bir saha araştırmasında bankalardan kredi kullanan grubun %52 olması, son 3 yılda kredi kullanımının azaldığına işaret etmektedir.
22. Bankalardan kredi kullanan çiftçilerin üçte ikisi (%66) "işletme giderleri için", %44'ü "yatırım finansmanı için", %35'i ise diğer amaçlar için kredi aldıklarını belirtmiştir.
23. Kredi başvurusu, işletme giderleri için en çok ekim, gübreleme, sulama dönemlerinde yapılırken, yatırım açısından en çok traktör/makine alımı ve arazi alımları için yapılmaktadır. Diğer ihtiyaçlarda öne çıkan iki başlık ise ev/aile ihtiyaçları ile başka bir kredinin kapatılmasıdır.
24. Çiftçilerin üçte ikisi (%68) kredisini tek bir bankadan kullanmaktadır. İki farklı banka ile çalışanlar %17, üç banka ile çalışanlar ise toplamın %11'ini oluşturmuştur. Çiftçi başına kredi kullanılan ortalama banka sayısı 1,5'tir.
25. Çiftçilerde akıllı cep telefonu sahipliği %85 ile beklenenin üstünde çıkmıştır. Buna %13,3 oranındaki interneti olmayan cep telefonu olan çiftçiler de eklendiğinde toplam cep telefonu sahipliği %98,3'tür. Bu oranlar Türkiye geneli istatistikleri ile neredeyse aynıdır.
26. Çiftçilerin %79'u internete cep telefonları ile bağlanmaktadır. İnternet kullanmayan çiftçilerin oranı ise %19,4'tür.
27. Çiftçiler tarım için interneti en çok (%53) hava durumu ve meteorolojik uyarıları takip etmek amacıyla kullanmaktadır. Bunu tarımsal haberler (%25) takip etmiştir. Çiftçilerin internetten "ürün satma" çabaları (%23) beklenmedik şekilde yüksek bulunmuştur. Bu cevabı takip eden "ürün fiyatları" (%19) ile birlikte düşünüldüğünde, çiftçilerin internetten ürünleri için pazar, alıcı ve iyi fiyat arayışı içerisinde oldukları anlaşılmaktadır.
28. Son olarak çiftçilere internette kullanmak istedikleri hizmetler sorularak, mevcutta kullandıkları hizmetlerin teyidi ve varsa yeni hizmet arayışları ölçülmüştür. Bu durumda başlıklar çok fazla değişmemekle birlikte, sıralamalar değişmektedir. Zira hava durumu bilgisi ilk sırasını korurken, internetten "ürün satışı" talebi (%20) tarımsal haberlerin (%18) üstüne çıkarak ikinci sıraya yerleşmiştir. Yeni bir başlık olarak ise "hastalık ve zararlılarla" ilgili bilgi ve erken uyarılar (%16) ise tarımsal haberleri takip etmiştir.



Kredi Kayıt Bürosu (KKB), sektörün önde gelen 9 bankasının ortaklığıyla 11 Nisan 1995 tarihinde kurulmuştur. KKB'nin; bankalar, tüketici finansman şirketleri, leasing, faktoring ve sigorta şirketleri olmak üzere hem Risk Merkezi hem de kendi üyelerini içeren 200'e yakın üyesi bulunmaktadır. KKB, üyelerinden topladığı müşteri bilgilerini birleştirip kredi risk yönetim süreçlerinde kullanılmak üzere, yine üyeleriyle paylaşımını sağlayan bir yapıda hizmet sunmaktadır. 2013 yılı ocak ayında hizmete sunduğu Çek Raporu ve Risk Raporu ile KKB, yalnızca finansal kuruluşlara değil aynı zamanda bireylere ve reel sektöre yönelik hizmetler de sunmaya başlamıştır. Kişi ve kurumların finansal itibarlarını yönetebilmeleri için önemli araçlar sunan KKB, 2014 yılında bireylere ve reel sektöre yönelik olarak tasarlanan finansal hizmet platformu Findeks'i hayata geçirmiştir. 2015 yılında hayata geçen, 2016 yılında yasayla kullanımı zorunlu hâle gelen ve 1 Ocak 2017 itibarıyla yürürlüğe giren Findeks Karekodlu Çek Sistemi ile daha şeffaf ve güvenli bir ticari hayat için de oldukça önemli bir adım atılmıştır. Bununla birlikte, 2016 aralık ayında faaliyete başlayan KKB Anadolu Veri Merkezi ile başta bankacılık ve finans sektörü olmak üzere veri merkezi, olağanüstü durum merkezi ve bulut hizmetlerinin yanı sıra, kurumlara özel olarak yapılandırılan merkezi ürün ve teknolojik altyapı hizmetleri sunulmaktadır.