

**TÜRKİYE'DE TOHUMCULUK SEKTÖRÜNÜN  
FİRMALAR VE ÜRETİCİLER AÇISINDAN  
DEĞERLENDİRİLMESİ:  
TRAKYA ÖRNEĞİ**

**Doktora Tezi**

**Kâmil Cenk SARAÇOĞLU**

**Danışman: Prof. Dr. Hasan GÜNGÖR**

**Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı**

**TEKİRDAĞ-2013**

**T.C.**  
**NAMIK KEMAL ÜNİVERSİTESİ**  
**FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

**DOKTORA TEZİ**

**TÜRKİYE'DE TOHUMCULUK SEKTÖRÜNÜN**  
**FİRMALAR VE ÜRETİCİLER AÇISINDAN**  
**DEĞERLENDİRİLMESİ:**  
**TRAKYA ÖRNEĞİ**

**Kâmil Cenk SARAÇOĞLU**

**TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI**

**DANIŞMAN: PROF. DR. HASAN GÜNGÖR**

**TEKİRDAĞ-2013**

**Her hakkı saklıdır**

Prof. Dr. Hasan Güngör danışmanlığında, Kâmil Cenk Saraçoğlu tarafından hazırlanan ‘‘Türkiye’ de Tohumculuk Sektörünün Firma ve retici Düzeyinde Değerlendirilmesi: Trakya rneği’’ isimli bu çalışma aşağıdaki jüri tarafından Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı’nda Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

Juri Başkanı : Prof. Dr. Semiha KIZILOğLU

*İmza :*

ye : Prof. Dr. İsmet BAŐER

*İmza :*

ye : Prof. Dr. Hasan GÜNGÖR

*İmza :*

ye : Doç. Dr. Okan GAYTANCIOğLU

*İmza :*

ye : Yrd. Doç. Dr. Günay GÜNGÖR

*İmza :*

Fen Bilimleri Enstitüsü Yönetim Kurulu adına

Prof. Dr. Fatih KONUKCU

**Enstitü Müdürü**

## ÖZET

Doktora Tezi

TÜRKİYE’DE TOHUMCULUK SEKTÖRÜNÜN  
FİRMALAR VE ÜRETİCİLER AÇISINDAN  
DEĞERLENDİRİLMESİ:  
TRAKYA ÖRNEĞİ

Kamil Cenk SARAÇOĞLU

Namık Kemal Üniversitesi  
Fen Bilimleri Enstitüsü  
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Hasan GÜNGÖR

Bu araştırmanın amacı, Türkiye’de tohumculuk sektörünün genel yapısının ortaya konması, firmaların uyguladıkları pazarlama stratejileri ve üreticilerin tohumluk satın alma davranışlarını incelemektir. Araştırma bulguları 52 adet tohumculuk firması ve Trakya bölgesinde faaliyette bulunan ve örnekleme yöntemi ile belirlenen 680 adet üretici ile yüz yüze görüşmeler yoluyla elde edilen orijinal verilerden oluşmaktadır.

Araştırma verileri Microsoft Excell programı aracılığı ile çizelgeler haline getirilmiş; mutlak ve oransal ifadeler ile yorumlanmıştır. Son olarak tohumculuk sektörü genel yapısı Swot analizi yöntemi ile değerlendirilmiştir. Analiz sonucunda ülkenin sahip olduğu yüksek tarım potansiyeli, iklim ve coğrafi zenginlik, dinamik insan gücü, verimlilik ve ürün kalitesindeki olumlu gelişmeler sektörün güçlü yanları olarak belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Türkiye’de Tohumculuk Sektörü, Firmaların Pazarlama Stratejileri, Üretici Davranışları, Swot Analizi

2013, 102 sayfa

## **ABSTRACT**

Ph.D. Thesis

**THE EVALUATION OF TURKISH SEED SECTOR  
ACCORDING TO THE FIRMS AND  
ALSO FOR PRODUCERS:  
A CASE STUDY IN THRACE REGION**

Kamil Cenk SARAÇOĞLU

Namık Kemal University  
Graduate School of Natural and Applied Sciences  
Department of Agricultural Economics

Supervisor: Prof. Dr. Hasan GÜNGÖR

The purpose of this study is to reveal the general structure of the seed sector in Turkey, implement marketing strategies of companies and examines the buying behavior of seed producers. The research findings is composed that 52 seed companies operating in the Thrace region and the sampling method and the 680 original data obtained through interviews with producers.

The research data was converted into charts by Microsoft Excel program; absolute and relative expressions are interpreted. Finally, the general structure of the seed sector was evaluated by the method of Swot Analysis. As a result of analysis it is determined that with its high agricultural potential of the country, the climate and geographical richness, dynamic human capital, productivity and product quality were positive developments in the sector's strengths.

**Keywords:** Seed Sector in Turkey, Companies Marketing Strategies, Producer Behavior, Swot Analysis

**2013, 102 pages**

## İÇİNDEKİLER

ÖZET .....	i
ABSTRACT .....	ii
ÇİZELGELER DİZİNİ .....	iii
KISALTMA DİZİNİ .....	x
<b>1. GİRİŞ .....</b>	<b>1</b>
<b>2. KONU İLE İLGİLİ ÇALIŞMALAR.....</b>	<b>3</b>
<b>3. MATERYAL VE YÖNTEM.....</b>	<b>6</b>
3.1. Materyal .....	6
3.2. Yöntem .....	6
3.2.1. Tohum Firmalarına Yönelik Uygulanan Örnekleme ve Yöntemi.....	6
3.2.2. Üreticilere Yönelik Uygulanan Örnekleme ve Yöntemi .....	7
<b>4. TOHUMCULUK SEKTÖRÜNÜN TARİHSEL GELİŞİMİ, MEVCUT DURUMU ve GELECEĞİ.....</b>	<b>9</b>
4.1. Tohumculuğun Tarihsel Gelişimi.....	9
4.2 Tohumculuğun Mevcut Durumu ve Geleceği .....	11
4.2.1. TSÜAB ve Tohumculuğun Gelişmesindeki Rolü .....	15
4.2.2. TÜRKTED Türkiye Tohumculuk Endüstrisi Derneği .....	18
<b>5. TÜRKİYE’DE BAŞLICA TÜRLER İTİBARIYLA TOHUM ÜRETİMİ, TÜKETİMİ ve TİCARETİ .....</b>	<b>19</b>
5.1. Türkiye’de Üretilen Tohumluk Türleri .....	22
5.2. Türkiye’de Tohumluk İhracatı .....	26
5.3. Türkiye’de Tohumluk İthalatı .....	28
<b>6. TÜRKİYE’DE FAALİYETTE BULUNAN BAŞLICA TOHUMCULUK FİRMALARININ GENEL YAPISI ve ÖZELLİKLERİ.....</b>	<b>29</b>
<b>7. ARAŞTIRMA BULGULARI ve TARTIŞMA.....</b>	<b>34</b>
7.1. Türkiye’de Tohumculuk Sektöründe Faaliyet Gösteren Başlıca Firmaların Genel Yapısı ve Uyguladıkları Pazarlama Stratejileri.....	34
7.2. Trakya Bölgesi’nde Faaliyette Bulunan Tarım İşletmelerinin Genel Yapısı, Özellikleri ve Üreticilerin Tohumluk Tercihlerine İlişkin Bulgular.....	56
7.3. Tohumculuk Sektörünün SWOT Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi.....	84
<b>8. SONUÇ ve ÖNERİLER .....</b>	<b>86</b>
<b>9. YARARLANILAN KAYNAKLAR .....</b>	<b>97</b>
<b>TEŞEKKÜR.....</b>	<b>100</b>
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>102</b>

## ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 3. 1. Gerçekleştirilen Anket Sayılarının Dağılımı.....	6
Çizelge 3. 2. Türkiye ve Araştırma Alanındaki Topraklı ve Topraksız İşletmelerin İşletme Grupları İtibariyle Oransal Dağılımı.....	7
Çizelge 3.3. Planlanan Arazi Büyüklüklerine Göre Trakya Bölgesindeki İşletme Sayılarının Dağılımı.....	7
Çizelge 3.4. Örnek Sayısının Belirlenmesinde Kullanılan Parametreler.....	8
Çizelge 3.5. Üretici Anket Sayılarının Dağılımı.....	8
Çizelge 4.1. Ülkemizde Kayıtlı Olan Türlerin Kayıt Edildiği Sektöre Göre Dağılımı.....	14
Çizelge 4.2. Tarla Bitkileri Tohumculuğunda Tescilli Çeşitlerin Yıllar İtibariyle Sektörel Dağılımı.....	15
Çizelge 4.3. TSÜAB Üyesi Firmaların Sermaye Durumlarına Göre Dağılımı.....	16
Çizelge 4.4. TSÜAB Üyesi Firmaların Bölgelere Göre Dağılımı.....	17
Çizelge 4.5. TSÜAB Üyesi Firmaların Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı.....	17
Çizelge 5.1. Dünya Tohum Piyasası Tahmini Değeri.....	20
Çizelge 5.2. Ülkemizde Tarımın Genel Ekonomi İçinde Dağılımı.....	21
Çizelge 5.3. Türkiye’de Özel ve Kamu Sektörlerinin Tohumluk Üretimlerindeki Payları.....	21
Çizelge 5.4. Türkiye’de Yıllara Göre Tohumluk Üretim Miktarları, Ton .....	24
Çizelge 5.5. Türler Bazında Tohumluk Üretimi, 2011 .....	25
Çizelge 5.6. Türler Bazında Tohumluk Üretimi, 2012.....	25
Çizelge 5.7. 2011-12 Yılları Tohumluk İhracat Değeri Karşılaştırması ( 1.000 \$ ) .....	26
Çizelge 5.8. 2011 ve 2012 Yılları İtibariyle, Türkiye'nin Tohumluk İthalat ve İhracat Değerlerinin Karşılaştırılması.....	27
Çizelge 5.9. 2011 Yılı İtibariyle İthalat ve İhracata En Çok Konu Olan Tohumluk Türleri.....	27
Çizelge 5.10. 2012 Yılı İtibariyle İthalat ve İhracata En Çok Konu Olan Tohumluk Türleri.....	27
Çizelge 5.11. 2011-12 Yılları Tohumluk İthalat Değeri ( 1.000 \$ ).....	28
Çizelge 7.1.1. Firmaların Kuruluş Tarihlerine Göre Dağılımı.....	34
Çizelge 7.1.2.Firmaların Sermaye Yapılarına Göre Dağılımı.....	34

Çizelge 7.1.3. Firmaların Ulusal ve Uluslararası Faaliyetlerine Göre Dağılımı.....	35
Çizelge 7.1.4. Firmaların Çalıştıkları Ürün Grubuna Göre Dağılımı.....	35
Çizelge 7.1.5. Firmaların Tohumculuk Dışındaki Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı.....	35
Çizelge 7.1.6.Firmaların Tohumculuk Dışında Diğer Faaliyetlerde Bulunma Sebeplerine Göre Dağılımı.....	36
Çizelge 7.1.7. Firmaların En Fazla Eleman Çalıştırdıkları Birimlere Göre Dağılımı.....	36
Çizelge 7.1. 8. Firmaların Çalıştırdıkları Ziraat Mühendisi Sayısına Göre Dağılımı.....	37
Çizelge 7.1.9. Firmaların Tohumluk Hazırlama Tesisi Varlığına Göre Dağılımı.....	37
Çizelge 7.1.10. Firmaların Tesislerinde Hangi Türlerde Tohumluk Hazırlayabildiğine Göre Dağılımı.....	37
Çizelge 7.1.11. Firmaların Araştırmacı Kuruluş Yetkisi Olup Olmadığına Göre Dağılımı.....	38
Çizelge 7.1.12. Firmaların Araştırmacı Kuruluş Belgelerinin Ürün Gruplarına Göre Dağılımı.....	38
Çizelge 7.1.13. Firmaların Türkiye’de Islah Çalışması Yapıp Yapmadığına Göre Dağılımı.....	38
Çizelge 7.1.14. Firmaların Hangi Ürün Grubunda Islah Çalışması Yaptığına Göre Dağılımı.....	39
Çizelge 7.1.15. Firmalara Göre Islah Çalışmaları İçin Gerekli Genetik Kaynakları Ülkemizde Bulunabilirliği.....	39
Çizelge 7.1.16. Firmaların Bu Sorunu Nasıl Aştığına Göre Dağılımı .....	40
Çizelge 7.1.17. Firmaların Yeni Çeşitleri Kaç Yılda Bir Çıkardığına Göre Dağılımı.....	40
Çizelge 7.1.18. Firmaların Bulduğu Çeşitlerin Kendi Argelerinden Ürettiğine Göre Dağılımı.....	40
Çizelge 7.1.19. Firmaların Yurtiçi Tohumluk Üretimine Göre Dağılımı.....	41
Çizelge 7.1.20. Yurtiçi Üretim Yapan Firmaların Bu Oranının Satış Miktarını Karşılama Oranına Göre Dağılımı.....	41
Çizelge 7.1.21. Firmaların Ticari Tohumluk İthalatı Yapıp Yapmadığına Göre Dağılımı.....	41
Çizelge 7.1.22.Firmaların Ticari Tohumluk İthalatı Yapma Sebeplerine GöreDağılımı.....	42
Çizelge 7.1.23. Firmaların İthalatı Yaptıkları Ülkelere Göre Dağılımı .....	42
Çizelge 7.1.24. Firmaların Ebeveyn Tohumluğu İthalatı Yapıp Yapmadığına Göre Dağılımı.....	43
Çizelge 7.1.25. Firmaların Ebeveyn Tohumluğu İthalatı Hangi Ülkeden Yaptığına Göre Dağılımı.....	43
Çizelge 7.1.26. Firmaların Ebeveyn Tohumluğu İhracatı Yapıp Yapmadığına Göre	



Dağılımı.....	43
Çizelge 7.1.27. Firmaların Ebeveyn Tohumluğu İhracatı Hangi Ülkelere Yaptığına Göre Dağılımı.....	44
Çizelge 7.1.28. Firmaların Tohumluklarının Ticaretini Hangi Satış Kanalı ile Yaptığına Göre Dağılımı.....	44
Çizelge 7.1.29. Firmaların Yeni Eleman Alımındaki Önceliğine Göre Dağılımı.....	45
Çizelge 7.1.30.Firmaların Biyoteknolojinin Tohumculuk Sektöründe Kullanılmasını Uygun Bulup Bulmadığına Göre Dağılımı .....	45
Çizelge 7.1.31. Firmaların GDO'nun Ne Olduğunun Sokakta Doğru Bilinip Bilinmediğine Göre Dağılımı.....	45
Çizelge 7.1.32. Firmaları Gelecekte Biyoteknolojinin Tohumculuk Sektöründe Yaygınlaşmasını İsteyip İstemediğine Göre Dağılımı .....	46
Çizelge 7.1.33. Firmaların Üniversitelerin Özel Sektöre Katkılarına Olan İncancına Göre Dağılımı .....	46
Çizelge 7.1.34. Firmaların Üniversitelerde Tohumculuk Bölümü Açılıp Açılmamasına Göre Dağılımı .....	47
Çizelge 7.1.35. Firmaların Geliştirdikleri Yeni Çeşidin Üretici Tarafından Bilinir Hale Gelmesi Kaç Yılına Alacağına Göre Dağılımı .....	47
Çizelge 7.1.36. Firmaların Satış Sonrası Teknik Destek Verip Vermediğine Göre Dağılımı .....	48
Çizelge 7.1.37. Firmaların Sektörde Yoğun Rekabet Olup Olmadığına Göre Dağılımı .....	48
Çizelge 7.1.38. Firmaların Rekabet Yapılırken En Çok Başvurulan Yönteme Göre Dağılımı.....	48
Çizelge 7.1.39. Firmaların TSÜAB'a Üye Olduğu Tarihe Göre Dağılımı .....	49
Çizelge 7.1.40. Firmaların TSÜAB' ta Herhangi Bir Yönetim Organında Görev Alıp Almadığına Göre Dağılımı .....	49
Çizelge 7.1.41. Firmaların TSÜAB Çalışma ve Faaliyetlerini Değerlendirmelerine Göre Dağılımı .....	49
Çizelge 7.1.42. Firmaların Sektörün Sesini Daha Fazla Duyurabilmesi TSÜAB'ın Ne Yapması Gerektiğine Göre Dağılımı .....	50
Çizelge 7.1.43. Firmaları 5553 Sayılı Tohumculuk Kanununa Olan Yorumlarına Göre Dağılımı .....	50
Çizelge 7.1.44. Firmaların Kanun Hakkındaki Düşüncelerine Göre Dağılımı .....	50
Çizelge 7.1.45. Firmaların Yasa ve Mevzuat Bilgisine Göre Dağılımı .....	51

Çizelge 7.1.46. Firmaların Ülkemizdeki Tohumculuk Faaliyetlerinin Yeterli Olup Olmadığına Göre Dağılımı.....	51
Çizelge 7.1.47. Firmaların Sektördeki Finansman Sıkıntısı Kredilendirme ile Ne ÖlçüdeÇözüleceğine Göre Dağılımı .....	52
Çizelge 7.1.48. Firmaların Sektörün En Önemli Sorununa Göre Dağılımı .....	52
Çizelge 7.1.49. Firmaların Yeni Çeşitlerini Ticarete Sunmasına Göre Dağılımı .....	52
Çizelge 7.1.50. Firmalara Tescil Sisteminin Yardımcı Olup Olmadığına Göre Dağılımı .....	53
Çizelge 7.1.51. Firmaların En Önemli Sorununa Göre Dağılımı .....	53
Çizelge 7.1.52. Firmaların En Önemli Avantajına Göre Dağılımı .....	54
Çizelge 7.1.53. Firmaların Devlet Kurumları ile Ortak Projeler Yapmasına Göre Dağılımı .....	54
Çizelge 7.1.54. Firmaların Yaptıkları veya Yapacakları Projeleri Hangi Kurum ile Yapacaklarına Göre Dağılımı .....	55
Çizelge 7.1.55. Firmaların Tarımsal Hibe ve/veya Desteklerden Yararlanıp Yararlanmadığına Göre Dağılımı .....	55
Çizelge 7.1.56. Firmaların Tarımsal Hibe ve/veya Destekleri Ne Şekilde Kullandığına Göre Dağılımı .....	56
Çizelge 7.2.1. İşletme Sahiplerinin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı(İller İtibariyle).....	56
Çizelge 7.2.2. İşletme Sahiplerinin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı .....	57
Çizelge 7.2.3. İşletme Sahiplerinin Arazi Varlıklarına Göre Dağılımı .....	58
Çizelge 7.2.4. İşletme Sahiplerinin Ekimini Yaptığı .....	58
Çizelge 7.2.5. İşletmelerin Hububat Tohumlarını Satıl Alma Yerleri.....	59
Çizelge 7.2.6. İşletmelerin Tohumları Satın Aldığı Kuruluşların Teknik Destek Sağlama Durumu .....	60
Çizelge 7.2.7. İşletmelerin Buğday Tohumluğunu Yenileme Süreleri.....	60
Çizelge 7.2.8. İşletmelerin Buğday Tohumu Seçiminde Tercih Ettikleri Kriterler.....	61
Çizelge 7.2.9. İşletmelerin Ürünlerini ( Buğday ) Pazarladıkları Yerler.....	61
Çizelge 7.2.10. İşletmelerin Tercih Ettikleri Buğday Çeşitleri.....	62
Çizelge 7.2.11.İşletme Sahiplerinin Arpa Tohumluğunda Hangi Çeşitleri Tercih Ettiğine Göre Dağılımı.....	63
Çizelge 7.2.12. İşletme Sahiplerinin Arpa Tohumluğunda Hangi Çeşitleri Tercih Ettiğine Göre Dağılımı.....	63
Çizelge 7.2.13.İşletme Sahiplerinin Arpa Tohumluğunu Kaç Yılda Yenilediğinin Dağılımı.....	64

Çizelge 7.2.14. İşletmelerin Mevcut Arpa Tohumluğunu Değiştirme Nedenleri.....	64
Çizelge 7.2.15.İşletmelerin Ayçiçeği Tohumluk Çeşidini Tercih Nedenleri.....	65
Çizelge 7.2.16. İşletmelerin Ayçiçeği Tohumluğu Alma Yerleri.....	66
Çizelge 7.2.17.İşletmelerin Tercih Ettikleri Ayçiçeği Tohumluk Segmentleri.....	67
Çizelge 7.2.18. İşletmelerin Ürünlerini ( Ayçiçeği ) Pazarlama Yerleri.....	68
Çizelge 7.2.19.İşletmelerin Ayçiçeği Tohumu Tercih Nedenleri ( Bu Yıl ).....	69
Çizelge 7.2.20. İşletmelerin Tercih Ettikleri Ayçiçek Tohumluğu Çeşitleri (Geçen Yıl).....	70
Çizelge 7.2.21. İşletme Sahipleri Arazilerinde Sulama Yapıp Yapmadığına Göre Dağılımı.....	71
Çizelge 7.2.22. İşletmelerin Bölgede Sahip Oldukları Sulama Kaynakları.....	71
Çizelge 7.2.23. İşletmelerin Mısır Tohumluğu Tercih Nedenleri.....	72
Çizelge 7.2.24.İşletmelerin Mısır Tohumluğu Alma Yerleri.....	72
Çizelge 7.2.25. İşletmelerin Mısır Üretimi Yapma Amaçları.....	73
Çizelge 7.2.26. İşletmelerin Mısır Tohumluğu Çeşidi Tercih Nedenleri.....	73
Çizelge 7.2.27.İşletmelerin Tercih Ettiği Mısır Tohumluk Çeşitleri ( Geçen Yıl ) .....	74
Çizelge 7.2.28. İşletmelerin Ürünlerini ( Mısır ) Pazarlama Yerleri.....	75
Çizelge 7.2.29. İşletmelerin Sertifikalı Tohum Desteklemelerine İlişkin Görüşleri.....	75
Çizelge 7.2.30. İşletmelerin Sertifikalı Tohumluk Bulabilme Olanakları.....	76
Çizelge 7.2.31. İşletmelerin Fark Ödemelerine İlişkin Düşünceleri.....	76
Çizelge 7.2.32. işletmelerin Firmalara Tohumluk Üretimi Yapma Durumu.....	76
Çizelge 7.2.33. işletmelerin Herhangi Bir Üretici Birliğine Üye Olma Durumu.....	77
Çizelge 7.2.34.İşletme Sahiplerinin Üye Oldukları Üretici Birlikleri.....	77
Çizelge 7.2.35. İşletmelerin Piyasaya Yeni Çıkan Çeşitleri Öğrenme Durumları .....	78
Çizelge 7.2.36. İşletmelerin Piyasaya Yeni Çıkan Tohumları Deneme Süreleri.....	78
Çizelge 7.2.37. İşletme Sahiplerinin Tohumluk Kalitesini Değerlendirme Kriterleri.....	79
Çizelge 6.3.38. İşletmelerin Bölgede Yapılan Tarla Günlerini Yeterli Bulma Durumu.....	79
Çizelge 7.2.39.İşletme Sahiplerinin Bölgede Yapılan Tarla Fuarına Katılma Durumu.....	79
Çizelge 7.2.40. İşletmelerin Bitki Koruma Ürünlerini Satın Alma Yerleri.....	80
Çizelge 7.2.41. İşletmelerin Bitki Koruma İlaçlarına Olan İhtiyaçlarını Belirleme Unsurları.....	81
Çizelge 7.2.42. İşletmem Sahiplerinin Tahıl Tohumlarını Nasıl İlaçladıklarının Dağılımı.....	81
Çizelge 7.2.43. işletmelerin Tohumluk Kullanımına İlişkin Sıkıntıları.....	82
Çizelge 7.2.44. Firmaların İşletmelerin Sorunlarına İlişkin Yaklaşımı.....	82

Çizelge 7.2.45.İşletmelerin Yaşadıkları Başlıca Sorunlar.....	82
Çizelge 7.2.46. işletme Sahiplerinin Özellikler Belirttiği Sorular.....	82

## **KISALTMALAR DİZİNİ**

BÜGEM	Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü
CACCI	Asya Pasifik Odalar ve Borsalar Birliği Temsilciliği
DİR	Dahilde İşleme Rejimi
ECO	Ekonomik İşbirliği Teşkilatı
ECOSA	Ekonomik İşbirliği Teşkilatı Tohumcular Birliği
ESA	Avrupa Uzay Ajansı
GTHB	Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı
ISF	Uluslararası Tohum Federasyonu
ISTA	Uluslararası Tohum Test Birliği
KORGEM	Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü
TABGM	Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü
TİGEM	Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TSÜAB	Tohum Sanayicileri ve Üreticileri Alt Birliği
TTSM	Tohumluk Tescil ve Sertifikasyon Merkezi Müdürlüğü
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜRKTED	Türkiye Tohumculuk Endüstrisi Derneği
TÜSİAB	Türk Sanayici ve İş Adamları Derneği
UPOV	Yeni Bitki Çeşitlerinin Korunması Uluslararası Birliği

## 1.GİRİŞ

Tarımın keşfi insanlık tarihindeki en önemli dönemeçlerden biridir ve tohumluk mübadelesi de bu tarihe eşlik etmiştir. Ancak ticari amaçlı tohumluk alışverişi son birkaç yüzyıla dayanmaktadır. Yüzyıllardır mahsulden ayrılan ürün tohum olarak kullanılıyorken, 19 uncu yüzyıldan itibaren ABD ve bazı AB ülkelerinde nitelikli tohum üretimi ve kullanımına başlanılarak, tohum ticari bir değer kazanmıştır. 20. yüzyılın ilk çeyreğinden sonra gelişmiş ülkelerde tohumculuk kuruluşları yaygınlaşmış ve 1970'lerden sonra Ar-Ge konusunda önemli yatırımlar yapılmaya başlanılmış, özellikle gelişmiş ülkelerde verim ve kalite yönüyle öne çıkan yeni bitki çeşitleri geliştirilmiştir. Dünya tohumculuğunun gelişmesinde bilimsel ve teknolojik gelişmeler daima önemli ve belirleyici olmuştur. 19. yüzyılda temelleri atılan genetik bilimi, sistematik bitki ıslahı ve çeşit geliştirme faaliyetlerine giden yolu açmıştır. 20. yüzyıl başında uygulamaya konulan hibrid (melez) teknolojisi ise özel sektör girişimciliği ile ticari tohumculuk arasında etkili ve güçlü bir köprü kurmuştur. 20. yüzyıl sonunda ise modern biyoteknoloji ve rekombinant DNA teknolojileri ile tohumculuk yeni bir ivme kazanmıştır. Tohumluk ticaretinin gelişmesi sektörde verimlilik ve kalite arayışlarını güçlendirmiş ve 19. yüzyıl sonuna doğru ilk ulusal tohumculuk laboratuvarları ve beraberlerinde kalite güvence sistemleri görülmeye başlanmıştır. Zaman içerisinde başta ıslahçı hakları ve uluslararası tohumluk üretim ve sertifikalandırma sistemleri gibi bir dizi yeni kurum ve organizasyon ortaya çıkarak uluslararası çeşit ve tohumluk ticaretini hızlandırmıştır. Günümüzde tohumluk endüstrisi artan nüfusun gıda güvenliğinin sağlanması açısından tartışılmaz ve vazgeçilmez bir yenilik ve verimlilik kaynağı haline gelmiştir ((Anonymous,2012).

Bilindiği üzere, tohumluklar tarımsal üretimin temel girdilerinin başında gelmekte olup, kaliteli tohum kullanımı, verimi ve üretimi artırmasının yanı sıra daha dayanıklı, daha az maliyetli ve rekabet gücü yüksek ürünlerin elde edilmesi bakımından büyük önem taşımaktadır. Ülkemizde sebze sektörünün temelini oluşturan tohum sektörü son 25 yılda büyük gelişme göstermiş, bir yandan yurt içi tohumluk üretimini artırmak, diğer yandan da yerli tohumculuğumuzun geliştirilmesi konusunda özel sektör tarafından önemli çalışmalar yapılmıştır.

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı verilerine göre, ülkemizde bugün itibarıyla kamu ve özel sektör tarafından yapılan ıslah çalışmaları sonucunda elde edilen yerli çeşitlerin tohumluk piyasamızdaki payı yıllara göre ortalama %35-40 arasında değişmektedir. Söz konusu bu oranın önümüzdeki 5 yıl içerisinde %50'ye ulaşacağı tahmin edilmektedir. Kavun, biber gibi bazı önemli sebze türlerinde ise bu oran %80'lerin üzerine çıkmıştır. Ayrıca,

ülkemizde ticarete konu olan toplam tohumluk arzının yaklaşık %20 kadarının ithalat yoluyla karşılandığı tahmin edilmektedir. Bu ithalatın %70-80'i doğrudan bitkisel ürün yetiştirilmede "girdi" geri kalanı ise iç veya dış pazarlar için "sertifikalı tohumluk" üretiminde "ara malı" olarak kullanılmaktadır.

Tohumluk üretiminde özel sektörün payı yıllar itibarıyla artmaktadır. 2005 yılında toplam tohumluk üretiminin %45'ini özel sektör karşılarken, 2011 yılında %66,7'sini karşılamaktadır. 2011 yılı verilerine göre hibrit ayçiçeği, hibrit mısır, patates, soya, pamuk ve sebze tohumluğu üretiminin neredeyse tamamını özel sektör üretmektedir.

2005 yılında buğday tohumluğunun %89'u kamu tarafından karşılanırken 2011 yılında %45'e düşmüştür. Arpa tohumluğunun üretiminde ise, kamunun payı 2005 yılında %78 iken 2011 yılında %43'e düşmüştür. Türkiye'de 2011 yılında en fazla üretimi yapılan tohumluk buğday olmuştur. Sertifikalı buğday tohumu üretimi 2010 yılına göre %30,1 oranında artarak 410.766 tona ulaşmıştır.

Yıllar itibarıyla tohumluk üretim miktarları incelendiğinde, bazı tohumlukların üretimi artarken bazılarının ülkenin o yılki üretim durumuna göre azaldığı gözlenmektedir. 2011 yılında 2010 yılına göre patates tohumluk üretiminde %36,3 ve arpa tohumluk üretiminde ise 40,6 oranında artış görülmektedir (Anonymous, 2013).

Bu araştırmada, sektör de faaliyette bulunan firmaların şirket yapılarını, çalışma stratejilerini, pazarlama faaliyetlerini ve bunların hitap ettiği üreticilerin beklentilerini, tercihlerini ve sosyo-ekonomik yönleri incelenmiştir.

Araştırma 9 bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünün ardından ikinci sırada konu ile ilgili çalışmalar, üçüncü bölümde materyal ve yöntem yer almıştır. Sırasıyla dördüncü ve beşinci bölümlerde tohumculuğun tarihsel gelişimi ve ülkemizde başlıca türler itibarıyla tohum üretimi ve ticareti incelenirken; altıncı bölümde Türkiye'de faaliyette olan başlıca tohumculuk firmaları incelenmiş, yedinci bölümlerde ise araştırma bulgularına yer verilmiştir. Sekizinci bölümde de sonuç ve öneriler yer almaktadır. Araştırma dokuzuncu ve son bölüm olan yararlanılan kaynaklar ile tamamlanmıştır.

## 2. KONU İLE İLGİLİ ÇALIŞMALAR

*Bartlett ve Ghoshal (1989), "Managing Across Borders "adlı çalışmasında rekabet gücünü yetenek yaklaşımıyla incelemiştirlerdir. Firma stratejileri, firma yapıları, becerileri, yenilik yapabilme yetenekleri ve başarılı bir rekabet için gerekli diğer soyut ve somut kaynaklar gibi firma içi faktörlerin rolü üzerinde durulmuştur.*

*Porter, (1990) " The Competitive Advantage of Nations "adlı eserinde bir işletmenin faaliyette bulunduğu pazarın rekabet özelliklerini bir başka deyişle bir endüstrinin analizini beş ana değişkene göre açıklamıştır: Tedarikçiler; sektördeki rakipler, sektöre yeni girecek firmalar, ikame firmalar ve alıcılar . Porter'a göre bu beş unsur bir araya gelmeden pazarın rekabet analizinden bahsedilemeyeceğini ifade etmiştir.*

Porter, rekabetin şiddetini şu faktörlerin belirlediğini belirtmiştir :

- Sayıca çok fazla ve birbirine denk rakipler,
- Yavaş sektörel gelişim,
- Yüksek sabit maliyetler veya depolama maliyetleri,
- Farklılaştırmanın veya geçiş maliyetlerinin olmaması,
- Büyük miktarlarda artan kapasite,
- Farklılık gösteren rakipler,
- Yüksek stratejik çıkarlar,
- Yüksek çıkış engelleri,

**İnan ve Güngör ( 1992 ) "Ayçiçek Tohumluğu Pazar araştırması " adlı araştırmalarında Marmara bölgesinde faaliyette bulunan 760 üretici ile orijinal verilere dayalı olarak tohumluk firmaların pazarlama stratejilerini ve üretici davranışları analiz edilmiştir**

*Hammer ve Champy (1993) "Reengineering in the Corporation"adlı eserlerinde, firmaların rekabet güçlerini artırabilmek için verimli, maliyet düşürücü ve kaliteli üretim yapmaları durumunda başarıya ulaşabileceklerini belirtmişlerdir. Verimlilik, birçok yazar tarafından bir firmanın uzun vadeli rekabet gücünün göstergesi olarak nitelendirilmektedir. Kısacası, bir firmanın pazardaki rekabet gücünü test edebilmek için onun ne kadar verimli olduğuna bakılması gerektiği ifade edilmiştir.*



**Krugman** (1994) "**Rethinking International Trade**" adlı eserinde, rekabet gücü oluşumunda devletin etkisinin göz ardı edilmemesinin önemine değinmiştir.

Bu bağlamda Krugman ve Porter'ın açıklamalarına istinaden rekabet gücü hesaplamalarında kullanılacak temel göstergeleri; fiyat rekabeti, yapısal unsurlar ve diğer göstergeler olmak üzere üç başlık altında incelenebileceği sonucu çıkmaktadır.

**Smith** (1995), "**World Class Competitiveness**" adlı çalışmasında rekabet gücü oluşturulmasına ilişkin stratejilerin uygulanma kabiliyetinin önemini vurgulamıştır.

**Semerci** ( 1998 ) "**Trakya Tarımsal Yapı ve Başlıca Tarım Ürünlerinde Verimlilik analizleri**" adlı çalışmasında Trakya2 da ( Edirne, Kırklareli ve Tekirdağ ) tarımsal yapıyı ortaya çıkarma ve bölgenin tarımsal G.S.Ü.D' inde en önemli payı oluşturan buğday, ayçiçeği ve çeltik üretiminde kullanılan girdilerin Cobb.Douglas tipi fonksyon yardımıyla GSÜD üzerindeki etkilerini incelemiştir.

**Saraçoğlu ve Köse** (2000.) "**Buğdaya Dayalı Gıda Sanayinde Türkiye'nin Rekabet Gücü, Ekonometrik Analizler**" adlı çalışmada , buğdaya dayalı sanayide Türkiye'nin rekabet gücü ölçülmüştür. Çalışmada uluslararası rekabet gücüne etki eden reel döviz kuru ve buğdaya dayalı sanayi incelendiği için buğday destekleme politikalarına dikkat çekilmiştir. Çalışmanın sonucu olarak, reel döviz kurunun ele alınan ürünlerin ihracatı üzerinde oldukça önemli sayılabilecek bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

**Kotan ve Sayan** ( 2003 ) "**Türk İhraç Ürünlerinin AB Pazarında Güney Doğu Asya Ülkelerine Karşı Rekabet Gücünün Analizi**" adlı çalışmalarında, 1990-99 dönemi için seçilmiş bazı sanayi ürünlerinde, Türk ihracatçılarının Avrupa Birliği (AB) pazarında yaşadıkları fiyat rekabeti değerlendirilmekte ve bu rekabetin, Türk ihracatçılarının pazar paylarını arttırma girişimleri açısından önemi araştırılmaktadır. Araştırma sonucunda, 1990-94 döneminde, ele alınan ürün grupları bazında fiyat hareketlerinin Türkiye'nin AB pazarındaki nisbi payını etkilemede önemli rol oynadığı, ancak 1995-99 döneminde fiyat hareketlerinin bu rolünün önemli ölçüde azaldığı tespit edilmiştir. Ayrıca analiz sonucunda, AB'nin ithalat talep esnekliğinin 1990-94 döneminde görece olarak yüksek olduğu ve ihracatçıların, maliyetlerin üzerine yüksek kar marjları eklemesini güçleştirdiği belirtilmiştir. 1995-99 döneminde ise, maliyetlerini düşürebilen ihracatçıların, fiyatlarını düşürerek rekabette öne geçmelerinin mümkün olduğu sonucuna varılmıştır.

**Kesbiç ve Ürüt**, (2004) yılında “**Rekabet Gücü ve Global Rekabette Türkiye'nin Yeri**” adlı çalışmasında Katma değer artırılması amacıyla işlenmiş tarım ürünlerinin üretim ve pazarlanmasına dikkat çekerek; rekabet koşulları her geçen gün zorlaşan Dünya piyasalarından daha fazla pay alabilmek amacıyla ürünlerin kalite, norm ve standartlar bakımından iyileştirilmesine önem verilmesi gerektiğini vurgulamışlardır.

**TÜRKTED** tarafından (2007) “**Türkiye Tohum Sektörü**” konulu çalışmasında, tohumculuk şirketlerinin başlıca problemlerinin; kalifiye eleman istihdamı, ekonomik güç ve zorluklar; arge desteği ve birikimi olmadığı için özellikle yeni çeşitlerin tedariki ve pazarlama zorluklarını ele almıştır.

**Gürbüz ve Turhan** (2009) yılında yaptıkları “**Türk Gıda Sanayinin AB Rekabet Politikalarına Uyumu**” adlı çalışmada Dünya ekonomisinde, özellikle 1970’lerden sonra yaşanan değişimler ve buna paralel hızla değişen üretim sistemleri sonucunda, uluslararası piyasalardaki rekabet şartlarının da değiştiğini ifade etmiştir. Küreselleşen günümüz Dünya’ında pek çok firma tarafından uygulanabilir bir rekabet gücü seçeneği olarak akla ilk gelen önerinin maliyetlerin düşürülmesi olduğunu bildirmiştir. Ancak ileriye dönük olarak, firmaların rekabette sadece maliyetleri düşürmeye odaklanmalarının sonucunda, zamanla sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde edememelerine yol açtığı anlaşılmaktadır. Günümüz ekonomilerinde rekabetin esası ve rekabette sürdürülebilirliğin temel şartı olarak, firmaların yenilik yaratma potansiyelini ortaya çıkarma becerisiyle; sadece maliyetleri düşürmenin ileride yenilikleri yaratmada geri kalınacağına ifadesidir denmektedir.

**Uludağ** (2010) “**Türkiye’de Dondurma sektörü, Tüketici Eğilimleri ve Firmalar Arası Rekabet**” adlı çalışmasında dondurma sektöründeki firmalar arası rekabet ve tüketici eğilimleri orjinal verilere dayanarak analiz edilmiştir.

### 3. MATERYAL ve YÖNTEM

#### 3.1. Materyal

Araştırma üç aşamada gerçekleştirilmiştir. Araştırma materyalinin üreticilere dönük bölümü için Türkiye’yi temsil yeteneğine sahip olduğu öngörülen Edirne, Tekirdağ, Kırklareli ve İstanbul illeri tercih edilmiştir. Yapılan örnekleme sonucu belirlenen deneklerle karşılıklı görüşmeler yoluyla doldurulan anket formlarından elde edilen veriler kullanılmıştır.

İkincil veriler ise, T.C.Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, T.C. Ekonomi Bakanlığı, T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Devlet Planlama Teşkilatı, Devlet İstatistik Enstitüsü, Milli Prodüktivite Merkezi, TSÜAB-Tohum Sanayicileri ve Üreticileri Alt Birliği, TÜRKTED-Türkiye Tohumculuk Endüstrisi Derneği, T.O.B.B-İktisadi Kalkınma Vakfı ile üretici firmaların çeşitli yayın ve dökümanlarından elde edilmiştir. Ayrıca konuya ilişkin çeşitli üniversitelerce yayınlanmış kitap, tez ve makalelerden de geniş ölçüde yararlanılmıştır.

#### 3.2. Yöntem

##### 3.2.1. Tohum Firmalarına Yönelik Uygulanan Örnekleme ve Anket Yöntemi

Tohum firmalarına yönelik herhangi bir örnekleme gidilmemiş ve tam sayım yöntemi esas alınmıştır. Firmaların cevap vermek istemeyeceği hesaba katılarak mümkün olduğu kadar firma ile görüşülmesi hedeflenmiş ve anketler tam sayım yöntemine göre yapılmıştır. Böylece saha araştırmaları sırasında TSÜAB üyesi 381 adet olan tohumculuk firmasının tamamına sektörel anket e-posta ile gönderilmiştir. Ayrıca ankete katılmak isteyenlerle yüz yüze görüşmeler yoluyla da anketler yapılmıştır. Firmaların 62 adedinden olumlu yanıt gelmiştir. Ancak 52 adedi değerlendirmeye alınmıştır.

**Çizelge 3.1. Gerçekleştirilen Anket Sayılarının Dağılımı**

Anket yapılan kişi ve kuruluşlar	Anket Sayısı (Adet)	%
Endüstri Bitkileri tohumlukları ile çalışan firmalar	23	37,0
Tahıl tohumlukları ile çalışan firmalar	24	38,8
Sebze tohumlukları ile çalışan firmalar	15	24,2
<b>Toplam</b>	<b>62</b>	<b>100,00</b>

### 3.2.2. Üreticilere Yönelik Uygulanan Örneklem ve Anket Yöntemi

Çiftçilerle yapılan anket sayısının belirlenmesinde illerin Tarım İl Müdürlüklerinden elde edilen veriler baz alınmıştır. Arazi büyüklüklerine göre yapılan anketlerde 50 dekarın altındaki işletmeler anket kapsamına alınmamıştır.

**Çizelge 3.2. Türkiye ve Araştırma Alanındaki Topraklı ve Topraksız İşletmelerin İşletme Grupları İtibariyle Oransal Dağılımı**

Alan (da)	Türkiye (%)	Tekirdağ (%)	Edirne (%)	Kırklareli (%)
Arazisi olmayan	2,50	1,70	1,34	0,20
1-19	34,05	12,54	8,44	16,16
20-49	31,33	23,94	29,65	38,97
50-99	17,53	28,65	36,42	24,52
100-199	9,42	22,36	17,99	14,99
200-499	4,27	9,08	5,45	4,95
500+	0,91	1,73	0,75	0,20
<b>Toplam</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>
<b>Toplam İşletme Sayısı (adet)</b>	<b>4068432</b>	<b>37872</b>	<b>42428</b>	<b>34713</b>

Kaynak : Tekirdağ, Edirne, Kırklareli Tarım İl Müdürlükleri Kayıtları.

**Çizelge 3.3. Planlanan Arazi Büyüklüklerine Göre Trakya Bölgesindeki İşletme Sayılarının Dağılımı**

Arazi Grupları (Tabakalar)	Tekirdağ	Edirne	Kırklareli	Toplam
1. Tabaka (50-99 da)	10.850	15.452	8.512	34.814
2. Tabaka (100-199 da)	8.468	7.633	5.203	21.304
3. Tabaka (200-499 da)	3.439	2.312	1.718	7.469
4. Tabaka (500 da ve üstü )	655	318	69	1.042
<b>Toplam İşletme Sayısı (adet)</b>	<b>23.412</b>	<b>25.716</b>	<b>15.503</b>	<b>64.631</b>

Kaynak : Tekirdağ, Edirne, Kırklareli Tarım İl Müdürlükleri Kayıtları.

Anket sayısı % 95 güven aralığı ve % 10 hata payı esas alınarak yapılan hesaplamada anket sayısı 679 olarak bulunmuştur (Yamane,1962).

(Yamane,1962)	n	N	N <sub>h</sub>	S <sub>h</sub>	S <sub>h</sub> <sup>2</sup>
$n = \frac{N \sum (N_h S_h^2)}{N D + \sum N_h S_h^2}$	Toplam örnek sayısını	Toplam işletme sayısını	Söz konusu tabakadaki işletme sayısını	Söz konusu tabakanın standart sapmasını	Söz konusu tabakanın varyansını

$D^2 = d^2/Z^2$ ; d:  $0.05 * X$  değerine eşit olup, populasyon ortalamasında izin verilen hata,  $X=0.05$  alınmıştır, Z ise % 95 güven sınırına göre normal dağılım tablosundaki Z değerini (1.96) göstermektedir. Çizelge 3'de örnek sayısının belirlenmesinde kullanılan parametreler ve arazi gruplarına göre anket sayıları gösterilmiştir.

**Çizelge 3.4. Örnek Sayısının Belirlenmesinde Kullanılan Parametreler**

Gruplar	1. Grup (50-99 da)	2. Grup (100-199 da)	3. Grup (200-499 da)	(500 da ve üzeri)
Nh	34814	21304	7469	1042
St. Sapma (Sh)	48,3	85,40	140,8	465,9
Sh <sup>2</sup>	2332,89	7293,16	19824,64	217062,8
D	3,188776	11,86029	32,94526	225,76596
Arit. Ort.	70	135	225	589
d	2,80	5,40	9,00	23,56
Örnek Sayısı	<b>392</b>	<b>202</b>	<b>69</b>	<b>17</b>
N (Toplam Çiftçi Sayısı)	64631			
Toplam n	<b>680</b>			

Buna göre, ziyaret edilmesi gereken yerleşim yerleri ve anket sayıları aşağıdaki gibi hesaplanmıştır :

**Çizelge 3.5. Üretici Anket Sayılarının Dağılımı**

İller	Köy Sayısı	Anket sayısı	%
Edirne	257	173	35,06
Tekirdağ	279	291	38,07
Kırklareli	197	216	26,87
<b>Toplam</b>	<b>733</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Araştırmada tabakalı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Buna göre yapılan hesaplamada örneğe çıkan 680 çiftçi ile anket yapılmış ve veri girişleri Excell paket programı ile gerçekleştirilerek veriler çizelgeler haline getirilip yorumlanmıştır.

## **4. TOHUMCULUK SEKTÖRÜNÜN TARİHSEL GELİŞİMİ ve MEVCUT DURUMU ve GELECEĞİ**

### **4.1. Tohumculuğun Tarihsel Gelişimi**

Tohumluk mübadelesi tarımın tarihi kadar eski olmasına rağmen ticari amaçlı tohumluk alışverişinin geçmişi hayli yenidir ve son birkaç yüzyıla dayanmaktadır. Yüzyıllardır mahsulden ayrılan tohumluklar kullanılıyorken, bu uygulama ABD ve bazı AB ülkelerinde 19 uncu yüzyıldan itibaren çoğu ürünlerde giderek azalmış ve tohumluk ticari nitelikli bir özellik kazanmaya başlamıştır.

20 nci yüzyılın ilk çeyreğinden sonra gelişmiş ülkelerde özel sektör girişimciliğine dayalı tohumculuk kuruluşları yaygınlaşmış ve de özellikle son çeyreğinde pek çok ülke ve ürün grubunda kamu, tohumluk üretim ve dağıtım sistemlerinden çekilerek yerini özel kuruluşlara bırakmıştır. Bunu izleyen benzer bir eğilim çeşit geliştirme alanında gözlemlenmiş ve 1970' lerden sonra özel tohumculuk kuruluşları Ar-ge konusunda önemli yatırımlar yapmaya başlamıştır. Günümüzde özellikle gelişmiş ülkelerde yeni bitki çeşitlerinin geliştirilmesi ve biyolojik yenilikler özel tohumculuk şirketleri tarafından sağlanmaktadır. Dünya tohumculuğunun gelişmesinde bilimsel ve teknolojik gelişmeler daima önemli ve belirleyici olmuştur. 19' uncu yüzyılda temelleri atılan genetik bilimi, sistematik bitki ıslahı ve çeşit geliştirme faaliyetlerine giden yolu açmıştır. 20' nci yüzyıl başında uygulamaya konulan hibrid (melez) teknolojisi ise özel sektör girişimciliği ve ticari tohumculuk arasındaki en etkili ve güçlü köprülerden birini kurmuştur.

20' nci yüzyıl sonunda ise modern biyoteknoloji ve rekombinant DNA teknolojileri ile tohumculuk yeni ve çok güçlü bir ivme kazanmıştır. Tohumluk ticaretinin gelişmesine paralel olarak, tohumculuk sektörünün ve tohumluk ticaretinin denetim altında tutulmasına olan ihtiyaç en başından itibaren kendisini hissettirmiş ve 19' ncu yüzyıl sonuna doğru ilk ulusal tohumluk laboratuvarları ve beraberlerinde kalite güvence sistemleri görülmeye başlanmıştır. Zaman içerisinde başta ıslahçı hakları ve uluslararası tohumluk üretim ve sertifikalandırma sistemleri gibi bir dizi yeni kurum ve organizasyon ortaya çıkarak uluslararası çeşit ve tohumluk ticaretini hızlandırmıştır. Günümüzde tohumluk endüstrisi artan nüfusun gıda güvenliğinin sağlanması açısından tartışılmaz ve vazgeçilmez bir yenilik ve verimlilik kaynağı haline gelmiştir. ( Tigem 2011 Tohumculuk Sektör Raporu, Sayfa 6 )

Ülkemizde tarımında planlı ve sistemli ilk tohumculuk faaliyetleri Cumhuriyet ile birlikte başlamıştır. Ancak 1960'lı yıllara kadar bu konuda sağlanan gelişmeler daha ziyade bazı türlerde yürütülen çeşit geliştirme çabaları ve sınırlı miktarda tohumluk üretiminden

öteye gidememiştir. Bir ülkede tohumculuk endüstrisinin oluşum ve gelişiminde bu husustaki yasal çerçeve ile hukuki ve idari düzenlemelerin rolü büyüktür. Tohumluk üretimi, özel teşebbüs, serbest ticaret, araştırma, teknoloji transferi ve ıslahçı hakları gibi konularda açık-seçik, objektif kurallar getiren ve çağın ihtiyaçlarına cevap verebilen düzenlemeler tohumculuk endüstrisini olumlu yönde etkilemektedir. Tohumluk üretim ve ticareti ülkemizde uzun yıllar yasal bir çerçeveden yoksun olarak devam etmiştir. Bir ülkede tohumculuk endüstrisinin oluşum ve gelişiminde bu husustaki yasal çerçeve ile hukuki ve idari düzenlemelerin rolü büyüktür.

Türkiye, Cumhuriyet ile birlikte tarihindeki ilk planlı ve sistemli denilebilecek olan tohumculuk faaliyetlerine başlamıştır. 1923 ile 1960 yılları arasında daha plansız bir tedarik hüküm sürmüştür. Türkiye’de ilk bitki ıslah çalışmaları ve kaliteli tohumluk üretimleri 1926 yılında tohum ıslah istasyonlarının kuruluşu ile başlamış, ancak 1950’lere gelinceye kadar yalnızca serin iklim tahıllarına odaklanan çeşit geliştirme ve tohumluk üretim çalışmaları ile sınırlı kalmıştır. İzleyen yıllarda, kamu araştırma programlarına hem daha çok sayıda tür dahil edilmiş, hem de üretilen tohumlukların miktarı artmıştır. Bu yıllar arasındaki faaliyetlerin yalnızca tohum üretimi ile sınırlı kalması bir yenilenme ihtiyacını doğurmuş ve 1963 yılında 308 sayılı Tohumların Kontrol ve Sertifikasyonu Hakkındaki Kanun yürürlüğe girmiştir. Türkiye aynı yıl ISTA’ya, 1966 yılında da OECD sertifikasyon sistemine üye olmuştur. (Tigem 2011 Tohumculuk Sektör Raporu, Sayfa 6 )

1984 yılında tohumculuk sektörünün libere edilmesi sektör için önemli bir viraj olmuştur. Özel sektör tohumculuk şirketlerinin özellikle endüstri bitkileri ve sebze tohumculuğundaki başarılı sonuçları üreticiler tarafından beğeni ile karşılanmıştır. Özellikle hastalıklara dayanım ve verim farkları biranda yeni çeşitlerin tüm ülkede aranmasına neden olmuştur.

1989 yılında bazı türlerde AB ile eşdeğerlik statüsü alındıktan sonra 2001 yılında Ankara’da kurulmuş olan TTSM, ISTA tarafından akredite laboratuvar olarak kabul edilmiştir. Bazı üçgüller hariç, Türkiye halen OECD tarla ve yem bitkileri tohumluk programlarının tümüne iştirak etmektedir. 2007 yılında ise Türkiye bazı sebze tohumluklarında OECD sistemine dahil olmuş ve AB eşdeğerliği 2012 yılına kadar uzatılmıştır. Ülkemiz aynı zamanda Uluslararası ISF, UPOV gibi tohumculukla ilgili kuruluşlara üyedir. ( TTSM, Ankara)

Tohumculuk hizmetleri ülkemizde Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’na bağlı kuruluşlar tarafından farklı yetki alanları çerçevesinde yürütülmekte ve kontrol edilmektedir.

Tohumculuk politikalarının oluşturulması, ülkesel üretim, tedarik ve dağıtım programlarının yapılması, tescil ve üretim izinleri, tohumculuk danışma ve ihtisas komisyonları gibi hususlar BÜGEM tarafından incelenirken; her türlü hastalık ve zararlı kontrolleri, analizleri KORGEM, çeşit geliştirme ve her türlü araştırma faaliyetleri TAPGM , hayvansal ve tarımsal üretimler de TİGEM tarafından yapılmaktadır.

#### **4.2. Tohumculuğun Mevcut Durumu ve Geleceği**

Ülkemizde araştırma ve geliştirme çalışmaları uzun yıllardır sürdürülmektedir. İlk zamanlarda sadece Bakanlığa bağlı enstitüler tarafından çeşit geliştirme faaliyetleri yapılmışken, bu çalışmaları özel tohumculuk şirketleri büyük bir başarı ile sürdürmüşlerdir. Bu çalışmalar sonucunda birçok bitki türünde yeni çeşitler geliştirilmiştir. Buğday ve arpa gibi kullanım miktarı bakımından ekonomik öneme sahip ürünlerde ıslah çalışmaları Cumhuriyet'in kuruluşundan sonra hız kazanmış, bu alanda çeşit geliştirme yanında yetiştirme teknikleri konusunda da önemli sonuçlar elde edilmiştir. Geliştirilen çeşitlerin birçoğu çiftçimiz tarafından hala kullanılmaktadır. Patates, hibrid sebzeler ve yem bitkilerinde ise çeşit geliştirme çalışmaları yetersiz kalmış, tedarik ihtiyacı ithalat ile çözülmeye çalışılmıştır; diğer endüstri bitkileri ürünlerde ise büyük başarı elde edilmiştir.

Özellikle 1980'li yıllardan sonra izlenen politikalar sonucunda özel sektörün payı başta hibridler ve yabancı döllen bitkilerde ve sebze tohumluklarında yüzde yüz oranında pay sahipliği mevcutken, serin iklim tahılları tohumculuğunda da pay ibre oranı artık özel sektör tarafına kaymış durumdadır. Kamu tohumculuk sektörü daha çok daha önceleri özel sektörün ilgi göstermediği buğday ve arpa gibi kendine döllen bitkilere ait sertifikalı tohumlukların üreticilere kazandırılmasında ve sertifikalı tohumun öneminin artırılmasında etkin rol oynamaktadır.

Özel sektör yapılanmasında ise sektörün ilk sivil örgütü olarak; TÜRKTED ile 2006 yılında çıkan 5553 sayılı Tohumculuk Kanunu ile kurulmuş olan ve sektörün kamu kuruluşu statüsü özelliğine sahip olan TSUAB çalışmalarını sürdürmektedir. Her Türktek üyesi aynı zamanda Tsüab üyesidir. Kanun gereği işteğal konularına göre firmalar 5553 sayılı kanunla kurulmuş olan alt birliklere üye olmak zorundadırlar.

5553 sayılı Tohumculuk Kanunu; tarla bitkileri, bağ-bahçe bitkileri, orman bitki türleri ve diğer bitki türleri çoğaltım materyaline ait çeşitlerin ve genetik kaynakların kayıt altına alınması, tohumlukların üretimi, sertifikasyonu, ticareti, piyasa denetimi ve kurumsal yapılanmalar ile ilgili düzenlemeleri kapsamaktadır.



Bu kanunun amacı : “ *bitkisel üretimde verim ve kaliteyi yükseltmek, tohumluklara kalite güvencesi sağlamak, tohumluk üretim ve ticareti ile ilgili düzenlemeleri yapmak ve tohumculuk sektörünün yeniden yapılandırılması ve geliştirilmesi için gerekli olan düzenlemeleri gerçekleştirmektir.*” ( GTHB )

5553 sayılı kanun ve sektörün ihtiyacı olan kanunların yürürlüğe girmesi ile birlikte özel sektörün canlanması, ithalatçı eğilimden ihracatçı bir yapıya doğru dönüşümü başlatmış, sektörün teknolojik imkânlarının artmasına, yeni çeşitlerin geliştirilmesine ve işleme ve pazarlama unsurlarının da Türkiye’ye getirilmesine yol açmıştır. Sektörün Türkiye’deki durumunu değiştirmiş ve gelişimine yardımcı olmuştur. Sektör, rekabetçi yapı içerisinde varlığını devam ettirebilmek, sürdürülebilirlik, uluslararası tanınırlık ve pazarlanabilirlik sağlamak amacıyla uluslararası kural ve sistemlerle bütünleşmeyi hedeflemektedir.

#### **5553 Sayılı Tohumculuk Kanunu’nun Sektöre Getirdiği Yenilikler:**

- Tohumluklara kalite güvencesi,
- Tohumlukların uluslararası normlarda kayıt, tescil ve sertifikasyonu,
- Tohumluk üretim ve ticareti ile ilgili düzenlemeleri yapmayı,
- Bakanlıkça gerekli görülen hallerde istisnai uygulama ve yetki devri,
- Tohumculuk sektörünün yapılandırılması ve geliştirilmesi.

#### **Tohumculuk faaliyetlerinin yasal dayanağını teşkil eden diğer önemli kanunlar:**

- 2004 yılında çıkartılan 5042 Sayılı Yeni Bitki Çeşitlerine Ait Islahçı Haklarının Korunmasına İlişkin Kanun,
- 2010 yılında çıkarılan 5977 Sayılı Biyogüvenlik Kanunu,
- 2010 yılında çıkartılan 5996 Sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunları ile ve bu kanunlara göre çıkarılan yönetmelikler ile sektörün mevzuat altyapısı oluşturulmuştur.

Türkiye, tohumluk üretimi konusunda özellikle son yıllarda çok önemli bir noktaya gelmiştir. Tarla bitkileri tohumluklarının (özellikle H.Ayçiçeği ve H.Mısır ) ve sebze bitkileri tohumluklarının ( özellikle H.Domates, H.Biber, H.Hıyar ) sahip olduğu hibridlik oranı, safiyet, vb ürünün kalitesi ile ilgili olumlu gelişmeler nedeniyle tüm Dünya’da özellikle aranan ülke pozisyonuna gelmiştir. Ülkemizin sahip olduğu klima ve iş gücünün mükemmel birleşimi sonucu bu başarı elde edilmiştir. İhracat üretimlerinin her geçen gün artması; buradan elde edilen döviz girdisini etkilemektedir. Bu sayede ithalat ve ihracat arasındaki fark her geçen gün kapanmaktadır. Ancak ithalat rakamının azaltılması hiçbir zaman kapıları

kapatmak anlamında olmamalıdır. Bu kısa vadede yapılacağı sanılan faydadan daha çok zarar verecektir. Buğday arpa gibi kendine döllen bitkilerin sertifikalı tohumluklarının üretimi nispeten her geçen yıl artmaktadır. Ancak fazla olmasına rağmen bu ürünlerin sertifikalı tohumluklarına çiftçiden gelen talep hala gerçek kullanım oranına göre çok düşüktür.

Ülkemizde tohumlukların pazarlaması özellikler son yıllarda daha da işlevsel hale gelmiştir. Özel firmalar, kurum ve kuruluşlar üretmiş oldukları tohumluklarını kendi özel bayiileri veya bölge distribütörleri yanı sıra Pankobirlik, Tarım Kredi Kooperatifleri ve Tarım Satış Kooperatifleri kanallarıyla pazarlamaktadır.

Araştırma ve geliştirme alanında karşılaşılan problemlerin başında tescil edilen yeni çeşitlerin çiftçiye intikalindeki güçlükler gelmektedir. Bunun yanında, uzun yıllar süren araştırma çalışmaları sonucunda elde edilen yetiştirme teknikleri ile ilgili bilgilerin de çiftçiye ulaştırılma oranı oldukça düşüktür.

Geliştirilen yeni çeşitlerin tanıtımının yapılmasında ve pazara sunulmasında problemlerle karşılaşılmaktadır. Pazarlama konusunda karşılaşılan problemlerin başında özellikle hububat tohumculuğunda sık karşılaşılan piyasada kaçak tohumluk satışlarının engelenemez olmasıdır. Bu durum tohumculuk alanında yatırım yapan, eleman çalıştıran şirketlerin haksız rekabete uğramalarına neden olmaktadır. Sektördeki en önemli diğer problem ise, ödeme alışkanlığının her geçen gün azalmasıdır.

Ayrıca, üreticilere sunulan yeni çeşitlerin tanıtım toplantılarına olan ilgi her ne kadar geçen hergün artış gösterse bile olması gerektiği gibi değildir. Özel sektör firmaları bu tanıtım toplantı ve organizasyonları için her türlü masraf ve hazırlığı yapmalarına rağmen çok az sayıda üretici hariç üreticilerin genelinde bu toplantılara katılmama; katılsa bile ilgisiz kalma özelliği hakim durumdadır. Çoğu fuar, tarla günü, seminer vb çalışmalar için kiralanan vasıtalarla taşınan üreticiler için esas amaç o günü geçirecek bir aktivite olmasından öteye gidememiştir.

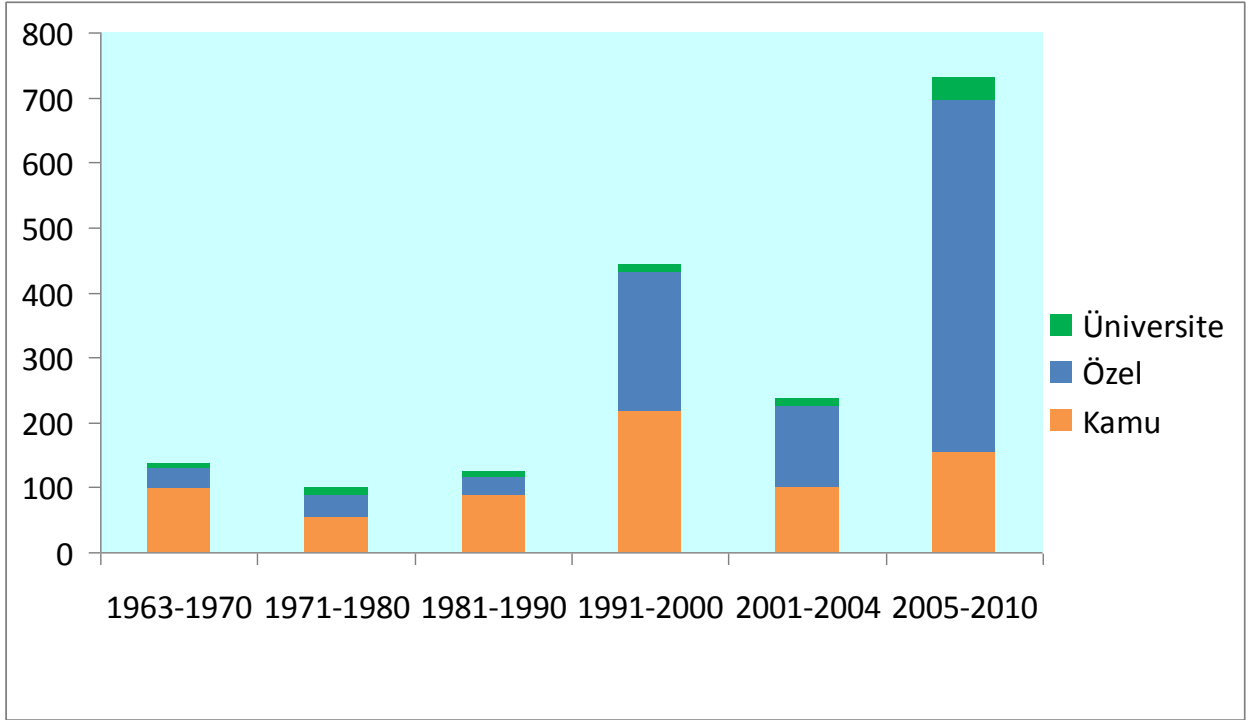
Tohumculukta uzun yıllar faaliyet gösteren bazı özel sektör kuruluşları tohumculuk alanında ciddi yatırım yapmakta, eleman isdihtam etmekte ve bazı türlerde yurt dışına sertifikalı tohumluk ihraç etmektedirler. Bunun yanında bazı firmalar ise sadece tohumluğun ticaretini yapmak istemektedirler. Ayrıca kendine dölenen bitkilerde sertifikalı tohumlukları satın alan kişiler kendileri bunları çoğaltıp pazarlamakta veya komşusuna vermekte bu da sektörde haksız rekabete neden olmaktadır. Denetimler yeterli seviyede yapılamamakta olup yapılan denetimlerde yakalanan kişiler için cezai müeyyideler caydırıcı olmadığından tekrarından çekinilmemektedir.

**Çizelge 4.1. Ülkemizde Kayıtlı Olan Türlerin Kayıt Edildiği Sektöre Göre Dağılımı**

	<b>BİTKİ TÜRÜ</b>	<b>ÖZEL</b>	<b>KAMU</b>	<b>ÜNİVERSİTE</b>	<b>TOPLAM (%)</b>	<b>%</b>
<b>SERİN İKLİM TAHILLARI</b>	E.Buğday	53	207	16	<b>266</b>	<b>11,8</b>
	Arpa	19	55	2	<b>76</b>	<b>3,37</b>
	Yulaf	1	8	5	<b>14</b>	<b>0,62</b>
	Çavdar	0	1	2	<b>3</b>	<b>0,13</b>
	Tritikale	1	10	1	<b>12</b>	<b>0,53</b>
<b>SICAK İKLİM TAHILLARI</b>	Çeltik	2	51	1	<b>54</b>	<b>2,39</b>
	Sorgum grubu	21	9	1	<b>31</b>	<b>1,37</b>
	Mısır / Hattı	484	65	0	<b>549</b>	<b>24,36</b>
<b>YEMEKLİK DANE BAKLAGİLLER</b>	Fasulye	9	22	2	<b>33</b>	<b>1,46</b>
	Mercimek	1	19	5	<b>25</b>	<b>1,10</b>
	Diğer	3	35	3	<b>41</b>	<b>1,81</b>
<b>TIBBİ VE AROMATİK BİTKİLER</b>	Kekik	0	0	2	<b>2</b>	<b>0,08</b>
	Haşhaş	0	23	1	<b>24</b>	<b>1,06</b>
	Diğer	0	6	6	<b>12</b>	<b>0,53</b>
<b>ENDÜSTRİ BİTKİLERİ</b>	Ayçiçeği / Hattı	218	52	1	<b>271</b>	<b>12,02</b>
	Kolza / Hattı	30	1	0	<b>31</b>	<b>1,37</b>
	Pamuk	66	55	2	<b>123</b>	<b>5,45</b>
	Patates	102	11	1	<b>114</b>	<b>5,05</b>
	Soya	18	15	2	<b>35</b>	<b>1,55</b>
	Şeker Pancarı	165	6	0	<b>171</b>	<b>7,58</b>
	Tütün	1	67	4	<b>72</b>	<b>3,19</b>
	Diğer	7	25	6	<b>2</b>	<b>0,08</b>
<b>ÇAYIR MER'A</b>	Fiğler	3	38	13	<b>54</b>	<b>2,39</b>
	Yemlik Pancar	11	1	0	<b>12</b>	<b>0,53</b>
	Yonca	30	7	3	<b>40</b>	<b>1,77</b>
	Diğer	12	10	11	<b>19</b>	<b>0,84</b>
<b>YEŞİL ALAN ÇİM BİTKİLERİ</b>	Çok Yıllık Çim	36	0	0	<b>36</b>	<b>1,54</b>
	Yumaklar	60	0	0	<b>60</b>	<b>2,66</b>
	Diğer	24	0	0	<b>24</b>	<b>1,06</b>
	<b>TOPLAM</b>	<b>1376</b>	<b>789</b>	<b>89</b>	<b>2254</b>	<b>100</b>

\*Kaynak: TTSM, 2013

#### Çizelge 4.2. Tarla Bitkileri Tohumculuğunda Tesçilli Çeşitlerin Yıllar İtibariyle Sektörel Dağılımı



\*Kaynak: TTSM, 2013

#### 4.2.1. TSÜAB ve Tohumculuğun Gelişmesindeki Rolü

TSÜAB, tüzel kişiliğe sahip kamu kurumu niteliğinde bir meslek kuruluşudur. Tohumculuk Kanunu'nun 16. Maddesi uyarınca kurulmuş ve 2008 yılında faaliyete geçmiştir.

***TSÜAB'ın Temel Felsefesi; Yasaların verdiği yetkiler çerçevesinde, Türkiye tohumculuk sanayisini temsil etmek, üyelerinin hak ve menfaatlerini korumak ve Türkiye Tohumculuk Sektörü'nü geliştirmektir.***

Türkiye'de faaliyet gösteren tüm tohumculuk sanayicisi ve üreticisi şirketlerin TSÜAB'a üye olmaları yasal bir zorunluluktur. Mayıs 2013 tarihi itibarıyla, kayıtlara göre 581 şirket TSÜAB' a üyedir.

Son yıllarda Tohumculukta çok önemli yasal düzenlemeler yapılmıştır. Bu zeminde, özel sektör, yasalara uygun olarak organize olmuş, TSÜAB da bu oluşum içerisinde layık olduğu yere oturmuştur.

TSÜAB, kurumsal yapısı itibarıyla Türkiye Tohumculuk Sektörü'nde çok önemli bir konuma sahiptir ve bu itibarla, konumuna uygun görevleri ifa etmek durumundadır. TSÜAB görevlerini yerine getirirken ve faaliyetlerini uygularken yasalarla belirlenmiş usul ve esaslara uygun olarak hareket etmektedir. Bu bakımdan, hem kendi iç denetim organı hem de yasalar gereği Bakanlık Müfettişleri tarafından muntazaman denetlenmektedir. Ayrıca, TSÜAB'ın bir misyonu, vizyonu ve üyelerince kabul gören etik kuralları vardır.

TSÜAB, Kanun ve Tüzük ile kendisine verilen görevlerinin gereği olarak; kuruluş amaçlarına uygun biçimde, üyelerinin hak ve menfaatlerini koruyup, kollayıp, geliştirmek için hem kendi bünyesi içerisinde, hem de ilgili tüm kurum ve kuruluşlar nezdinde çalışmalar yapmakta, üyelerine maddi ve moral desteği sağlayacak her türlü fırsatı ve kaynağı değerlendirmektedir.

TSÜAB'ın Genel Faaliyetlerini ve Kurumsal İlişkilerini ana başlıklar itibarıyla aşağıdaki şekilde özetlemek mümkündür:

- ✓ Projeli Çalışmalar
- ✓ Eğitimler
- ✓ Fuarlara Katılım
- ✓ Tanıtım Toplantıları
- ✓ İlgili Kamu Kurum Ve Kuruluşları İle Birlikte Çalışma
- ✓ Uluslararası Üyelikler
- ✓ Uluslararası Organizasyonlarla İşbirliği
- ✓ Sektörel Dış Ticaret Ziyaretleri

Yukarıdaki ana faaliyet konularının her birine ait örnekler TSÜAB'ın arşivlerinde yer almaktadır.

#### **Çizelge 4.3. TSÜAB Üyesi Firmaların Sermaye Durumlarına Göre Dağılımı**

<b>YERLİ</b>	<b>YABANCI</b>	<b>ORTAKLIK</b>	<b>TOPLAM</b>
<b>561</b>	<b>17</b>	<b>3</b>	<b>581</b>

\*Kaynak: TSÜAB, 2013

**Çizelge 4.4. TSÜAB Üyesi Firmaların Bölgelere Göre Dağılımı**

Coğrafi Bölge	Adet	%
İç Anadolu Bölgesi	194	33,39
Marmara Bölgesi	156	26,85
Akdeniz Bölgesi	85	14,62
Güney Doğu Anadolu Bölgesi	53	9,12
Ege Bölgesi	48	8,26
Doğu Anadolu Bölgesi	24	4,13
Karadeniz Bölgesi	21	3,61
<b>TOPLAM</b>	<b>581</b>	<b>100</b>

\*Kaynak: TSÜAB, 2013

**Çizelge 4.5. TSÜAB Üyesi Firmaların Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı**

Ürün	Adet	%
Hububat	371	44,21
Patates	94	11,2
Yem Bitkileri	116	13,82
Mısır	45	5,36
Sebze	128	15,25
Mercimek - Nohut	26	3,09
Ayçiçeği	36	4,29
Pamuk	9	1,07
Şekerpancarı	14	1,66
<b>TOPLAM</b>	<b>839</b>	<b>100</b>

\*Kaynak: TSÜAB, 2013

TSÜAB bu sistem bütünü içerisinde yürüttüğü faaliyetleri ve kuruluşundan bu yana gerek değerli yöneticileri, gerek sekretaryası ve gerekse tüm üyelerinin gayretleri ile Türk Tohumculuğuna çok önemli katkılar sağlamaya devam edecektir. Buna örnek olarak, son on yıllık dönemde, TSÜAB'ın kuruluş yılı olan 2008 yılına kadar Bakanlık desteklerinin de etkisine rağmen, 250- 300 bin tonlarda seyreden toplam sertifikalı tohumluk üretimi 2008 - 2012 arasında yaklaşık ikiye katlanarak 650 bin tona ulaşmıştır. Bu artışta TSÜAB yönetimlerinin, sekretaryasının ve bilhassa örgütlü bir yapının şemsiyesi altındaki değerli üyelerinin payları elbette önemlidir.

#### 4.2.2. TÜRKTED Türkiye Tohumculuk Endüstrisi Derneği

TÜRKTED, Türkiye tohumculuk endüstrisini güçlendirmeye ve geliştirmeye odaklanmış bir meslek örgütüdür. 15 Temmuz 1985 tarihinde kurulan TÜRKTED, Türkiye tohumculuk sektöründeki ilk sivil toplum kuruluşudur. Tüm faaliyetlerini kar amacı gütmeksizin yürütmektedir. Bitki ıslahı-çeşit geliştirme, yeni bitki çeşitlerinin adaptasyonu ve kayıt altına alınması, kaynak ve sertifikalı tohumlukların çoğaltımı, işlenmesi, ambalajlanması, yurt içi ve yurt dışında pazarlanması aşamalarında ülkesel ve küresel ölçekte faaliyet gösteren 56 firma hali hazırda TÜRKTED'in üyesidir. Bunlar arasında, endüstriyel tohumculuk faaliyetlerinin tümünü kendi bünyesinde toplamış entegre şirketlerin yanı sıra, iş kolunun yalnızca birkaç aşamasında aktif olan şirketler de bulunmaktadır. TÜRKTED üyeri arasında başta tarla, endüstri, yem, sebzeler, çim ve süs bitkileri alanları olmak üzere; tohumculuk endüstrisinin farklı aşamalarında iş yapan şirketler bulunmaktadır. Üye şirketlerin ciroları Türkiye tohum pazar değerinin yüzde 80-85'ine tekabül etmektedir. Diğer taraftan TÜRKTED, Türkiye tohumculuk işkolunun yurt dışı mesleki organizasyonlar nezdindeki iki temsilcisinden biri konumundadır. Bu bağlamda TÜRKTED 1998 yılından beri ISF, 2007'den beri ESA ve Karadeniz Biyoteknoloji Derneği ve ECOSA gibi uluslararası kuruluşların üyesidir.

TÜRKTED misyonunu *“Tohumculuk alanında Türkiye'nin bölgesel lider bir ülke olması için, teknoloji ve sistem geliştiren, diğer ülkelerle rekabet edebilen ve bölgesinde model oluşturabilecek şekilde ülke tohumculuğunun geliştirilmesine katkıda bulunmak ve Türk tohumculuğunu uluslararası alanda temsil etmek”* şeklinde tanımlamaktadır.

Vizyonu ise; *“Ulusal ve uluslararası alanda gıda güvenliği ve sürdürülebilir tarım temelinde Dünya tohumculuk endüstrisi ile bütünleşmiş etkin ve uluslararası alanda rekabetçi bir tohumculuk endüstrisi oluşturulması”* dır.

TÜRKTED'in faaliyetleri: temsil etme; sorun ve tavır belirleme, çözüm önerme ve strateji geliştirme; ticareti ve iyi ilişkileri özendirme; enformasyon ve istatistik toplama; bilgilendirme ile Etik Kurallar oluşturup uygulamaya koyma ve Ortak Sözleşme Formları hazırlama olmak üzere altı ana başlık altında toplanabilir. Tüm bu çalışmalar kapsamında TÜRKTED, başta 5553 sayılı Tohumculuk Kanunu olmak üzere birçok ilgili mevzuatın hazırlanmasına katkı yapmış, ülkesel ve uluslararası ölçekte çeşitli projelerin planlayıcısı, katılımcısı ya da destekleyicisi olmuştur. Ayrıca, Ocak 2011'den bu yana üç ayda bir yayımlanan TOHUM isimli bir dergi çıkarmakta ayrıca web sitesinde yayımladığı aylık e-bültenlerle sektöre hizmet etmektedir.

## 5. TÜRKİYE’DE BAŞLICA TÜRLER İTİBARIYLA TOHUM ÜRETİMİ, TÜKETİMİ ve TİCARETİ

Günümüzde bütün bitki türleri dahil olmak üzere Dünya tohumluk ve vejetatif çoğaltım materyalinin bir yıllık parasal karşılığı yaklaşık 60-70 milyar A.B.D. doları civarındadır. Yine yapılan hesaplamalara göre Dünya’da her yıl ticarete konu olan tohumluğun parasal değerinin ise yaklaşık 40 milyar doları aşmaktadır. Tahmini sertifikalı tohumluk ve vejetatif çoğaltım materyali dış ticaret hacmi ise 5-6 Milyar Dolar civarındadır. Dünya tohumluk ticaret hacmi son yıllarda önemli artışlar göstermiştir. Bitki türleri veya ürün grupları arasında uluslararası ticarete konu oluş bakımından farklı durumlar söz konusudur. Bu açıdan Dünya ölçeğinde en önemli ticari öneme haiz bitki tür veya grupları sırasıyla bağ-bahçe bitkileri (sebzeler), mısır, otundan yararlanılan yem bitkileri, patates ve şeker pancarıdır. Ülkelerin Dünya tohumluk ticaretinden aldıkları pay değişiklik göstermektedir.

Toplam 5-6 Milyar Dolar civarında olan yıllık toplam Dünya ihracatının yaklaşık % 90' ını takriben 20 ülke, % 70'ini ise sadece 6 ülke gerçekleştirmektedir. Önemli ölçüde tohumluk ve vejetatif çoğaltım materyali ihracat kapasitesine sahip bu ülkeler sırasıyla ABD % 30 ile ve Çin yine yaklaşık % 23 oranlarıyla Dünya tohum piyasası içinde ilk iki sırada yer almaktadır. AB ülkelerinden Fransa’da yaklaşık % 6’ lık pay ile üçüncü sırada yer almaktadır. AB içinde Dünya tohum piyasasındaki payları itibariyle Fransa’yı, sırasıyla Hollanda, Almanya, İtalya ve İspanya izlemektedir. AB ülkelerinin Dünya tohum piyasası içindeki payı yaklaşık % 16,1 oranındadır. ISF verilerine göre 2011 yılı itibariyle Türkiye 400 milyon \$’lık piyasa hacmi ile Dünya tohum piyasasında yaklaşık %1’lik bir paya sahiptir. Ancak ülkemizde gerçekleşen tohum ticaretinin bunun çok üstünde ( yaklaşık 1 milyar \$ ) olduğu tüm sektörce bilinmektedir. ( ISF)

Dünya tohumculuğunun gelişmesinde bilimsel ve teknolojik gelişmeler daima önemli ve belirleyici olmuştur. 19’uncu yy.da temelleri atılan genetik bilimi, sistematik bitki ıslahı ve çeşit geliştirme faaliyetlerine giden yolu açmıştır.

Türkiye’de ise tarımı son 40-50 yılda hızlı bir gelişme göstermiştir. Bu dönem zarfında bitkisel ürünlerde önemli üretim artışları sağlanmıştır. Özellikle 1980’li yıllardan sonra süratle gelişen tohumculuk endüstrisinin bu artışlardaki payı son derece belirleyici olmuştur. Ülkede tarımı yapılan bazı belli başlı bitki türlerinde hibrid çeşit ve yüksek kaliteli



tohumluk kullanımı hızla yaygınlaşmıştır. Kaliteli tohumluk üretim ve kullanımı oranı artmıştır. ( BÜGEM,2013)

**Çizelge 5.1. Dünya Tohum Piyasası Tahmini Değeri\***

Ülke	Değer (Milyon \$)	Payı (%)
ABD	12.000	29,5
Çin	9.500	23,4
Fransa	2.400	5,9
Brezilya	2.000	4,9
Hindistan	2.000	4,9
Japonya	1.400	3,4
Almanya	1.261	3,1
İtalya	780	1,9
Arjantin	600	1,5
Kanada	550	1,4
Rusya	500	1,2
İspanya	450	1,1
<b>Türkiye</b>	<b>400</b>	<b>1</b>
Avustralya	400	1
Kore	400	1
İngiltere	400	1
Güney Afrika	370	0,9
Meksika	350	0,9
Hollanda	317	0,8
Çek Cumhuriyeti	300	0,7
Macaristan	300	0,7
Diğer	3.972	9,8
<b>TOPLAM</b>	<b>40.650</b>	<b>100</b>

\*ISF, 2011

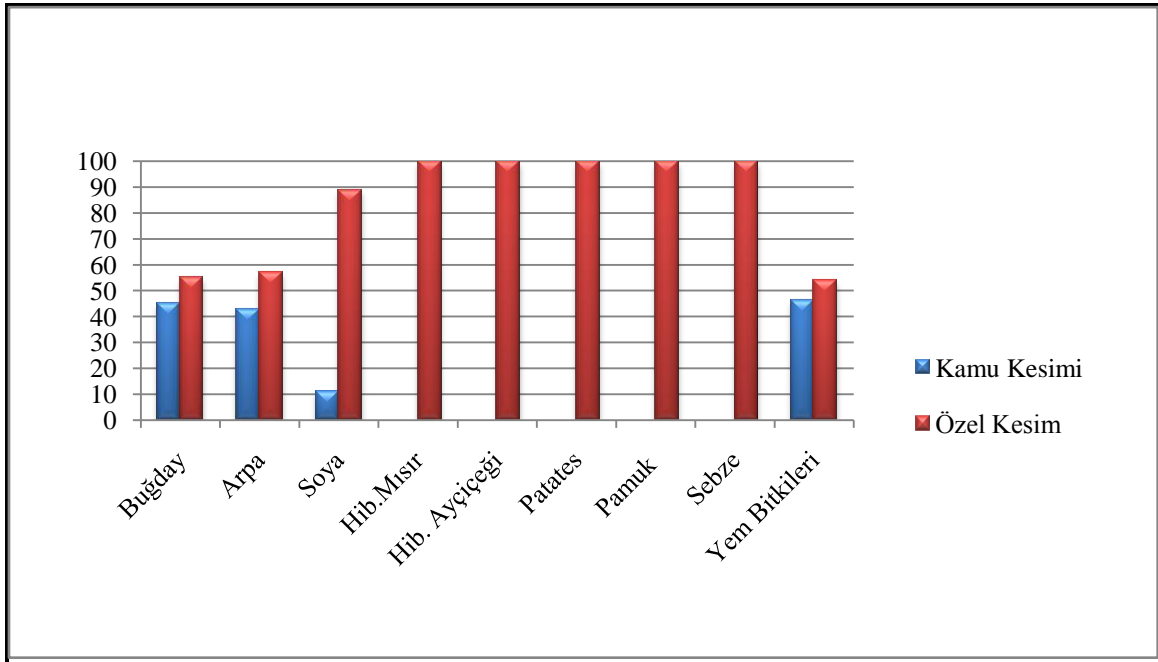
**Çizelge 5.2. Ülkemizde Tarımın Genel Ekonomi İçinde Dağılımı**

Temel Göstergeler	2002			2011		
	TÜRKİYE	TARIM	Tarımın Payı (%)	TÜRKİYE	TARIM	Tarımın Payı (%)
Nüfus (Milyon)	69,3	23,7	34,2	74,7	17,3	23,2
İstihdam (Milyon)	21,3	7,4	34,9	24,1	6,1	25,5
Milli Gelir (Milyar \$)	230,5	23,7	10,3	772,3	62,7	8,1
Kişi Başına Gelir (\$)	3.492	1.064	28,6	10.444	3.653	35,0
İhracat (Milyar \$)	36,0	4,0	11,2	134,9	15,3	11,3
İthalat (Milyar \$)	51,5	3,9	7,7	240,8	17,6	7,3

\*Kaynak: Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2013

Tohumluk üretim, tedarik ve ticaretini düzenleyen kurallar 1982 yılında kökten değiştirilmiş ve özel sektör girişimciliği teşvik edilmiştir. Bunun sonucu olarak, Türkiye’de tohumluk tedariki bu gün geniş ölçüde özel şirketler tarafından yapılmaktadır. Halen ülkede üretilen toplam sertifikalı tohumluğun, miktar olarak yaklaşık % 65’i ve değer olarak ise % 80-85’i özel şirketlere aittir.

**Çizelge 5.3. Türkiye’de Özel ve Kamu Sektörlerinin Tohumluk Üretimlerindeki Payları**



\*Kaynak: GTHB, BÜGEM, 2013

Türkiye tohumculuğunda özel sektöre dayalı gelişim esas itibarıyla son 25 yılın eserdir. Sebze, çim bitkileri, şeker pancarı, mısır, patates ve ayçiçeği tohumluk tedariki uzun yıllardan beri ağırlıklı olarak özel firmalar tarafından sağlanmaktadır. Özel sektör

kuruluşlarının pamuk ve serin iklim tahılları tohumculuğunda etkili konuma gelmesi ise ancak son birkaç yıl içerisinde söz konusu olmuştur. Buna karşılık, kamu tohumculuk kuruluşları ise çoğunlukla buğday, arpa, bazı yem bitkileri ve yemeklik tane baklagiller üzerine odaklanmış durumdadır. Bununla beraber, özel sektörün bu ürünlerden bazılarına yönelik ilgi ve çalışmaları giderek artmaktadır.( Bügem,2013)

Tohumculuk endüstrisi esas olarak, 600 ' e yakın özel tohumculuk şirketi ile bir kamu şirketinden oluşmaktadır. Sermaye yapısı, ölçek ve entegrasyon (uzmanlaşma) bakımından bir hayli farklılık gösteren özel şirketler arasında az sayıda doğrudan yabancı yatırım ve yerli-yabancı ortaklıkları bulunmaktadır. Özel şirketlerin çok büyük bir kısmı (% 95'ten fazlası) ise yerli sermayeli şirketlerdir. Özel tohumculuk şirketlerinin çoğu üretim, ithalat, ihracat ve pazarlama yapmaktadır. Buna karşılık, 130'dan fazla şirket ise ayrıca araştırma, çeşit ve ürün geliştirme faaliyetleri yürütmektedir. Türkiye modern ve yüksek kapasiteye sahip pek çok tohumluk işleme, paketlenme ve depolama tesislerine sahiptir. Tohumculuk şirketlerinin hemen, hemen tamamı tohumluk pazarlamasını Bayiilikler kanalıyla yaparken bazıları ise ayrıca kendi pazarlama ve satış ağlarını sahiptir.

Halen 130 civarında tohumculuk firması araştırmacı kuruluş statüsüne sahiptir. Bu firmaların önemli bir kısmı -küçük veya büyük çaplı- ıslah programları yürütmektedir. Özel sektör kuruluşları daha çok hibrid sebze ıslahı ile tarla ve endüstri bitkileri üzerinde odaklanırken, kamu kuruluşları ise açık tozlanan sebze çeşitleri ile kışlık tahıllar, çeltik ve yemlik ve yemeklik baklagiller üzerinde yoğunlaşmaktadır. Özellikle sebze ve ayçiçeği ıslahı konusunda çalışan firmalardan bazıları ise önemli başarılar elde etmişlerdir. Aralarında başka ülkelere çeşit ve hibrid tohumluk ihraç edenler de bulunmaktadır. Bu konuda yapılan yatırımlar yıldan yıla hızla artmaktadır.

### **5.1. Türkiye'de Üretilen Tohumluk Türleri**

Türkiye tohumluk pazarı esas olarak a) sebzeler, b) serin iklim tahılları ve yem bitkileri ile c) endüstri bitkileri arasında paylaşılmış durumdadır. Buna karşılık, yıldan yıla hızlı bir artış gösteren hibrid sebze tohumlukları bu pazarın en büyük kısmını oluşturmaktadır.

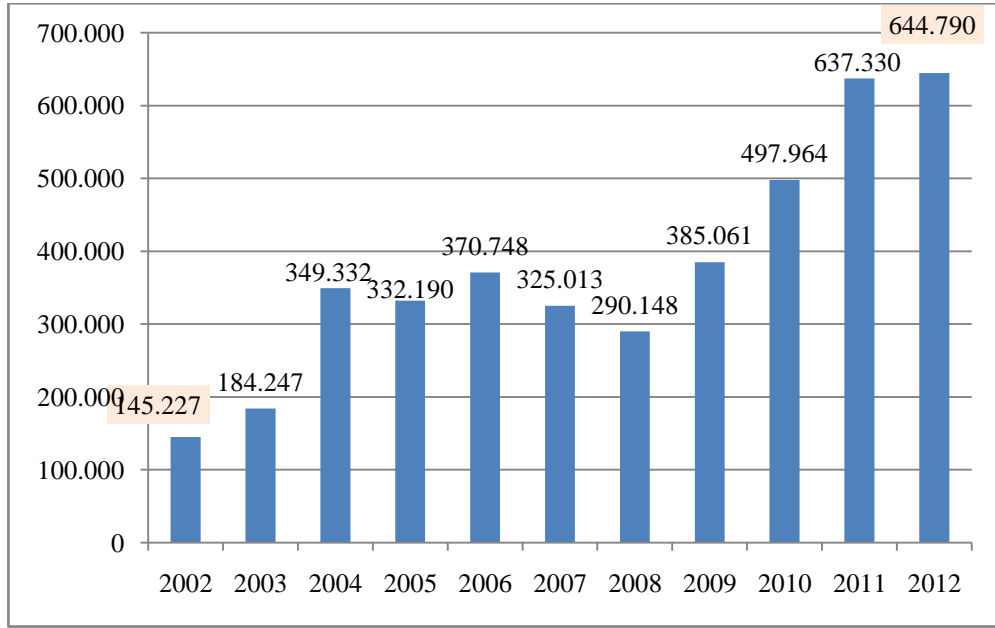
Diğer yandan mısır, ayçiçeği, pamuk ve şeker pancarı gibi hibrid tohumlukların oluşturduğu endüstri bitkileri ise tohumluk pazarının ikinci büyük segmenti konumundadır. Özellikle sertifikalı buğday ve arpa tohumluklarını kapsayan üçüncü grup ise değer olarak değilse bile miktar olarak en önde gelmektedir. Türkiye'de 130 kadar özel şirket sebze

tohumculuğu üzerinde çalışmaktadır. Buna karşılık buğday tohumluğu üreten, dağıtan ve pazarlayanların sayısı ise yaklaşık 380 kadardır. Benzer şekilde, 100'den fazla şirket ise endüstri bitkileri üzerinde çalışmaktadır.

Ülkemizde 1980 yılında hibrid ayçiçeği tohumluğu üretimi yapılmazken, 2013 yılında üretim miktarı 14.000 ton seviyelerine ulaşmıştır. Aynı yıllar arasında patates tohumluğu üretimi 24 kat, hibrid mısır tohumluğu üretimi 9 kat, sebze tohumluğu üretimi ise 5 kat artmıştır. Tohumluk üretiminde söz konusu olan türler itibarıyla kamu ve özel sektör kuruluşlarının oransal paylarına bakıldığı zaman; buğday, arpa, pamuk ve yem bitkilerinde kamu kuruluşlarının ağırlıklı olduğu görülmektedir. Son üç yılın ortalaması esas alındığında, bu türlerde kamu kuruluşlarının üretime katkısı sırasıyla % 95, % 90, % 91 ve % 61 civarındadır. Buna karşılık 1997-1999 yılları ortalaması göz önüne alındığında, özel sektör kuruluşlarının belirli türlerin tohumluk üretimindeki payının yaklaşık olarak soyada % 87, hibrid mısırdaki % 99, hibrid ayçiçeğinde % 100, patatesteki % 100, sebze türlerinde % 99 ve yem bitkilerinde ise % 39 olduğu görülmektedir (7, 14). *İ. AKGÜN, M. KAYA, Isparta, 2003*

Türkiye'de yaklaşık 70 kadar bitki türünde, yılda toplam 550-650 bin ton kadar sertifikalı tohumluk üretilmektedir. Özel sektör kuruluşları esas itibarıyla hibrid mısır, hibrid ayçiçeği, hibrid şekerpancarı, pamuk, hibrid ve standart sebze tohumlukları, patates, bazı yem bitkileri, çeltik, arpa ve son yıllarda ise buğday tohumluğu üretimi yapmaktadır. Kamu kuruluşları ise geleneksel olarak buğday, arpa ve bazı yem bitkileri ve yemlik baklagiller üzerine yoğunlaşmıştır. ***Türkiye'de 2012 yılında yaklaşık olarak 320 bin ton buğday, 43 bin ton arpa, 33 bin ton hibrid mısır, 9 bin ton çeltik, 15 bin ton hibrid ayçiçeği 1200 ton hibrid şeker pancarı, 185 bin ton patates, 23 bin ton pamuk ve 2500 ton kadar sebze tohumluğu üretilmiştir.*** (Bügem, 2013)

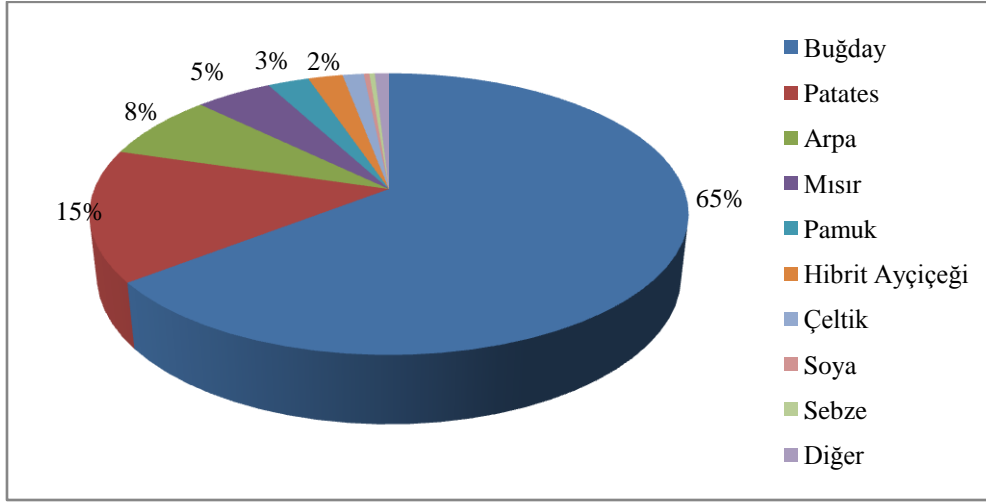
**Çizelge 5.4. Türkiye’de Yıllara Göre Tohumluk Üretim Miktarları, Ton**



\*Kaynak:GTHB, BÜGEM, 2013

Çizelgeler 5.10. ve 5.11. incelendiğinde; iki yıl içerisinde ülkemizde üretilen türler arasındaki dağılım farklılığı görülmektedir. En ciddi fark patates tohumculuğunda meydana gelmiştir. Bilindiği üzere patates tohumculuğu diğer türlerin üretiminden farklılık göstermekteydi. Ülkemizde dağıtım materyali olarak üretim yapılmamakta ve sertifikalı tohumun tamamı ithal edilmekteydi. İki sene önce Bakanlık bu konuda çok stratejik bir karar vererek çıkarılan bir genelge ile bunu yasaklanmış ve sadece çoğaltım materyali olarak tohum ithaline izin verilmiştir. Bunun sonucunda da ülkemize ithal edilen çoğaltım materyalleri bir yıl burada üretildikten sonra sertifikalı patates tohumluğu olarak üreticilere satılmaya başlanmıştır. Bu kararın olumlu etkileri olarak şunları söyleyebiliriz; ciddi bir döviz yükünden ülkemiz kurtulmuş oldu, burada üretim yapılarak üretimin yapıldığı sözleşmeli çiftçiler kazançlı oldular aynı zamanda bu sayede Tsüab pek çok yeni üye şirkete sahip olmuş oldu.

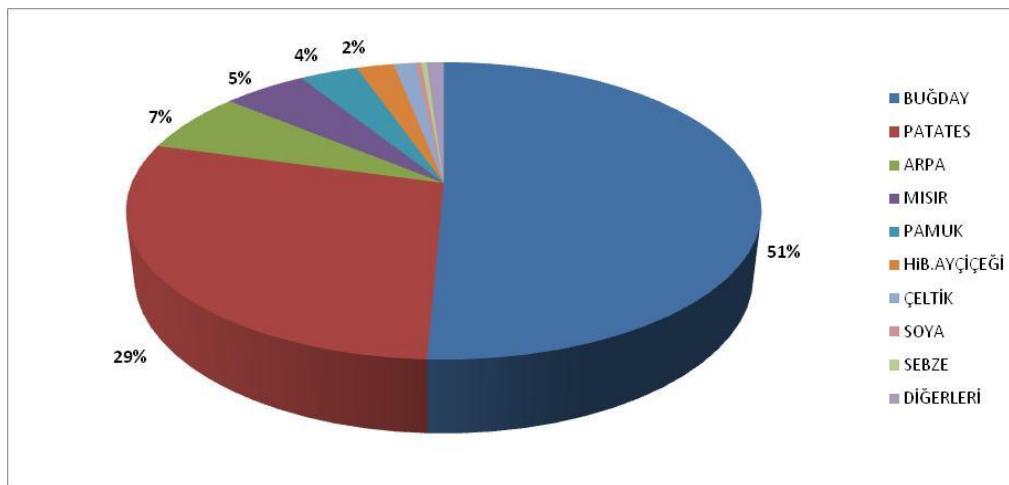
**Çizelge 5.10. Türler Bazında Tohumluk Üretimi, 2011**



\*Kaynak:GTHB, BÜGEM, 2013

Buğday tohumluğu üretiminde ciddi bir azalma gözükmesine neden olarak hem patates tohumluğunda alınan bu kararın nedeniyle genel ortalamadan oranın bu sebeple düşmesi hem de üretim sorunları nedeniyle yaşanan verim kayıpları söylenebilir. Diğer ürünlerde ciddi bir değişiklik olmamıştır.

**Çizelge 5.11. Türler Bazında Tohumluk Üretimi, 2012**

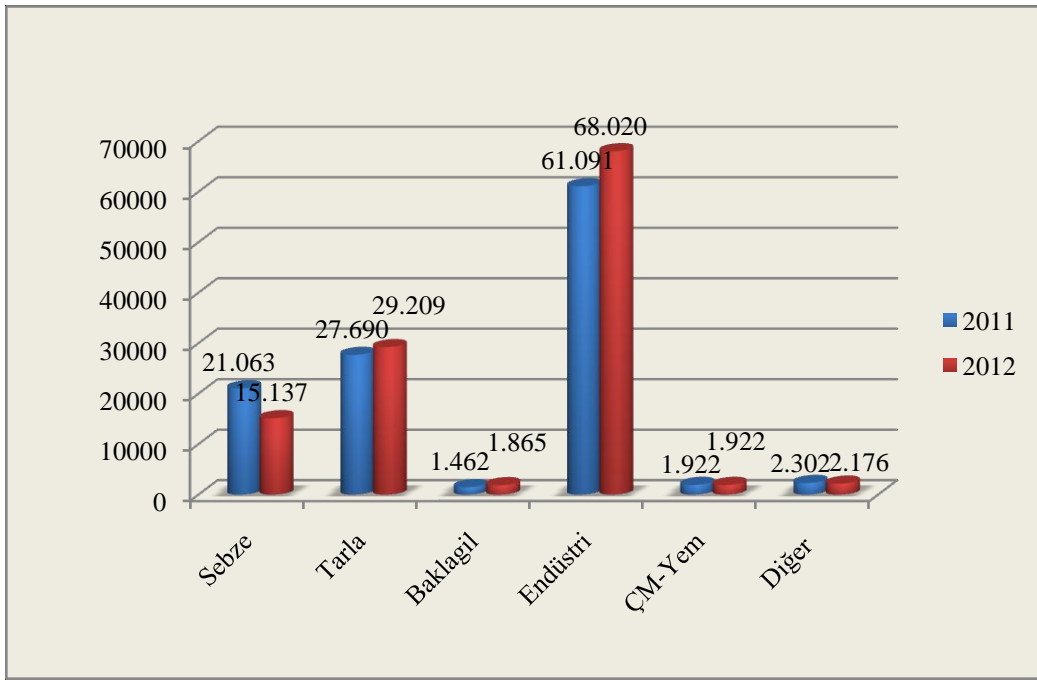


\*Kaynak:GTHB, BÜGEM, 2013

## 5.2. Türkiye'de Tohumluk İhracatı

Özel tohumculuk kuruluşları son yıllarda, ülkemiz ekonomisine üretim kadar önemli olan dış satım kapasitesi kazandırmışlardır Nitekim son 15 yılda, ülkemizde bazı türlerde, uluslararası standartlarda tohumluk üretimleri gerçekleştirilmiş ve özel tohumculuk kuruluşları tarafından, Avrupa ülkeleri de dahil olmak üzere, pek çok ülkeye tohumluk dış satımı yapılmıştır. 1983-1985 döneminde ortalama 144 ton kadar olan yıllık tohumluk dış satımı, sürekli ve istikrarlı bir artış göstermiş, 2013 yılında bu rakamlar 37.400 ton tohumluk dış satımına karşılık, 120,8 milyon dolar parasal değer elde edilmiştir. İhracatın ithalatı karşılama oranı her geçen gün azalmaktadır. Bu farkın kapanacağı ve hatta artı yönde diğer tarafa geçeceği herkes tarafından beklenmektedir. Ancak bu ithalatın yasa ile kapatılmasıyla değil; yurtiçi ihracat üretimlerinin desteklenmesiyle mümkün olmalıdır. Özel sektör olarak buradaki en büyük sorun; ihracat bedellerinin genellikle sabit döviz kuru olmasıdır. Ülkede son birkaç yıldır uygulanan sıkı döviz politikaları nedeniyle kurların yükselmemesine rağmen; enflasyondan dolayı masrafların her geçen artması alınan ihracat bedellerinin masraflara çok yakın olmasına sebep olmakta; karlılık azalmaktadır. Ülkemizde özel sektör tarafından yapılan tohumluk ihracatının büyük bir kısmını hibrid ayçiçeği, hibrid mısır, ve bazı sebze türlerine ait tohumluklar oluşturmaktadır. *AKGÜN İ,KAYA M,Isparta,2003, BÜgem 2013.*

Çizelge 5.12. 2011-12 Yılları Tohumluk İhracat Değeri Karşılaştırması ( 1.000 \$ )



\*Kaynak:GTHB, BÜGEM, 2013

**Çizelge 5.13. 2011 ve 2012 Yılları İtibarıyla, Türkiye'nin Tohumluk İthalat ve İhracat Değerlerinin Karşılaştırılması**

	2011		2012	
	Parasal Değer (Milyon \$)	Miktar (Bin Ton)	Parasal Değer (Milyon \$)	Miktar (Bin Ton)
<b>İthalat</b>	178,1	36,8	197,6	33,2
<b>İhracat</b>	108,9	30,6	120,8	37,4
<b>İhracat-İthalat Fark</b>	69,2	6,2	76,8	-4,2

\* Kabak tohumu verileri il Müdürlüklerinden alınmıştır. Diğer rakamlar TÜİK verileridir. TÜİK'ten alınan ithalat ve ihracat verilerine Rep/Kolza(Diğer), Kuru Sarımsak, Arpacık Soğan ve Meyve Ağaçları Tohumları dahil edilmemiştir.

\*Kaynak:GTHB, BÜGEM, 2013

**Çizelge 5.14. 2011 Yılı İtibarıyla İthalat ve İhracata En Çok Konu Olan Tohumluk Türleri**

İthalata konu olan başlıca tohumluk türleri		İhracata konu olan başlıca tohumluk türleri	
Türler	Parasal Değer(1000 \$)	Türler	Parasal Değer(1000 \$)
1) Domates	52.096	1) Ayçiçeği	50.944
2) Patates	18.794	2) Mısır	25.745
3) Hıyar	13.695	3) Pamuk	9.006
4) Mısır	15.285	4) Kabak	336
5) Kabak	4.818	5) Domates	4.348

\*Kaynak : GTHB, BÜGEM, 2013

**Çizelge 5.15. 2012 Yılı İtibarıyla İthalat ve İhracata En Çok Konu Olan Tohumluk Türleri**

İthalata konu olan başlıca tohumluk türleri		İhracata konu olan başlıca tohumluk türleri	
Türler	Parasal Değer(1000 \$)	Türler	Parasal Değer(1000 \$)
1) Domates	59.657	1) Ayçiçeği	59.569
2) Patates	14.822	2) Mısır	29.184
3) Hıyar	15.991	3) Pamuk	8.024
4) Mısır	18.165	4) Kabak	148
5) Kabak	6.548	5) Domates	2.412

\*Kaynak:GTHB, BÜGEM, 2013

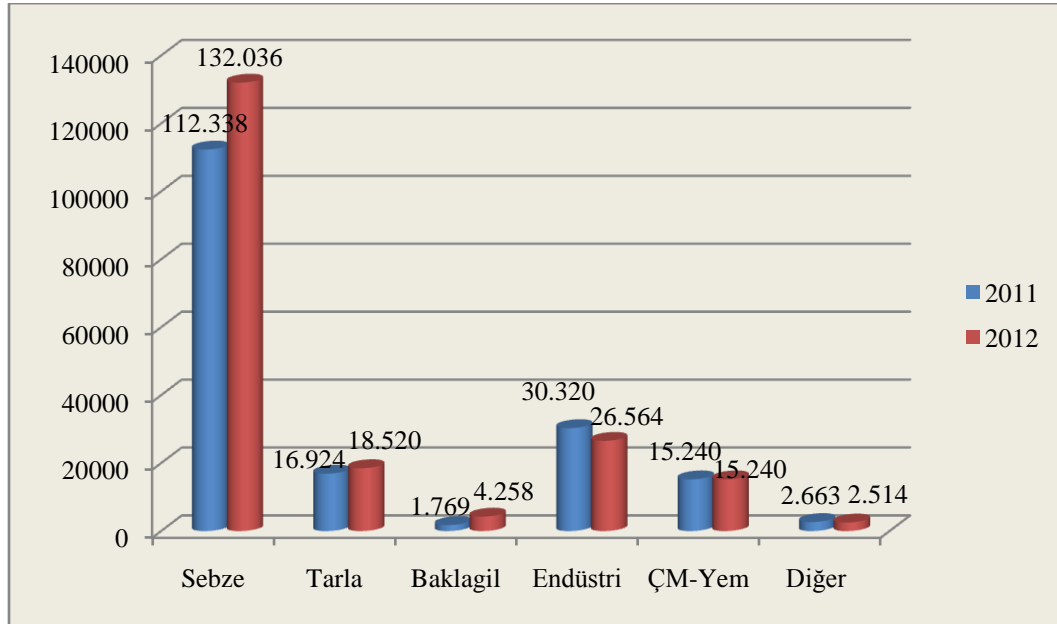


### 5.3. Türkiye’de Tohumluk İthalatı

Türkiye tohumculuk endüstrisinde serbest piyasa dönemiyle birlikte tohum ithalatı konusundaki yasal ve idari engellerin kaldırılması sonucunda özel tohumculuk kuruluşları doğrudan doğruya ticari tohumluk ithalatı yaparak gerek üretim amacıyla ve gerekse de yurt içinde ticari olarak satışını yapma imkanı bulmuşlardır. Bu dönemde, yurt dışında ıslah edilen yeni çeşitlerin ülke tarımına kazandırılmasını kolaylaştırıcı yönlendirme ve uygulamalar sonucunda, 1980-1982 yılları arasında yaklaşık olarak 2.600 ton yıllık toplam tohumluk ithalatı yapılmıştır. Bu rakam 1989-1991 yılları arasındaki üç yıllık dönemde hızla artarak ortalama 27.437 ton’a çıkmıştır. 1996 yılında 143.739 tona kadar çıkan tohumluk ithalatı, özel kuruluşlar tarafından yurt içi üretim kapasitesinin artırılması sonucunda yıllara göre azalış göstermiş ve 2000 yılında 84.266 tona gerilemiştir. 1996 yılında 25 milyon dolar olan tohumluk ithalat değeri ise sürekli bir artış göstererek 2000 yılında 71 milyon dolara yükselmiştir. 2012 senesi son gerçekleşen ithalat rakamlarına göre toplam ithalat miktarı 33.200 tona çıkmıştır. Bunun parasal değeri 197.6 milyon dolardır. *AKGÜN İ,KAYA M,İsparta,2003, BÜGEM 2013.*

İthalatı yapılan türlerin başında sırasıyla domates, patates, hıyar, mısır ve kabak tohumlukları gelmektedir.

**Çizelge 5.16. 2011-12 Yılları Tohumluk İthalat Değeri ( 1.000 \$ )**



\*Kaynak: GTHB, BÜGEM, 2013

## 6. TÜRKİYE'DE TOHUMCULUK SEKTÖRÜNÜN GENEL YAPISI ve ÖZELLİKLERİ

Tohumculuğun ülkemizde geliştirilmesi için başlatılan çalışmalar çok eski tarihlere dayanmakta olup 1930'lu yıllar tohumun önemini öne çıkarılarak araştırma çalışmalarının başlatıldığı yıllar olarak bilinmektedir. Daha sonraki yıllarda araştırma kuruluşlarında ülkemiz şartlarına uygun çeşitler geliştirilerek özellikle hububat tohumluğu üretiminde Devlet Üretim Çiftlikleri devreye sokularak Türk çiftçisinin kaliteli tohum kullanması hedeflenmişti. Kaliteli tohum üretimi ve kullanımı için gerekli düzenlemelerin yapılmasına imkan sağlamak amacıyla 21.8.1963 tarihinde 308 No.lu Tohumlukların Tescil, Kontrol ve Sertifikasyonu Hakkında Kanun çıkarılmış üretilen, ithal ve ihraç edilen tohumluklarla ilgili esaslar bu kanunla belirlenmiştir. Tohumluk sertifikasyon çalışmalarının uluslararası referans merkezi olarak çalışan OECD sertifikasyon sistemine ve Uluslararası Tohum Test Birliği ISTA'-ya üye olan ülkemiz tohumculukla ilgili uluslar arası kuralları uygulamaya başlamıştır. Ancak 1982 yılından önceki yapısıyla ülkemizde monopolistik bir yapıya sahip olan tohumculuk sektörü bu yıldan itibaren önemli gelişmeler göstermiştir (ELÇİ,2013).

Tohumculuğun 1982 yılından önce tamamen Devlet tekelinde olan ve fiyatların dahi Devlet'çe belirlendiği bir sektör durumundan bugünkü durumuna gelmesi 1982 yılında tohum fiyatlarının serbest bırakılması,1984 yılında "Tohumluk İthalatının Serbest Bırakılması" ve 1985 yılında çıkarılan "Tohumluk Teşvik Kararnamesi" ve bunları izleyen çok uygun politikaların yürürlüğe girmesiyle mümkün olabilmektedir. Bütün bu önlem ve uygulamalardan sonra ülkemizde tohumculuk özel sektöre dayalı yeni bir yapılanma içine girmiştir.

Bahsedilen bu uygun politikaların etkisiyle ülkemizde tohumculuk firmalarının kurulması ve gelişmesi hızlanmış, Dünyanın en büyük tohumculuk firmalar ülkemizde yatırım yapmışlardır. Bugün sayısı 120'yi bulan çeşitli boyuttaki yerli ve yabancı sermayeli tohumculuk firması ile bu sektör, sebze, başta patates olmak üzere endüstri bitkileri, yem bitkileri ve hububat tohumluklarını gerek yurt dışından üreterek ve gerekse yurtdışından sağlayarak ülke tarımının bu önemli girdisini tedarik etmektedir.

Türk tohumcuları, tohum yetiştiriciliği ve ticaretini yapan meslektaşları arasında dayanışma sağlamak, tohumculukta verim ve kaliteyi artırmak,çeşit ıslahı, sertifikasyon ve tohum ticaretinde uluslararası standartlara ulaşmada gerekli katkıları sağlayarakTürk ekonomisine yararlı olmak amacıyla 1986 yılında Türkiye Tohumculuk Endüstrisi Derneği TÜRK-TED'i kurmuşlardır. Başta Tarım ve Köyişleri Bakanlığı olmak üzere Kamu Kuruluşlarıyla gerekli koordinasyonu yaparak tohumculuk sektörünün alt yapısını iyileştirme çabalarını sürdüren TÜRKTED, merkezi İsviçre'de bulunan ve tohum ticareti kurallarını

belirleyen ve taraflar arasında hakemlik yapan Uluslararası Tohum Ticareti Federasyonu (FIS)'e Mayıs 1998'den itibaren üye olmuştur.

Son yıllarda Hükümetler, üretici birlikleri ve yetiştirici örgütlerinin kurulması ve güçlendirilmesi gerektiğini ifade etmektedirler. Üreticilerin kendi örgütlerinin sektöre ve sektörün yapılanmasına yapacakları katkılar dikkate alınırsa Türkiye Tohumculuk Endüstrisi Derneğinin sektör çalışmalarına katkılarının sağlanmasının önemi ortaya çıkmaktadır. Türkiye'de tohumculuğun geçirdiği yapısal değişiklik tarımsal üretimde hemen kendisini göstermiş ve kaliteli tohumluk kullanılması ile birim alana alınan verimler hemen yükselmiştir. Örneğin mısır verimi dekara ortalama 250-300 kg' dan 800-1000 kg'a, patates verimi dekara 2500-3000 kg'dan 6000-7000 kg'a ve buğday verimi dekara 190-200 kg'dan 250-500 kg'a kadar çıkmıştır. Ayrıca bitkisel üretimde kalite ve verimin artırılması amacıyla yapılan ithalatın yanı sıra tohumluk ihracatımız yıllara göre farklılık göstermektedir. Örneğin 1995 yılında 37.4 Milyon Dolarlık tohum ithalatına karşılık 22.7 Milyon Dolarlık ihracat yapılmış bu değerler 1998 yılında yaklaşık 45 Milyon Dolarlık ithalata karşılık 22 Milyon Dolarlık ihracata ulaşmıştır. Bu gelişmede Özel Sektörün tohum üretiminde ve pazarlanmasında yüklendiği görev önemli rol almıştır. Elbetteki Devletin yönlendirici, düzenleyici ve kontrol edici görevleri de olumlu etken olarak bu sonuçları etkilemiştir.

Bu gelişmelerin sonucu olarak ülkemizde üretilen sebze,patates,hibrit ayçiçeği ve hibrit mısır tohumluklarının tümüne yakını özel sektör eliyle üretilir hale gelmiştir. Özel sektörün çabuk karar veren dinamik yapısı ve yaratıcı girişim gücü sayesinde, Türk çiftçilerinin bir kısmı Avrupa ve ABD'de yaşayan meslektaşları gibi modern teknolojilerin ürünü olan yüksek nitelikli tohumluklar kullanmaya başlamış ve bunun ekonomik yararından istifade etmiştir(ELÇİ,2013).

Mısır ve ayçiçeği tohumluğu başta olmak üzere sertifikalı tohumlukların kullanım miktarı ülkemizde gittikçe artmakta olup tohum sanayinin göstermiş olduğu gelişmeye paralel olarak, tohum ihracatı da artmaktadır. Ancak ülkemizin büyük tarım potansiyeli, tohumculuk için uygun şartları ve bölgesel konumu düşünüldüğünde tohumculukta bu gün ulaşılan gelişmenin yeterli olmadığı görülmektedir. Son 15 yıl içinde tohumculukla ilgili alınan kararlar ve uygulamaya konan politikalar sonucunda, Türkiye tohumculuğu özel sektöre dayalı bir yapıya doğru yönelmiştir. Üretici-sanayici ve dağıtımda görev alan tohumcular tam anlamıyla örgütlenemedikleri bir yapı içinde yeterli yetki ve sorumluluk yüklenmeden Devletin yönlendirdiği bir yasal yapı içinde sınırlı bir katılım sağlayabilmektedirler. Sektörde sağlanan liberal politikaların da etkisiyle özel sektör tohumcuları yaptıkları yatırımlarla tohumculukta özellikle bazı türlerde üretim alanında önemli gelişmeler sağlamışlardır.

Ülkemizde tohumluklarla ilgili üretim, tescil, sertifikasyon, kontrol ve ticaret işlemleri 1963 yılında yürürlüğe giren 308 Sayılı Tohumlukların Tescil, Kontrol ve Sertifikasyonu Hakkında Kanun ve buna bağlı çıkarılan yönetmeliklere göre yürütülmektedir. Hızla gelişen tohumculuk teknolojisi ve dünya ticaretindeki gelişmeler nedeniyle, 1960'lı yıllarda çıkarılan ve tohumculuğu daha çok bir Devlet işlevi olarak ele alan bu yasa, günümüz ihtiyaçlarına cevap verecek durumda değildir. Çünkü bu yasa ile hedef alınan tohumculuk sistemi, üretimden ticarete kadar Devletin ağırlıklı görev aldığı bir yapıyı ortaya koymaktadır. Tohumculukla ilgili yapısal sorunların temelinde bu yasa ve ilgili yönetmelikleri yatmaktadır. Yasal açıdan diğer bir noksanlık, ülkemizde ıslahçı hakkını güven altına alabilecek özel bir yasanın bulunmamasıdır. Yeni bitki çeşitlerinin ıslahçı haklarının korunmasına ilişkin yasa tasarısı ilgili kesimlerin de katılımıyla üzerindeki çalışmalar tamamlanmış ve Tarım ve Köyişleri Bakanlığınca Başbakanlığa iletilmiştir. Bu taslağın biran önce TBMM'ne sevk edilerek yasalaşması sağlanmalıdır. Bu hususta ülkemizin Dünya Ticaret Örgütü ile yapmış olduğu anlaşmada taahhüdü bulunmaktadır. Tahıl, pamuk ve soya gibi kendine döllen bitkilerde ıslahçı hak- kını koruyan özel bir yasanın olmaması özel sektörün bu alandaki yatırımlarını sınırlandırmaktadır. Tahıl tohumluğu üretiminde özel sektörün %3-5 gibi düşük oranlarda üretim yapmasının temel nedeni de budur. Tohumculuk çalışmalarında önemli bir yer alan zirai mücadele ve zirai karantina işlemleri, 1991 yılında yayınlanarak yürürlüğe giren Zirai Karantina Yönetmeliğine göre yürütülmektedir. Bu yönetmelik tohumculuk alanında dünya genelinde meydana gelen gelişmeleri karşılayacak düzeyde olmayıp günün ihtiyaçlarına cevap verememektedir. Özellikle uluslararası bitki sağlığı sertifikasının dikkate alınmaması ve ithalatı şarta bağlı olmayan tohumların teste tabi tutulması gibi hususlar başta olmak üzere, bu yönetmelikte giderilmesi gereken önemli noksanlıklar bulunmaktadır. Öte yandan zirai mücadele ve karantina altyapısının ülkemizdeki yetersizliği, tohumculuk faaliyetleri sırasında önemli zaman ve parasal kayıplara neden olmaktadır.

ABD başta olmak üzere gelişmiş bazı ülkelerde yeni teknolojilerin kullanılmasıyla biyoteknoloji yoluyla elde edilen transgenik bitkiler gittikçe yayılmaktadır. Ülkemizde sadece alan denemelerine ilişkin bir talimatı bulunan transgenik bitkilerin üretim, tescil, pazara salım ve ticareti konularında gerekli mevzuat henüz hazırlanıp yürürlüğe konulamamıştır. İlgili tarafların da katılımıyla bu mevzuatın biran önce düzenlenmesi gerekmektedir.

Yasalardaki yetersizliklerden kaynaklanan hususların uygulamada yarattığı sorunlara birkaç somut örnek vermek gerekirse, açıkta ve kaçak tohum satışının engellenememesi,

kendine döllen tohumlarda izolasyon mesafelerinin başkaları tarafından dikkate alınmadan üretim yapılabilmesi ve çiftçilerin verim yetersizliği ve benzeri zararlarını tek başına tohuma dayandırıp, yüksek tazminatlar istemesi gibi hususları belirtmek mümkündür.

Tarımda gelişmiş ülkelerde tohumculuk endüstri haline gelmiş ve endüstrinin parçaları olarak tohumu üreten, çoğaltan, işleyen, satan ve onu kullanan çiftçilerin bir araya geldiği özel sektör veya çiftçi kooperatiflerinin görev yaptığı bir yapıya dayanmaktadır. Devletin, bu ülkelerde tohumculuğa müdahalesi en alt düzeydedir. Denetim ve kontrol işlemlerinde bile, kamu görevlerinin önemli bir kısmını üretici örgütleri ile paylaşmış durumdadır. Ülkemizde de, Fransa'da Milli Tohum ve Fide Yetiştiricileri Birliği (GNIS) ile Hollanda'da Bitkisel Tohum ve Patates Tohumluğu Yetiştiriciler Birliği (NAK) örneklerinde olduğu gibi, tohumculuğun her aşamasında sertifikasyon ve kontrol işlemleri dahil önemli görevler, yetki ve sorumluluklar yüklenen yetiştirici örgütlerinin kurularak yetki ve sorumluluk yüklenmesi gerekmektedir. Mevcut durumda ülkemiz tohumculuk sektörünün tek örgütü 1986 yılında kurulan Türkiye Tohumculuk Endüstrisi Derneği (TÜRK-TED)'dir. Tohum sanayicilerini bir araya getiren bu Derneğin sektörde yüklendiği sorumluluklar benzeri kuruluşların gelişmiş ülkelerde yüklendikleri yetki ve sorumluluğa kıyasla sınırlı kalmaktadır. Son yıllarda olumlu sayılabilecek birer gelişme olarak TÜRK-TED Tescil Komitesinde temsilci bulundurma ve kendi üyelerinin etiketlerini bastırma gibi yetkiler almış bulunmaktadır. Ancak gerekli yasal düzenlemeler ve statü değişikliği yapılarak TÜRK-TED'e tohumluk konusunda daha geniş yetki ve temsil imkanları sağlanmalıdır. Yukarıda örnek olarak gösterilen Fransa ve Hollanda da olduğunun aksine tohum ve ürün üreten çiftçiler ülkemizde henüz örgütlenmemiştir. Sistemi bir bütün olarak ele alan yapı içinde çiftçiden üretici sanayiciye, kontrol ve denetim işlevlerini yürüten görevlilere kadar bütün ilgililerin katılacağı şekilde tohumculuk sektörünün örgütlenmesine ihtiyaç vardır (ELÇİ,2013).

Tarımsal üretimle ilgili araştırma ve geliştirme hizmetleri ve eğitim, yayım çalışmalarında görülen genel sorunlar, tohumculuk sektörünü de etkilemektedir. Çeşit ıslahı başta olmak üzere, tohumculukta araştırma-geliştirme çalışmalarına ayrılan kaynaklar yetersiz olduğundan, çağdaş teknolojileri izleyecek ve bunları ülkemizde üretecek atılımlar yapılamamaktadır.

Ülkemizde özel sektörü teşvik ederek araştırma ve geliştirme çalışmalarına yönlendirecek politikalar uygulanamadığı için birçok türde bazı çeşitler, özellikle hibrit çeşitler, ancak yurtdışından sağlanabilmektedir. Tarımsal potansiyeli özellikle tohum yetiştirme potansiyeli yüksek olan ülkemizde bu yöndeki özendirici önlemlerin uygulanması önemlidir.

Tohumculuk sektöründe ihtiyaç duyulan eğitim ve yayım hizmetleri yetiştirici örgütlerinin devreye girmesiyle üniversitelerin de aktif görev alabileceği bir sistem içine alınmalıdır. Bu nedenle örgütlenmenin önemi sektör için yaşamsal boyut kazanmaktadır.

Yüksek verimli sertifikalı tohumlukların yaygın olarak kullanımını sağlamak amacıyla, 1985 yılında çıkarılan Bakanlar Kurulu kararına dayalı olarak her yıl Para-Kredi ve Koordinasyon Kurulunca onaylanıp yürürlüğe girmekte olan Destekleme Tebliği yayınlanmaktadır.

Sertifikalı tohum veya fidan kullanımının yaygınlaştırılmasında, teşvik ve destekleme tedbirleri önemli bir rol oynayabilir. Ancak uygun destekleme politikaları ile yapılacak akılcı uygulamalarla sektörün tamamını desteklemek yerine, seçici davranılarak kaliteli üretim amaçlarına ulaşmak mümkündür. Ülkemizin KDV uygulamalarındaki yüksek vergi oranları, Tohumculuk Endüstrisi için maliyet sorunları yaratmakta, bu da ülkemizde üretilen tohumların yurt dışına ihracatını zorlaştırdığı gibi, bitkisel ürünlerin maliyetlerini yükseltmektedir. 1998 yılında yapılan olumlu bir değişiklikle sebze tohumlarında KDV oranı %15'den %8'e düşürülmüş olmasına rağmen tohumluk fiyatlarına yansıyan ve çiftçinin alım gücünü zorlayan yüksek KDV oranları, sektörün tümü için önemli yüksek maliyet unsurudur. Bu nedenle tohumluk ayırımı yapılmaksızın tohum, fide ve fidanlar için uygulanan Katma Değer Vergisinin %1'e düşürülmesi yararlı olacaktır.

Bitkisel üretimin önemli bir pay aldığı Türk tarımının gelişmesi ve gelişmiş ülkelerdeki düzeye ulaşabilmesi hedeflerine yönelik olarak üzerinde önemle durulması gereken tarımsal girdilerin başında gelen tohumun gelişmiş bir endüstri içinde ele alınması ve Tohumculuk Endüstrisinin bir bütün olarak düşünülmesi gerekmektedir. Bu sanayi içinde; tohum ıslahçısı, üreticisi, dağıtıcı, satıcısı ve sanayicisi bir arada örgütlenerek kamu ile birlikte kuralları koyan sektörü geliştiren kontrol ve denetim yapan bir sistemi oluşturmalıdırlar. Böylece üniversite, kamu ve özel sektör araştırmalarının ortak işbirliği halinde çalışacağı araştırma ve geliştirme çalışmaları ile başlayan tohum, fide ve fidan üretimi, tescil ve sertifikasyon, kontrolü ve ticareti konularında gelişmiş ülkelerdeki çağdaş sistemlere benzeyen bir tohumculuk endüstrisi oluşturulabilir. Yukarıda sayılan hususların yerine getirilebilmesi için, Türkiye'de tohumculuğun başta yasal çerçeve olmak üzere alt yapısının oluşturularak uluslar arası standartlarda üretim, işleme ve ticaretini yapan, bu alanda referans oluşturan OECD, ISTA, UPOV ve FIS gibi kuruluşların kurallarına uygun uygulamalar yapabilen ve bunları özel sektör eksenine oturtabilecek bir Türkiye tohumculuk sektörünün oluşturulması hedef alınacak şekilde çalışmalar yapılmalıdır

## 7. ARAŞTIRMA BULGULARI ve TARTIŞMA

### 7.1. Türkiye’de Tohumculuk Sektöründe Faaliyet Gösteren Başlıca Firmaların Genel Yapısı ve Uyguladıkları Pazarlama Stratejileri

Çizelge 7.1.1’de firmaların kuruluş tarihlerine göre dağılımı gösterilmiştir. Çizelgeye göre 1985-1995 yılları arasında kurulan firma sayısı 16 adet ( % 30,8 ), 1995-2000 yılları arasında 9 adet firma ( % 17,3 ), 2000-2005 yılları arasında 11 adet ( % 21,1 ), 2005-2010 yılları arasında 13 adet ( % 25,0 ), 2010-2015 yılları arasında ise 3 adet firma ( % 5,8 ) kurulmuştur.

**Çizelge 7.1.1. Firmaların Kuruluş Tarihlerine Göre Dağılımı**

Firma / Kuruluş tarihi	1985-1995		1995-2000		2000-2005		2005-2010		2010-2015		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	16	30,8	9	17,3	11	21,1	13	25,0	3	5,8	52	100,0

Çizelge 7.1.2’de firmaların sermaye yapılarının dağılımı görülmektedir. Firmaların 47 adedi ( % 90,0 ) yerli sermayeli olduklarını 4 adedi ( % 8,0 ) yabancı sermayeli firma olduklarını belirtmişlerdir. 1 adet firma ( % 2 ) hem yerli hem de yabancı sermayeli olduğunu söylemiştir.

**Çizelge 7.1.2.Firmaların Sermaye Yapılarına Göre Dağılımı**

Firma/ Sermaye yapısı	Yerli		Yabancı		Yerli-Yabancı Ortaklık		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	47	90,0	4	8,0	1	2,0	52	100,0

Çizelge 7.1.3’te firmaların ulusal ve uluslararası faaliyetlerinin dağılımı görülmektedir. 30 adet firma ( % 57,7 ) çalışmalarını ülkesel yürütmektedirler. 14 adet ( % 26,9 ) firma ise uluslararası alanda çalışmalar yaparken, firmaların 8 adedi ( % 15,4 ) faaliyetlerini bölgesel yürüttüklerini ifade etmişlerdir.

### Çizelge 7.1.3. Firmaların Ulusal ve Uluslararası Faaliyetlerine Göre Dağılımı

Firma/ Tohumluk faaliyetleri	Bölgesel		Ülkesel		Uluslararası		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	8	15,4	30	57,7	14	26,9	52	100,0

Çizelge 7.1.4'te firmaların çalıştıkları ürün gruplarının dağılımı görülmektedir. 21 adet firma ( % 40,4 ) buğdaygil, 11 adet firma ( % 21,1 ) sebze, 8 adet firma ( % 15,4 ) endüstri bitkileri, 8 adet firma ( % 15,4 ) çayır mera bitkileri, 4 adet firma ( % 7,7 ) çim bitkileri olarak cevaplandırmıştır.

### Çizelge 7.1.4. Firmaların Çalıştıkları Ürün Grubuna Göre Dağılımı

Firma / çalıştığı ürün grubu	Buğdaygil		Endüstri Bitkileri		Sebze		Çayır-Mera		Çim		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	21	40,4	8	15,4	11	21,1	8	15,4	4	7,7	52	100,0

Çizelge 7.1.5'te firmaların tohumculuk dışındaki faaliyet alanlarının dağılımı görülmektedir. 18 adet firma ( % 34,6 ) soruya tabloda yöneltilen şıklar dışında cevap vermiştir. Firmaların 13 adedi ( % 25,0 ) gübre, 9 adedi ( % 17,3 ) ilaç, 4 adedi ( % 7,7 ) nakliye ve aynı oranda firma makine imalatı cevabını vermiştir. Yine 4 adet firma ( % 7,7 ) soruya fide cevabını vermiştir.

### Çizelge 7.1.5. Firmaların Tohumculuk Dışındaki Faaliyet Alanlarına Göre Dağılımı

Firma / tohumculuk dışındaki faaliyet	İlaç		Gübre		Fide		Nakliye		Makine İmalatı		Diğer		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	9	17,3	13	25,0	4	7,7	4	7,7	4	7,7	18	34,6	52	100,0

\*Diğer, tabloda belirtilen ürünler dışında kalan ürün grupları



Çizelge 7.1.6’da firmaların tohumculuk dışında diğer faaliyet alanlarında bulunma sebeplerinin dağılımı görülmektedir. Firmaların 14 adedi ( % 26,9 ) maddi kazanç sağlamak amacıyla, 11 adedi ( % 10 ) risk paylaşımında bulunmak istediklerinden ve yine 11 adet firma ( % 21,1) tanınırlığını arttırmak amacıyla bu faaliyetlerde bulduklarını ifade etmişlerdir. 9 adet ( % 8 ) firma sahibi maddi kazanç ve risk unsurlarını belirtmiş, 7 adedi ise ( % 13,5 ) maddi kazanç ve tanınırlığı artırma sebeplerini öne sürmüştür.

**Çizelge 7.1.6.Firmaların Tohumculuk Dışında Diğer Faaliyetlerde Bulunma Sebeplerine Göre Dağılımı**

Firma / Diğer faaliyetlerde bulunma sebepleri	Maddi kazanç		Risk paylaşımı		Tanınırlığı artırma		Maddi kazanç + tanınırlığı artırma		Maddi kazanç + risk paylaşımı		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	14	26,9	11	21,1	11	21,1	7	13,5	9	17,4	52	100,0

Çizelge 7.1.7’ de firmaların en fazla eleman çalıştırdıkları birimlere göre dağılımı yer almaktadır. 19 adet firma ( % 28,8 ) en fazla üretim bölümünde çalışanı olduğunu söylerken bunu 15 adet ile ( % 28,8 ) pazarlama bölümü takip etmektedir. Azalan miktarlarda 10 adet ( % 19,2 ) Ar-ge bölümü, 6 adet firma ( % 11,5 ) tohumluk hazırlama ve geriye kalan 2 adet yani firmaların % 3,8 ‘ i hepsi diyerek soruyu cevaplandırmıştır.

**Çizelge 7.1.7. Firmaların En Fazla Eleman Çalıştırdıkları Birimlere Göre Dağılımı**

Firma / Çalışan birimler	Pazarlama		Üretim		Arge		Tohumluk Proses		Hepsi		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	15	28,8	19	36,5	10	19,2	6	11,5	2	3,8	52	100,0

Çizelge 7.1.8’de firmaların çalıştırdıkları ziraat mühendisi sayısına göre dağılımı görülmektedir. Firmaların 34 adedi ( % 65,0 ) 0-5 adet ziraat mühendisi, 9 adedi ( % 17,0 ) 5-10 adet ziraat mühendisi, 3 adedi ( % 6,0 ) 15-20 adet ziraat mühendisi, 3 adedi ( % 6,0 ) 20-

25 adet ziraat mühendisi, ve yine 3 adedi ise ( % 6,0 ) 25-30 adet ziraat mühendisinin bünyelerinde çalıştığını belirtmiştir.

**Çizelge 7.1.8. Firmaların Çalıştırdıkları Ziraat Mühendisi Sayısına Göre Dağılımı**

Firma / Ziraat Müh. sayısı	0-5		5-10		10-15		15-20		20-25		25-30		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	34	65,0	9	17,0	3	6,0	3	6,0	0	0,0	3	6,0	52	100,0

Çizelge 7.1.9'da firmaların tohumluk hazırlama tesisi varlığına göre dağılımı görülmektedir. Firmaların 36 adedi ( % 69,2 ) tohumluk hazırlama tesisinin var olduğunu, 16 adedi ( % 30,8 ) ise tohumluk hazırlama tesisinin bulunmadığını belirtmiştir.

**Çizelge 7.1.9. Firmaların Tohumluk Hazırlama Tesisi Varlığına Göre Dağılımı**

Firma / Tesis	Var		Yok		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	36	69,2	16	30,8	52	100,0

Çizelge 7.1.10'da firmaların tesislerinde hangi türlerde tohumluk hazırlayabildiğine göre dağılımı görülmektedir. 19 adet firma ( % 36,5 ) buğday-arpa, 10 adet firma ( % 19,2 ) sebze, 9 adet firma ( % 17,3 ) pamuk, 7 adet firma ( % 13,5 ) çayır-mera türlerinde tohumluk hazırladıklarını belirtmiştir. 4 adet firma ( % 7,7 ) mısır tohumluğu, 3 adet firma ( % 5,8 ) ise ayçiçek tohumluğu hazırladıklarını ifade etmiştir.

**Çizelge 7.1.10. Firmaların Tesislerinde Hangi Türlerde Tohumluk Hazırlayabildiğine Göre Dağılımı**

Firma / Türler	Buğday-Arpa		Ayçiçek		Mısır		Pamuk		Çayır-Mera		Sebze		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	19	36,5	3	5,8	4	7,7	9	17,3	7	13,5	10	19,2	52	100,0

Çizelge 7.1.11’de firmaların araştırıcı kuruluş yetkisine sahip olup olmadığına göre dağılımı görölmektedir. Firmalardan 29 adedi ( % 56,0 ) araştırıcı kuruluş yetkisinin olduğunu, 23 adedinin ( % 44,0 ) ise araştırıcı kuruluş yetkisinin olmadığını belirtmiştir.

**Çizelge 7.1.11. Firmaların Araştırıcı Kuruluş Yetkisi Olup Olmadığına Göre Dağılımı**

Firma / Araştırma Kuruluş	Var		Yok		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	29	56,0	23	44,0	52	100,0

Çizelge 7.1.12’de firmaların araştırma yaptığı ürün gruplarının göre dağılımı görölmektedir. Firmaların 18 adedi ( % 34,6 ) sebze gruplarında, 15 adedi ( % 28,8 ) endüstri bitkileri gruplarında, 13 adedi ( % 25,0 ) buğdaygil grubunda, 3 adedi ( % 5,8 ) ise çim grubunda araştırmalar yaptıklarını belirtmiştir.

**Çizelge 7.1.12. Firmaların Araştırıcı Kuruluş Belgelerinin Ürün Gruplarına Göre Dağılımı**

Firma / Ürün Grubu	Buğdaygil		Endüstri Bitkileri		Sebze		Çayır-Mera		Çim		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	13	25,0	15	28,8	18	34,6	3	5,8	3	5,8	52	100,0

Çizelge 7.1.13’de firmaların Türkiye’de ıslah çalışması yapıp yapmadığına göre dağılımı görölmektedir. Firmalardan 31 adedi ( % 59,6 ) Türkiye’de ıslah çalışması yaptığını, 21 adet firma ( % 40,4 ) ise Türkiye’de ıslah çalışması yapmadığını belirtmiştir.

**Çizelge 7.1.13. Firmaların Türkiye’de Islah Çalışması Yapıp Yapmadığına Göre Dağılımı**

Firma / Islah Çalışması	Var		Yok		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	31	59,6	21	40,4	52	100,0

Çizelge 7.114'te firmaların hangi ürün grubunda ıslah çalışması yaptığına göre dağılımı görülmektedir. 18 adet firma ( % 34,6 ) sebze ürün grubunda ıslah çalışması yaptığını, 12 adet firma ( % 23,2 ) buğdaygil bitkilerinde çalıştığını, 11 adet firma ( % 21,1 ) endüstri bitkilerinde, 6 adet firma ( % 11,5 ) çayır- mera bitkilerinde, 5 adet firma ( % 9,6 ) ise çim bitkilerinde ıslah çalışması yaptıklarını söylemişlerdir.

**Çizelge 7.1.14. Firmaların Hangi Ürün Grubunda Islah Çalışması Yaptığına Göre Dağılımı**

Firma / Islah ürün Grubu	Buğdaygil		Endüstri Bitkileri		Sebze		Çayır-Mera		Çim		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	12	23,2	11	21,1	18	34,6	6	11,5	5	9,6	52	100,0

Çizelge 7.1.15'te firmalara göre ıslah çalışmaları için gerekli genetik kaynak ülkemizde mevcut olup olmadığına göre dağılımı görülmektedir. Firmaların 33 adedi (% 63,5) ıslah çalışmaları için gerekli genetik kaynağın ülkemizde mevcut olduğunu, 19 adet firmanın ( % 36,5 ) ise mevcut olmadığını belirtmiştir.

**Çizelge 7.1.15. Firmalara Göre Islah Çalışmaları İçin Gerekli Genetik Kaynak Ülkemizde Mevcut Olup Olmadığına Göre Dağılımı**

Firma / Genetik kaynak	Mevcut		Mevcut değil		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	33	63,5	19	36,5	52	100,0

Çizelge 7.1.16 'da firmaların genetik kaynak sorununu çözme yollarının dağılımı görülmektedir. Tabloda firmalardan 9 adedi ( % 17,3 ) araştırma enstitüleri, yine aynı oranda yurt dışı ortaklık ile genetik kaynak sorununu aştıklarını söylemişlerdir. 8 adet firma (% 15,4 ) introduksiyon yöntemi ile, 8 adet firma ( % 15,4 ) yurt dışı araştırma enstitüleri, 7 adet firma ( % 13,5 ) hepsi, 6 adet firma ( % 11,5 ) ise introduksiyon ve yurt dışı seçeneklerini birlikte ele almıştır.

#### Çizelge 7.1.16. Firmaların Bu Sorunu Nasıl Aştığına Göre Dağılımı

	Yurt dışı - Arş.enstitüleri		İntrodüksiyon- Yurt dışı		Hepsi		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	8	15,4	6	11,5	7	13,5	52	100,0

Çizelge 7.1.17’de firmaların yeni çeşit çıkarma sürelerinin dağılımı görülmektedir. Firmalardan 10 adedi ( % 19,2 ) her yıl yeni çeşit çıkardığını, yine 10 adedinin ( % 19,2 ) 5 yıldan fazla sürede yeni çeşit çıkardığını, 9 adet ( % 17,3 ) firmanın 2 yılda bir, 9 adet ( % 17,3 ) firmanın ise 3 yılda bir yeni çeşit çıkardığını, 8 adet firmanın ( % 15,4 ) 5 yılda bir, 6 adet firmanın ( % 11,6 ) ise 4 yılda bir yeni çeşit çıkardığı tabloda görülmektedir.

#### Çizelge 7.1.17. Firmaların Yeni Çeşitleri Kaç Yılda Bir Çıkardığına Göre Dağılımı

	Her yıl		2 yılda bir		3 yılda bir		4 yılda bir		5 yılda bir		5 yıldan fazla		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	10	19,2	9	17,3	9	17,3	6	11,6	8	15,4	10	19,2	52	100,0

Çizelge 7.1.18’de firmaların kendi argelerinden ürettiği çeşitlerin yüzdesinin dağılımı görülmektedir. Firmaların 18 adedinin ( % 34,6 ) %100 ü kendi argesinden gelmektedir, 8 adet firma ( % 15,4 ) ürünlerin % 50’si kendi argesinden gelmektedir, 7 adet firma ( % 13,5 ) % 75 ve aynı oranda firma % 25 cevaplarını vermiştir. Yine 7 adet firma ( % 13,5 ) % 0 diyerek argeden ürün gelmediğini belirtmiştir. 5 adet firma ( % 9,6 ) ürünlerin % 5 ‘inin argeden geldiğini ifade etmiştir.

#### Çizelge 7.1.18. Firmaların Bulduğu Çeşitlerin Kendi Argelerinden Ürettiğine Göre Dağılımı

Firma / Arge çeşit yüzdesi	100%		75%		50%		25%		5%		0%		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	18	34,6	7	13,5	8	15,4	7	13,5	5	9,6	7	13,5	52	100,0

Çizelge 7.1.19’da yurtiçi tohumluk üretimi yapan firmaların dağılımı görülmektedir. Firmaların 48 adedinin ( % 92,3 ) evet yanıtını verdiği, 4 adedinin ( % 7,7 ) ise hayır yanıtını verdiği tabloda görülmektedir.

**Çizelge 7.1.19. Firmaların Yurtiçi Tohumluk Üretimine Göre Dağılımı**

Firma / Tohumluk üretimi	Evet		Hayır		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	48	92,3	4	7,7	52	100,0

Çizelge 7.1.20’de yurtiçi tohumluk üretiminin satış miktarını karşılama oranının dağılımı görülmektedir. 19 adet ( % 36,5 ) firma % 100, 14 adet ( % 26,9 ) firma % 75, 7 adet firma ( % 13,5 ) % 5, 6 adet firma ( % 11,5 ) % 50, 5 adet firma ( % 9,6 ) % 25 cevaplarını vermişlerdir. Son olarak 1 adet firma ise % 0 cevabını vermiştir.

**Çizelge 7.1.20. Yurtiçi Üretim Yapan Firmaların Bu Oranın Satış Miktarını Karşılama Oranına Göre Dağılımı**

Firma / Satış oranı	100 %		75 %		50 %		25 %		5 %		0%		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	19	36,5	14	26,9	6	11,5	5	9,6	7	13,5	1	2,0	52	100,0

Çizelge 7.1.21’te ticari tohumluk ithalatı yapan firmaların dağılımı görülmektedir. 29 adet ( % 55,8 ) firmanın ticari tohumluk ithalatı yaptığı, 23 adet ( % 44,2 ) firmanın ticari tohumluk ihracatı yapmadığı tabloda görülmektedir.

**Çizelge 7.1.21. Firmaların Ticari Tohumluk İthalatı Yapıp Yapmadığına Göre Dağılımı**

Firma / ithalat	Evet		Hayır		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	29	55,8	23	44,2	52	100,0

Çizelge 7.1.22 'de firmaların ticari tohumluk ithalatı yapma gerekçelerinin dağılımı görülmektedir. Firmaların 21 adedi ( % 40,4 ) yetersiz yurtiçi üretim, 12 adet ( % 23,07 ) yurtiçi üretim olmaması, 7 adedi ( % 13,5 ) yeni çeşit olmaması gibi nedenlerden dolayı tohumluk ithalatı yaptıklarını söylemişlerdir. 6 adet firma ( % 11,5 ) yetersiz tedarikten dolayı ithalat yapmaktadır. Yine 6 adet firma ( % 11,5 ) yetersiz üretim ve yeni çeşit olmaması sorunlarını bir arada seçmiştir.

**Çizelge 7.1.22.Firmaların Ticari Tohumluk İthalatı Yapma Sebeplerine Göre Dağılımı**

Firma / İthalat Sebep	Yetersiz Tedarik		Yetersiz Yurtiçi Üretim		Yeni Çeşit Olmaması		Yurtiçi Üretim Olmaması		Yetersiz yurtiçi üretim +Yeni çeşit olmaması		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	6	11,5	21	40,4	7	13,5	12	23,0	6	11,5	52	100,0

Çizelge 7.1.23 'te firmaların ithalat yaptığı ülkelerin dağılımı görülmektedir. Firmalardan 13 adedi ( % 25,1 ) Amerika'dan, 10 adedi ( % 19,2 ) İtalya'dan, 8 adedi ( % 15,4 ) Hollanda'dan, 6 adedi ( % 11,5 ) Fransa'dan ve yine aynı oranda İspanya 'dan ithalat yapmaktadırlar. 9 adet firma ( % 17,3 ) ise bu ülkelerin dışında ki ülkelere ithalat yapmaktadırlar bu da diğerleri başlığı altında belirtilmiştir.

**Çizelge 7.1.23. Firmaların İthalatı Yaptıkları Ünelere Göre Dağılımı**

Firma / İthalat yapılan ülke	Fransa		İspanya		İtalya		Amerika		Hollanda		Diğer ülkeler		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	6	11,5	6	11,5	10	19,2	13	25,1	8	15,4	9	17,3	52	100,0

Çizelge 7.1.24'te ebeveyn tohumu ithalatı yapan firmaların oranı görülmektedir. Firmalardan 30 adedi ( % 57,7 ) hayır cevabını, 22 adedi ( % 42,3 ) evet cevabını vermiştir.

**Çizelge 7.1.24. . Firmaların Ebeveyn Tohumluğu İthalatı Yapıp Yapmadığına Göre Dağılımı**

Firma / İthalat oranı	Evet		Hayır		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	22	42,3	30	57,7	52	100,0

Çizelge 7.1.25'te Ebeveyn tohumu ithalatı yapılan ülkelerin dağılımı görülmektedir. Firmalardan 12 adedi ( % 23,2 ) Amerika, 11 adedi (%21,2) Hollanda, 10 adedi ( % 19,2 ) İtalya, 6 adedi ( % 11,5 ) Fransa, yine 6 adedi ( % 11,5 ) İspanya'dan ithalat yaptıklarını söylemişlerdir. 7 adet firma ise ( % 13,5 ) bu ülkelerin dışında ki ülkelere ithalat yaptıkları için diğerleri başlığı altında belirtilmiştir.

**Çizelge 7.1.25. Firmaların Ebeveyn Tohumluğu İthalatı Hangi Ülkeden Yaptığına Göre Dağılımı**

Firma / Ebeveyn ithalat yap ülke	Fransa		İspanya		İtalya		Amerika		Hollanda		Diğer		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	6	11,5	6	11,5	10	19,2	12	23,1	11	21,2	7	13,5	52	100,0

Çizelge 7.1.26'da Firmaların ebeveyn tohumluğu ihracat dağılımı görülmektedir. Firmalardan 29 adedi ( % 55,8) hayır cevabını verirken, 23 adedi ( % 44,2 ) evet cevabını vermiştir.

**Çizelge 7.1.26. Firmaların Ebeveyn Tohumluğu İhracatı Yapıp Yapmadığına Göre Dağılımı**

Firma / Ebeveyn ithalatı	Evet		Hayır		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	23	44,2	29	55,8	52	100,0



Çizelge 7.1.27’de ebeveyn tohumluğunun ihracat yapıldığı ülkelerin dağılımı görülmektedir. 14 adet firma ( % 26,9 ) Fransa, 13 adet firma ( % 25,0 ) İspanya, 11 adet firma ( % 21,2 ) Hollanda, 5 adet firma ( % 9,6 ) İtalya, yine 5 adet firma ( % 9,6 ) Amerika Birleşik Devletleri ve son olarak 4 adet firma ( % 7,7 ) Fransa ve İspanya seçeneklerini birlikte belirtmişlerdir.

**Çizelge 7.1.27. Firmaların Ebeveyn Tohumluğu İhracatı Hangi Ülkelere Yaptığına Göre Dağılımı**

Firma / Yapılan ülke	Fransa		İspanya		İtalya		Amerika		Hollanda		Fransa + İspanya		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	14	26,9	13	25,0	5	9,6	5	9,6	11	21,2	4	7,7	52	100,0

Çizelge 7.1.28’te firmaların tohumluklarının ticaretini yaptığı satış kanallarına göre dağılımı görülmektedir. Firmalardan 13 adedi ( % 25,0 ) ziraat odaları, 12 adedi ( % 23,1 ) üretici birlikleri, 11 adedi ( % 21,2 ) bayiler vasıtasıyla tohumluklarını pazarlamaktadırlar. 10 adet firma ( % 19,2 ) distribütör, 3 adet firma ( % 5,8 ) ise kooperatifler aracılığıyla pazarlanmasını sağlamaktadır. 3 adet firma ( % 5,8 ) diğerleri diyerek bunlar dışında başka kriterleri göz önüne almışlardır.

**Çizelge 7.1.28. Firmaların Tohumluklarının Ticaretini Hangi Satış Kanalı ile Yaptığına göre Dağılımı**

Firma / Tohum ticareti	Bayiler		Kooperatifler		Distribütörler		Ziraat Odaları		Üretici Birlikleri		Diğer		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	11	21,2	3	5,8	10	19,2	13	25,0	12	23,1	3	7,7	52	100,0

Çizelge 7.1.29’da firmaların eleman alımındaki öncelikli kriterlerinin dağılımı görülmektedir. 20 adet firma ( % 38,5 ) tecrübeli olması, 8 adet firma ( % 15,4 ) yabancı dil bilgisi, 7 adet firma ( % 13,5 ) seyahat engeli olmayan, 6 adet firma ( % 11,5 ) askerlik problemi olmayan, yine 6 adet firma ( % 11,5 ) bilgisayar kullanımı kriterlerini

belirtmişlerdir. Son olarak 5 adet firma ( % 9,6 ) mezun olduğu üniversite kriterini öncelikli olarak söylemiştir.

**Çizelge 7.1.29. Firmaların Yeni Eleman Alımındaki Önceliğine Göre Dağılımı**

Firma / eleman alımı kriteri	Yabancı dil		Mezun olduğu üniv.		Tecrübeli olması		Askerlik		Seyahat engeli		Bilgisayar kullanması		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	8	15,4	5	9,6	20	38,5	6	11,5	7	13,5	6	11,5	52	100,0

Çizelge 7.1.30 ‘da biyoteknoloji’nin tohumculuk sektöründe kullanımının dağılımını görmekteyiz. 37 adet firma ( % 71,1 ) biyoteknolojiyi destekler yönde cevap verirken, 10 adet firma ( % 19,2 ) hayır cevabını vererek desteklemediklerini belirtmişlerdir. 5 adet firma ( % 9,6 ) yöneltilen soruya cevap vermeyerek çekimser olduğunu beyan etmişlerdir.

**Çizelge 7.1.30.Firmaların Biyoteknolojinin Tohumculuk Sektöründe Kullanılmasını Uygun Bulup Bulmadığına Göre Dağılımı**

Firma / Biyoteknoloji	Evet		Hayır		Cevap Yok		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	37	71,1	10	19,2	5	9,6	52	100,0

Çizelge 7.1.31’de GDO hakkında bilinenlerin doğruluğunu gösteren verilerin dağılımını görmekteyiz. 47 adet firma ( % 90,4 ) yöneltilen soruya hayır, 3 adet firma ( % 5,76 ) sokakta GDO’nun doğru bilindiğini yani evet cevabını vermiştir. 2 adet firma ( % 3,8 ) bu soruya cevap vermemiştir.

**Çizelge 7.1.31. Firmaların GDO’nun Ne Olduğunun Sokakta Doğru Bilinip Bilinmediğine Göre Dağılımı**

Firma / GDO	Evet		Hayır		Cevap Yok		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	3	5,76	47	90,4	2	3,8	52	100,0

Çizelge 7.1.32’de firmaların gelecekte tohumculuk sektöründe biyoteknolojinin yaygınlaşmasını ister misiniz sorusuna verdikleri cevaplar görülmektedir. 26 adet firma ( % 50,0 ) evet biyoteknoloji yaygınlaşmalı derken; 13 adet firma ( % 25,0 ) biyoteknoloji yaygınlaşmamalı demiştir. 9 adet firma sahibi ( % 17,3 ) yaygınlaşıp yaygınlaşmaması konusunda kararsız olduklarını belirtmişlerdir. 4 adet ( % 7,69 ) firma bu soruya cevap vermemiştir.

**Çizelge 7.1.32. Firmaları Gelecekte Biyoteknolojinin Tohumculuk Sektöründe Yaygınlaşmasını İsteyip İstemediğine Göre Dağılımı**

Firma / Biyoteknoloji kullanımı	Evet		Hayır		Kararsızım		Cevap yok		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	26	50,0	13	25,0	9	17,3	4	7,69	52	100,0

Çizelge 7.1.33 ‘te firmaların üniversitelerin sektöre olan katkılarına inancınız sorusuna verdikleri cevaplar görülmektedir. 1 adet firma ( % 1,92 ) inancımız tam, 2 adet firma yani ( % 3,84 ) hemen hemen, 16 adedi ( % 30,8 ) inanmıyorum yönünde cevaplar vermişlerdir. 33 adet firma ( % 63,5 ) üniversitelerin sektöre olan katkılarına kısmen inandıklarını belirtmişlerdir. Çoğunluğa bakacak olursak üniversitelerin çalışmalarının olumlu yönde karşılandığı görülmekte olup firmalar için de faydalı olduğu bilinen bir gerçektir.

**Çizelge 7.1.33. Firmaların Üniversitelerin Özel Sektöre Katkılarına Olan İncancına Göre Dağılımı**

Firma / Üniversite	Tam		Hemen Hemen		Kısmen		İnanmıyorum		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	1	1,9	2	3,8	33	63,5	16	30,8	52	100,0

Çizelge 7.1.34’te firmaların üniversitelerde tohumculuk bölümü açılması konusunda vermiş oldukları cevaplar görülmektedir. 44 adet firma ( % 84,6 ) evet tohumculuk bölümü açılmalı derken, 8 adet firma ( % 15,4 ) hayır tohumculuk bölümü açılmasını demişlerdir. Tohumculuğun tarım sektörünün en gerekli alanlarından biri olduğu yadsınamaz bir gerçektir. Bu da üniversitelerde tohumculuk eğitiminin gereksinimini ortaya koymaktadır.

**Çizelge 7.1.34. Firmaların Üniversitelerde Tohumculuk Bölümü Açılıp Açılmamasına Göre Dağılımı**

Firma / Üniv. Tohumculuk bölümü	Evet		Hayır		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	44	84,6	8	15,4	52	100,0

Çizelge 7.1.35'te firmaların geliştirdiğiniz bir çeşidin üretici tarafından bilinmesi için geçen zamanın yıllara göre dağılımını gösterilmektedir. 2 adet firma ( % 3,8 ) geliştirdikleri çeşidi 1 yıl içinde üreticinin tanıdığını belirtirken, 3 adet firma ( % 5,8 ) çiftçinin 2 yılda çeşidi tanıdığını söylemiştir. 3 adet ( % 5,8 ) 5 yıldan daha uzun sürede çeşitlerinin bilindiğini söylüyor. 9 adet firma ( % 17,3 ) 4 yıl, yine 9 adet firma ( % 17,3 ) 5 yıl süre belirtmiştir. 26 adet firma ( % 50,0 ) 3 yılda üreticinin tohumları bilir hale geldiğini ifade diyor.

**Çizelge 7.1.35. Firmaların Geliştirdikleri Yeni Çeşidin Üretici Tarafından Bilinir Hale Gelmesi Kaç Yılını Alacağına Göre Dağılımı**

Firma / Çeşidin bilinmesi için geçen süre	1 yıl		2 yıl		3 yıl		4 yıl		5 yıl		5 yıldan fazla		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	2	3,8	3	5,8	26	50,0	9	17,3	9	17,3	3	5,8	52	100,0

Çizelge 7.1.36'da Firmaların tohumluklarının satışı sonrasında verdikleri teknik destek oranlarının dağılımı görülmektedir. 41 firma ( % 80,8 ) tohumunu pazarladıktan sonra teknik desteğini de verdiklerini ifade etmiştir. 10 adet firma ( % 19,2 ) kısmen cevabı vermiştir.

**Çizelge 7.1.36. Firmaların Satış Sonrası Teknik Destek Verip Vermediğine Göre Dalımı**

Firma / Teknik destek	Evet		Kısmen		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	42	80,8	10	19,2	52	100,0

Çizelge 7.1.37’de sektörde ki firmalar arasında rekabetin dağılımı görülmektedir. 36 adet firma ( % 69,2 ) evet yoğun bir şekilde rekabet var derken, 15 adet firma ( % 28,8 ) kısmen, 1 adet firma ( % 1,92 ) hayır cevabını vermiştir.

**Çizelge 7.1.37. Firmaların Sektörde Yoğun Rekabet Olup Olmadığına Göre Dağılımı**

Firma / Rekabet dağılımı	Evet		Hayır		Kısmen		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	36	69,2	1	1,9	15	28,8	52	100,0

Çizelge 7.1.38’de firmaların rekabet yapılırken en çok başvurdukları yöntemlerin dağılımı görülmektedir. Firmalardan 20 adedi ( % 38,5 ) fiyat, 12 adet firma ( % 23,0 ) kalite faktörünü rekabet unsuru olarak görmektedir. 8 adet firma ( % 15,4 ) servis ve son olarak 6 adet firma ( % 11,5 ) vade ve yine aynı oranda yeni çeşit şıklarını seçmiştir. Fiyat unsurundan sonra rekabette için en fazla kullanılan yöntem ise kalitedir.

**Çizelge 7.1.38. Firmaların Rekabet Yapılırken En Çok Başvurulan Yönteme Göre Dağılımı**

Firma / Rekabet yönetimi	Fiyat		Kalite		Servis		Vade		Yeni Çeşit		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	20	38,5	12	23,0	8	15,4	6	11,5	6	11,5	52	100,0

Çizelge 7.1.39’da firmaların TSÜAB’a üyeliklerinin zaman dağılımı görülmektedir. 26 adet firma ( % 50,0 ) 4 yıldır TSÜAB üyeliğinin olduğunu belirtirken, 12 adet firma ( % 23,07 ) 2 yıldır, 8 adet firma ( % 15,4 ) 3 yıldır ve 6 adet firma ( % 11,5 ) 1 yıldır üye olduklarını ifade etmişlerdir.

### Çizelge 7.1.39. Firmaların TSÜAB'a Üye Olduğu Tarihe Göre Dağılımı

Firma / Tsüab üyelik	1 yıl		2 yıl		3 yıl		4 yıl		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	6	11,5	12	23,07	8	15,4	26	50,0	52	100,0

Çizelge 7.1.40'ta firmaların TSÜAB'ta bir yönetim organında görev aldınız mı sorusuna verdikleri cevapların dağılımını görmekteyiz. 42 adet firma ( % 81 ) görev almadık derken, 10 adet firma ( % 19,2 ) görev aldıklarını belirtmişlerdir.

### Çizelge 7.1.40. Firmaların TSÜAB' ta Herhangi Bir Yönetim Organında Görev Alıp Almadığına Göre Dağılımı

Firma / Tsüab Organlarında Görev	Evet		Hayır		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	10	19,2	42	80,8	52	100,0

Çizelge 7.1.41'de firmaların TSÜAB çalışma ve faaliyetlerini değerlendirme dağılımı gösterilmektedir. 30 adet firma ( % 57,7 ) yetersiz, 21 adet firma ( % 40 ) yeterli, 1 adet firma ( % 2 ) TSÜAB çalışmalarına yanıt vermemiştir.

### Çizelge 7.1.41. Firmaların TSÜAB Çalışma ve Faaliyetlerini Değerlendirmelerine Göre Dağılımı

Firma / Tsüab Değerlendirme	Yeterli		Yetersiz		Yanıt yok		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	21	40,2	30	57,7	1	2,1	52	100,0

Çizelge 7.1.42' de sektörün sesinin daha fazla duyurulabilmesi için TSÜAB'tan beklenen çalışmaların dağılımı görülmektedir. 20 adet firma ( % 38,5 ) yurtiçi toplantılar yapılması gerektiğini, 18 adet firma ( % 34,6 ) tanıtıma önem verilmesi gerektiğini, 10 adet firma ( % 19,2) yeni yönetimler vasıtasıyla sektörün sesinin duyurulabileceğini ifade etmişlerdir.

**Çizelge 7.1.42. Firmaların Sektörün Sesini Daha Fazla Duyurabilmesi TSÜAB'ın Ne Yapması Gerektiğine Göre Dağılımı**

Firma / Tsüab beklentiler	Tanıtım		Yurtiçi toplantılar		Yurtdışı toplantılar		Yeni Yönetimler		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	18	34,6	20	38,5	4	7,7	10	19,2	52	100,0

Çizelge 7.1.43'te 5553 sayılı Tohumculuk Kanununun tohumculuk şirketleri için faydası görülmektedir. 32 adet firma ( % 61,5 ) 5553 sayılı Tohumculuk Kanunu bizim için kısmen faydalı derken, 15 adet firma ( % 28,8 ) evet faydalı, 5 adet firma ( % 9,6 ) hayır faydalı değil cevaplarını vermişlerdir.

**Çizelge 7.1.43. Firmaları 5553 Sayılı Tohumculuk Kanununa Olan Yorumlarına Göre Dağılımı**

Firma / 5553 Tohumculuk Kanunu	Evet		Hayır		Kısmen		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	15	28,8	5	9,6	32	61,5	52	100,0

Çizelge 7.1.44'te firmaların kanun hakkındaki düşüncelerinin dağılımı yer almıştır. 37 adet firma ( % 71,1 ) kanun kapsamındaki konular geliştirilmeli derken, 1 adet firma ( % 1,9 ) kanun yeterli cevabını vermiştir. 6 adet firma ( % 11,5 ) yeterli değil, 8 adet firma ( % 15,4 ) ise kanun tüm sektörü kapsamlı diyerek bir bakıma yetersiz bulmuştur.

**Çizelge 7.1.44. Firmaların Kanun Hakkındaki Düşüncelerine Göre Dağılımı**

Firma / Tohumculuk Kanunu Düşünce	Yeterli		Yeterli Değil		Geliştirilmeli		Tüm Sektörü Kapsamlı		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	1	1,9	6	11,5	37	71,1	8	15,4	52	100

Çizelge 7.1.45'te firmaların yasa ve mevzuatları tam olarak bildiğine ve takip ettiğine dair sonuçların dağılımı görüyoruz. 28 adet firma ( % 53,8 ) kısmen bildiklerini söylerken, 17 adet firma ( % 32,7 ) evet, 7 adet firma ( % 13,5 ) hayır cevabını vermiştir. Tablodan da görülüyor ki firma sahipleri yasa ve mevzuatları yakından takip ediyor ve çıkan kanunların faydalı olduğuna inanıyorlar.

**Çizelge 7.1.45. Firmaların Yasa ve Mevzuat Bilgisine Göre Dağılımı**

Firma / Kanunu bilme	Evet		Hayır		Kısmen		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	17	32,7	7	13,5	28	53,8	52	100,0

Çizelge 7.1.46.'da firmaların ülkemizdeki tohumculuk faaliyetlerinin yeterliliği hakkındaki görüşlerinin dağılımı görülmektedir. 29 adet firma ( % 55,8 ) kısmen, 20 adet firma ( % 38,5 ) hayır, 3 adet firma ( % 5,8 ) evet cevaplarını vermiştir. Çoğu firma tohumculuk faaliyetlerini yeterli bulduğunu söylüyor fakat yeterli bulmayanların sayısı da görüldüğü üzere az değildir.

**Çizelge 7.1.46. Firmaların Ülkemizdeki Tohumculuk Faaliyetlerinin Yeterli Olup Olmadığına Göre Dağılımı**

Firma / Faaliyetler yeterli mi ?	Evet		Hayır		Kısmen		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	3	5,8	20	38,5	29	55,8	52	100,0

Çizelge 7.1.47'de firmaların tohumculuk sektöründe kredilendirme ile finansman sıkıntısı giderilir mi sorusuna verdikleri cevapların dağılımı görülmektedir. 35 adet firma sahibi ( % 67,3 ) bu yöntemin geliştirilmesi gerektiğini belirtmişlerdir. 15 adet firma (% 28,8 ) yeterli görmediklerini, 2 adet firma ( % 3,8 ) kredilendirme ile finansman sıkıntısının giderildiğini düşündüklerini söylemişlerdir.



**Çizelge 7.1.47. Firmaların Sektördeki Finansman Sıkıntısı Kredilendirme ile Ne Ölçüde Çözüleceğine Göre Dağılımı**

Firma / Finansman sorunu	Yeterli		Yeterli değil		Geliştirilmeli		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	2	3,8	15	28,8	35	67,3	52	100,0

Çizelge 7.1.48’de firmaların sektörün en önemli sorunu olarak düşündükleri konuların dağılımı görülmektedir. Firmaların 18 adedi ( % 34,6 ) rekabet koşullarını en önemli sorun olarak görmesi var olan bir rekabetin olduğunu göstermektedir. 11 adet firma ( % 21,15 ) vergileri, 8 adet firma (15,4) ithalat/ihracat sıkıntılarını, 9 adet firma ( % 17,3 ) teşvikleri, 6 adet firma ( % 9 ) desteklemelerin yetersizliğini en önemli sorunları olduğunu ifade etmişlerdir.

**Çizelge 7.1.48. Firmaların Sektörün En Önemli Sorununa Göre Dağılımı**

Firma / Sektörün sorunu	Desteklemeler		Rekabet koşulları		Vergiler		Teşvikler		İthalat/İhracat		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	6	11,5	18	34,6	11	21,15	9	17,3	8	15,4	52	100,0

Çizelge 7.1.49’da firmaların geliştirdikleri veya ithal ettikleri tohumlukları ticarete sokmalarının konusundaki düşüncelerinin dağılımı görülmektedir. 20 adet firma ( % 38,5 ) kısmen kolay oluyor derken yine 20 adet firmanın ( % 38,5 ) ise hayır cevabı verdiklerini görmekteyiz. 12 adet firmanın ( % 23,0 ) evet dediklerini yani geliştirdikleri tohumlukları veya ithal ettikleri tohumlukları ticarete sokarken sıkıntı yaşamadıklarını ifade etmişlerdir.

**Çizelge 7.1.49. Firmaların Yeni Çeşitlerini Ticarete Sunmasına Göre Dağılımı**

Firma / Ticarete sunulması	Evet		Hayır		Kısmen		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	12	23,0	20	38,5	20	38,5	52	100,0

Çizelge 7.1.50’de tescil sisteminin bu konuda firmalara yardım dağılımını görmekteyiz. 29 adet firma sahibi ( % 55,8 ) evet tescil sistemi tohumluklarımızı ticarete sokmamıza yardımcı oluyor diye ifade ederken, 23 adet firma ( % 44,8 ) hayır bu konuda tescil sistemi yardımcı olmuyor şeklinde soruyu yanıtlamıştır.

**Çizelge 7.1.50. Firmalara Tescil Sisteminin Yardımcı Olup Olmadığına Göre Dağılımı**

Firma / Tescil sistemini yardımı	Evet		Hayır		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	29	55,8	23	44,2	52	100,0

Çizelge 7.1.51’de Firmaların en önemli sorunlarının dağılımı görülmektedir. 18 adet firma ( % 34,6 ) kalifiye eleman eksikliğini ifade etmiş, 10 adet firma ( % 19,23 ) birden fazla cevap vermiş, 8 adet firma ( % 15,4 ) yeni çeşit bulmada ki zorluğu belirtmiş yine 8 adet firma ( % 15,4 ) finansman sıkıntısından bahsetmiş, 3 adet firma ( % 5,8 ) makine/ekipman sıkıntısını olduğunu söylemiştir. Yine 3 adet firma ( % 5,8 ) tanıtım konusunda sıkıntı çektiklerini ifade etmiştir. 2 adet firma ( % 3,8 ) ise bilinirlik açısından sıkıntı çektiklerini söylemişlerdir

**Çizelge 7.1.51. Firmaların En Önemli Sorununa Göre Dağılımı**

Firma / Firmanın sorunu	Kalifiye eleman		Makine/ekipman		Yeni çeşit bulma		Tanıtım		Bilinirlik		Finansman		Birden fazla cevap verenler		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	18	34,6	3	5,8	8	15,4	3	5,8	2	3,8	8	15,4	10	19,2	52	100,0

Çizelge 7.1.52 firmaların kendine göre en önemli avantaj olduğunu düşündükleri kriterlerin dağılımı görülmektedir. Firmalardan 20 adedi ( % 38,5 ) güven, 10 adedi ( % 19,2 ) kalite, 8 adedi ( % 15,4 ) bilinirlik ve yine 6 adet firma ( % 11,53 ) pazarlama cevaplarını vermişlerdir. 3 adet firma ( % 5,7 ) yetişmiş personelin firmalarına avantaj sağladığını ifade etmiştir. Firmalar güven ve kalite sağlanamadığı sürece bilinirliğin kendilerine avantaj sağlayamayacağını düşünmektedir.

**Çizelge 7.1.52. Firmaların En Önemli Avantajına Göre Dağılımı**

Firma / Firma avantajı	Güven		Pazarlama		Arge		Bilinirlik		Kalite		Yetişmiş Personel		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	20	38,5	6	11,5	5	9,6	8	15,4	10	19,2	3	5,7	52	100,0

Çizelge 7.1.53'te Firmaların devlet kuruluşları ile birlikte proje hazırlama dağılımı görülmektedir. 30 adet firma ( % 57,7 ) ortak projeler hazırlamadıklarını ifade etmiştir. 22 adet firma ( % 42,3 ) evet demiştir.

**Çizelge 7.1.53. Firmaların Devlet Kurumları ile Ortak Projeler Yapmasına Göre Dağılımı**

Firma / Proje 1	Evet		Hayır		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	22	42,3	30	57,7	52	100,0

Çizelge 7.1.54'te firmaların birlikte proje yürüttükleri veya yürütecekleri kurumlarının dağılımı görülmektedir. 18 adet firma ( % 34,6 ) TÜBİTAK-MAM önemli derken, yine 18 adet firma ( % 34,6 ) Araştırma Enstitüleriyle ortak çalışmalarının doğru olduğunu belirtmiştir. 10 adet firma ( % 19,2 ) Üniversiteler ile proje hazırlanmalı diye ifade etmiştir. Bunları düşük oranlarla Tarım Bakanlığı ve Atom Enerjisi Kurumu takip etmektedir. Tablodan da görüldüğü gibi en çok tercih edilen eşit oranlarda TÜBİTAK-MAM ve Araştırma Enstitüleridir.

**Çizelge 7.1.54. Firmaların Yaptıkları veya Yapacakları Projeleri Hangi Kurum ile Yapacaklarına Göre Dağılımı**

Firma / Proje	Atom enerjisi		TÜBİTAK-MAM		Üniversiteler		Araş.Enst.		Tarım bakanlığı		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	2	3,8	18	34,6	10	19,2	18	34,6	4	7,7	52	100,0

Çizelge 7.1.55’ te firmaların tarımsal hibe veya desteklerinden yararlanma dağılımı görülmektedir. 18 adet firma ( % 35 ) evet, 34 adet firma ( % 65 ) hayır cevabını vermiştir. Hibelerden veya desteklemelerden yararlanmayanların oranının daha fazla olduğunu görmekteyiz.

**Çizelge 7.1.55. Firmaların Tarımsal Hibe ve/veya Desteklerden Yararlanıp Yararlanmadığına Göre Dağılımı**

Firma / Hibe destek	Evet		Hayır		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	18	35,0	34	65,0	52	100,0

Çizelge 7.1.56’ da firmaların hibeleri veya desteklemeleri ne şekilde kullandıklarının dağılımı görülmektedir. 20 adet firma ( % 38,4 ) hibeleri veya desteklemeleri tesis yapımı için kullandıklarını belirtmişlerdir. 10 adet firma ( % 19,2 ) makine yenileme için, 8 adet firma ( % 15,4 ) alet/ekipman, yine 8 adet firma ( % 15,4 ) kapasitelerini arttırmak için, 6 adet firma ( % 11,5 ) ise toplu basınçlı sulama ağı oluşturmak için hibe ve destekleme kullandıklarını söylemişlerdir.

**Çizelge 7.1.56. Firmaların Tarımsal Hibe ve/veya Destekleri Ne Şekilde Kullandığına Göre Dağılımı**

Firma / Hibe destek	Tesis yapımı		Makine yenileme		Alet/ekipman		Toplu basınçlı sulama		Kapasite arttırma		Toplam	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Firma Sayısı	20	38,4	10	19,2	8,0	15,4	6	11,5	8	15,4	52	100,0

**7.2. Trakya Bölgesinde Faaliyette Bulunan Tarım İşletmelerinin Genel Yapısı, Özellikleri ve Üreticilerin Tohumluk Tercihlerine İlişkin Bulgular**

Çizelge 7.2.1.1’de anket yapılan işletme sahiplerinin yaş gruplarına göre dağılımı verilmiştir. Örnekleme yöntemiyle hesaplanan 680 kişilik anketin % 42,7 (291 adet) Tekirdağ ilinde, % 25,44’ ü ( 173 adet ) Edirne ilinde, % 31,76’ü Kırklareli’nde ( 216 adet ) gerçekleştirilmiştir. 50 yaş ve üzeri yaşında olan işletme sayısının fazla olduğu dikkat çekmektedir. Buradan çiftçi nüfusunun yaş ortalamasının orta yaş seviyesinde olduğunu anlamaktayız.

**Çizelge 7.2.1. İşletme Sahiplerinin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı( iller İtibariyle )**

İller/Yaş	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
25 ve aşağısı	9	3,09	5	2,89	2	0,93	16	2,35
26-35	31	10,65	14	8,09	24	11,11	69	10,15
36-45	64	21,99	19	10,98	46	21,3	129	18,97
46-55	85	29,21	63	36,42	57	26,39	205	30,15
56ve üzeri	102	35,05	72	41,62	87	40,28	261	38,38
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100</b>	<b>173</b>	<b>100</b>	<b>216</b>	<b>100</b>	<b>680</b>	<b>100</b>

Çizelge 7.2.1’ de işletme sahiplerinin yaş gruplarına göre iller ve Trakya geneli itibariyle dağılımı verilmiştir. Buna göre, 36-55 yaş grubu içerisinde yer alan orta – yaş olarak nitelendirilebilecek işletmecilerin yaklaşık % 50 oranında bulunduğu görülmektedir. 56 yaş üzerinde ve “tecrübeli çiftçi” şeklinde tanımlanabilecek işletmecilerin ise azımsanmayacak oranda ( % 38,4 ) olduğu belirlenmiştir. 25 yaş ve altındaki işletmecilerin genellikle miras yoluyla elde edilen arazilerinde baba mesleğini sürdürdükleri anlaşılmaktadır.

İllere göre yaş dağılımı incelendiğinde; 56 yaş ve üzeri işletmecilerin Edirne ve Kırklareli’nde yaklaşık aynı düzeyde ( %40 ) bulunmasına karşılık, Tekirdağ’da bu oran daha düşük hesaplanmıştır. ( % 35 )

Orta yaş grubu ise; Tekirdağ’da nispeten yüksek ( % 51.20 ), Edirne’de ve Kırklareli’nde daha düşük ve aynı oranlarda ( % 47.40 ve % 47.62 ) belirlenmiştir. 25 yaş ve aşağısındaki işletmecilerin dikkat çekici şekilde düşük bulunmuştur ( % 0.93 ) . Bu ilde genç nüfusun geçim sıkıntısı nedeniyle önemli ölçüde tarım dışı sektörlerle doğru bir yönelme ve göç eğiliminde oldukları belirlenmiştir.

**Çizelge 7.2.2. İşletme Sahiplerinin Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı**

İller/ Eğitim Durumu	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>İlköğretim</b>	156	53,61	116	67,05	137	63,43	<b>409</b>	<b>60,15</b>
<b>Ortaöğretim</b>	66	22,68	34	19,65	38	17,59	<b>138</b>	<b>20,29</b>
<b>Lise</b>	27	9,28	10	5,78	29	13,43	<b>66</b>	<b>9,71</b>
<b>Yüksekokul</b>	6	2,06	5	2,89	5	2,31	<b>16</b>	<b>2,35</b>
<b>Lisans</b>	36	12,37	8	4,62	7	3,24	<b>51</b>	<b>7,5</b>
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100</b>	<b>173</b>	<b>100</b>	<b>216</b>	<b>100</b>	<b>680</b>	<b>100</b>

Çizelge 7.2.2’ de işletme sahiplerinin eğitim durumları itibariyle dağılımı görülmektedir.

İşletmecilerin büyük bir bölümü ( % 60.15 ) ilköğretim mezunudur. % 20.29’ u ortaöğretimi tamamlamışken; üniversite mezunlarının oranı dikkat çekici biçimde yüksek bulunmuştur ( % 7.5). Nispeten geniş arazilere sahip bu işletmecilerin ailelerinin gelir ve kültür düzeylerinin yüksek olması nedeni ile üniversite eğitimi alabilme olanaklarına kavuştukları anlaşılmaktadır. Bu işletmeciler “ önder çiftçi ” vasıfları ile çevresindeki diğer işletmelere de iyi örnek olmaktadır.

İllere göre eğitim durumları incelendiğinde; Tekirdağ’ da yüksek öğrenim oranının diğer illere göre oldukça yüksek olduğu görülmektedir ( % 12,4 ) Edirne ilköğretim oranının en yüksek olduğu il iken ( % 67 ), Kırklareli’nde lise mezunları dikkat çekici şekilde fazla bulunmaktadır. Tekirdağ ilinin eğitim düzeyi bakımından diğer iki ile kıyasla oldukça önde olduğu anlaşılmaktadır. Gelir – eğitim düzeyi arasında bir ilişkinin varlığı yanı sıra, İstanbul’a yakınlık da diğer bir etken olarak ifade edilebilir.

### Çizelge 7.2.3. İşletme Sahiplerinin Arazi Varlıklarına Göre Dağılımı

İller/Arazi Varlığı	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
10-50 da	35	12,03	31	17,92	37	17,13	103	15,15
50-100 da	53	18,21	35	20,23	35	16,20	123	18,09
100-150 da	37	12,71	27	15,61	42	19,44	106	15,59
150-200 da	46	15,81	25	14,45	32	14,81	103	15,15
200-250 da	29	9,97	23	13,29	25	11,57	77	11,32
250 da üzeri	91	31,27	32	18,5	45	20,83	168	24,71
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100</b>	<b>173</b>	<b>100</b>	<b>216</b>	<b>100</b>	<b>680</b>	<b>100</b>

Çizelge 7.2.3’ te işletme sahiplerinin arazi varlıklarına göre dağılımı verilmiştir. Araştırmaya konu olan işletmelerin önemli ölçüde büyük arazi varlığına sahip oldukları görülmektedir. Trakya genelinde 250 dekardan fazla araziye sahip işletmecilerin oranı % 24.71 olarak hesaplanmıştır. Bu oran Tekirdağ’ da % 31,3’ e ulaşmakta olup; yaklaşık üçte birine karşılık gelmektedir. Edirne ve özellikle Kırklareli’nde ormanlık ve sulak alanların bolluğu, tarım arazilerinin nispeten daha küçük boyutlarda kalmasına neden olmaktadır. Nitekim 50 dekardan küçük tarım arazilerinin oranı Edirne’de % 17,92, Kırklareli’nde % 17.13 iken, Tekirdağ’da % 12,03 olarak bulunmuştur. Tekirdağ iklim ve coğrafi özellikleri nedeniyle denize yakın küçük ölçekli araziler bağcılık, zeytincilik, kiraz vb. yetiştiriciliğinde değerlendirilmekte; tarla bitkilerinin daha geniş alanlarda yetiştirilmesi tercih edilmektedir.

### Çizelge 7.2.4. İşletme Sahiplerinin Ekimini Yaptığı Türler

İller/Ekim Yaptığı Tür	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Ayçiçeği+Buğday	137	47,08	80	46,24	83	38,43	300	44,12
Ayçiçeği + Buğday + Arpa	49	16,84	24	13,87	39	18,06	112	16,47
Ayçiçeği + Buğday + Arpa + Mısır + Çeltik + Fiğ	22	7,56	15	8,67	33	15,28	70	10,29
Hepsi	83	28,52	54	31,21	61	28,24	198	29,12
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100</b>	<b>173</b>	<b>100</b>	<b>216</b>	<b>100</b>	<b>680</b>	<b>100</b>

Çizelge 7.2.4’de işletme sahiplerinin ekim yaptığı türlere göre dağılımı sıralanmıştır. Ayçiçeği + buğday % 44,12 oranıyla bölgede ilk sırayı almaktadır. Ayçiçeği + buğday + arpa % 16,47’lik oranla önemli ölçüde ekim alanını kapsarken; çok farklı türlerin bir arada

yetiştirildiği işletmeler % 16,47 oranında bulunmuştur. Hepsinin bir arada yetiştirildiklerini ifade eden işletmelerin oranı hayli yüksek olup; % 28,12 düzeyindedir.

İllere göre dağılım incelendiğinde; Tekirdağ ve Edirne illeri ayçiçeği + buğday üretiminde arazilerini önemli ölçüde bu ürünlere tahsis ettikleri anlaşılmaktadır ( % 47,08 ve % 46,24 ).

Ayçiçeği + buğday + arpa kombinasyonu Kırklareli ilinde nispeten yüksek oranda bulunurken ( % 18,06 ), karma üretimde de diğer illere göre yüksek bir orana ( % 18,06 ) sahip olduğu görülmektedir.

#### Çizelge 7.2.5. İşletmelerin Hububat Tohumlarını Satın Alma Yerleri

İller/ Hububat Tohumluğu Alınan Yer	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Trakya Birlik</b>	23	7,904	13	7,51	26	12,04	<b>62</b>	<b>9,12</b>
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop + Pancar Koop</b>	28	9,622	22	12,72	38	17,59	<b>88</b>	<b>12,94</b>
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop..+ Pancar Koop.+Bayii+ Ziraat Odaları</b>	113	38,832	81	46,82	83	38,43	<b>277</b>	<b>40,74</b>
<b>Bayii</b>	49	16,838	41	23,7	41	18,98	<b>131</b>	<b>19,26</b>
<b>Tarım Kredi Koop.</b>	78	26,804	16	9,25	28	12,96	<b>122</b>	<b>17,94</b>
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100</b>	<b>173</b>	<b>100</b>	<b>216</b>	<b>100</b>	<b>680</b>	<b>100</b>

Çizelge 7.2.5’de işletmelerin hububat tohumlarını temin yerleri incelenmiştir. Tohum satış bayileri % 19,26 ile öncelikli tercih yerleri olurken; Tarım Kredi Kooperatifleri % 17,94, Trakya Birlik % 9,12 oranları ile sıralanmaktadır. Çoğu üretici çizelgeden de görüleceği gibi % 40,74 oranında çok farklı satın alma yerlerini ifade etmiştir. Tarım Kredi Kooperatifi seçeneği en fazla Tekirdağ ilinde gerçekleşmektedir ( % 26,8 ).

Üreticilerin genellikle belli bir satış noktasını tercih edemedikleri; farklı arayışlar içerisinde oldukları söylenebilir.



**Çizelge 7.2.6. İşletmelerin Tohumları Satın Aldığı Kuruluşların Teknik Destek Sağlama Durumu**

İller/Teknik Destek Durumu	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Evet	149	51,20	103	59,54	121	56,02	<b>373</b>	<b>54,85</b>
Hayır	81	27,84	53	30,64	48	22,22	<b>182</b>	<b>26,76</b>
Bazen	61	20,96	17	9,83	47	21,76	<b>125</b>	<b>18,38</b>
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.6’da işletmelerin tohumluk satın aldıkları kuruluşların teknik destek sağlama durumuna ilişkin görüşleri sıralanmıştır. Trakya genelinde üreticiler % 54,85 oranında teknik destek aldıklarını kabul etmektedir. “Olumsuz” ifade de bulunanlar % 26,76 düzeyinde bulunurken, “bazen” teknik sağlıyorlar şeklinde yanıt veren üreticilerin oranı % 18,39 olarak hesaplanmıştır.

İllere göre incelendiğinde ise genel ortalamadan önemli bir sapma olmadığı görülmektedir.

**Çizelge 7.2.7. İşletmelerin Buğday Tohumluğunu Yenileme Süreleri**

İller/ Tohum Yenileme	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Her yıl	56	19,24	40	23,12	68	31,48	<b>164</b>	<b>24,12</b>
2 yılda bir	114	39,18	65	37,57	76	35,19	<b>255</b>	<b>37,5</b>
3 yılda bir	84	28,87	51	29,48	49	22,69	<b>184</b>	<b>27,06</b>
4 yılda bir	31	10,65	8	4,62	3	1,39	<b>42</b>	<b>6,18</b>
5 yıl ve üzeri	6	2,06	9	5,20	20	9,26	<b>35</b>	<b>5,15</b>
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100</b>	<b>173</b>	<b>100</b>	<b>216</b>	<b>100</b>	<b>680</b>	<b>100</b>

Çizelge 7.2.7’de işletmelerin buğday tohumluğunun yenileme sürelerine ilişkin veriler ele alınmıştır. Buna göre; işletmelerin önemli bir bölümü ( % 37,5 ) tohumluklarını iki yılda bir yenilediklerini ifade ederken; üç yılda bir yenileyenlerin oranı % 27,06, her yıl değiştirenlerin oranı ise % 24,12 olarak hesaplanmıştır. 5 yıl ve üzeri tohumluk yenileyenlerin oranı oldukça düşük düzeyde bulunmuştur. ( % 5,15 )

İllere göre incelendiğinde ise; Kırklareli ilindeki üreticilerin % 31,5 gibi yüksek oranda tohumluklarını her yıl yeniledikleri ifade edilmiştir. Bu oran Tekirdağ’da sadece % 19,24’tür. Genel olarak üreticilerin iki yılda bir tohumluklarını değiştirdikleri anlaşılmaktadır. Bir paradoks olarak Kırklareli ilinde tohumluklarını her yıl yenileyenlerin oranı en yüksek çıkarken; 5 yıl ve üzeri yenileyenlerin oranı da en yüksek bulunmuştur. ( % 9,26) Kırklareli’nin farklı coğrafi bölgelerine sahip olmasının bu tercihte etkili olduğu söylenebilir.

**Çizelge 7.2.8. İşletmelerin Buğday Tohumluğu Seçiminde Tercih Ettikleri Kriterler**

Buğday Seçim Nedeni	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Verim	53	18,21	38	21,97	35	16,20	126	18,53
Verim+ kalite	112	38,49	68	39,31	100	46,30	280	41,18
Verim+kalite+hast.dayanım+ Yatmaya dayanımı	92	31,62	31	17,92	37	17,13	160	23,53
Verim+kalite +fiyatı	34	11,68	36	20,81	44	20,37	114	16,76
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.8’de İşletmeler buğday tohumluğu seçiminde tercih ettikleri kriterler açısından değerlendirilmiştir. Buna göre; verim ve kalite ilişkisi ön plana çıkarken ( % 41,18 ), sadece verim % 28,53, verim + kalite + fiyat % 16,76 oranında bulunmuştur. Diğer faktörler % 23,53 düzeyinde ifade edilmiştir.

İllere göre verim + kalite kriterleri en yüksek oranda tercih nedeni olan kriter olmuştur.

**Çizelge 7.2.9. İşletmelerin Ürünlerini ( Buğday) Pazarladıkları Yerler**

Hububat Tohumluğu Pazarlanılan Yer	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Trakya Birlik	6	2,06	6	3,47	2	0,93	14	2,06
Trakya Birlik+ Tarım Kredi Koop.+ kendime	5	1,72	35	20,23	4	1,85	44	6,47
Trakya Birlik+Tarım Kredi Koop..+TMO+ Bayii+Tüccar	37	12,71	13	7,51	52	24,07	102	15,00
Trakya Birlik+ Tarım Kredi Koop. TMO+ Tüccar	34	11,68	16	9,25	54	25,00	104	15,29
Trakya Birlik+ Tarım Kredi Koop.+ Bayii+ Ticaret Borsası	13	4,47	24	13,87	3	1,39	40	5,88
Trakya Birlik+ Tarım Kredi Koop. Bayii + Tüccar	42	14,43	13	7,51	18	8,33	73	10,74
Bayii.+ Tüccar + Ticaret Borsası	0	0,00	1	0,58	0	0,00	1	0,15
Tüccar	149	51,20	46	26,59	79	36,57	274	40,29
Tüccar+TMO+ Ticaret Borsası	0	0,00	1	0,58	0	0,00	1	0,15
Tüccar+ Ticaret Borsası	0	0,00	6	3,47	0	0,00	6	0,88
Tüccar+ Kendime	2	0,69	10	5,78	2	0,93	14	2,06
Tüccar+fabrika	3	1,03	2	1,16	2	0,93	7	1,03
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.9’da işlemlerin ürünlerini pazarladıkları yerlere göre dağılımı sıralanmıştır. Çizelgeden de görüldüğü üzere; üreticilerin önemli bir bölümünün ürünlerini tüccarlar aracılığı ile pazarlamaktadırlar ( % 40,29 ). Bu oran Edirne’de nispeten daha düşük düzeydedir ( % 26,59 ). Bu ilde Trakya Birlik ve Tarım Kredi Kooperatiflerine yönelik pazarlama şekli oldukça yüksek oranda ( % 20,23 ) tercih edilmektedir. Üreticilerin önemli bir bölümü tek bir pazarlama kanalına yönelmekte; Trakya Birlik, Kooperatif ve tüccarların yanı sıra Toprak Mahsulleri Ofisi, bayi, ticaret borsaları ve direkt fabrikaya satış şekilleri de diğer seçenekler arasında bulunmaktadır.

**Çizelge 7.2.10.İşletmelerin Tercih Ettikleri Buğday Çeşitleri**

Buğday Çeşidi	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Esperia	24	8,25	8	4,62	11	5,09	43	6,32
Esperia+ Golia+Bancal+ Gelibolu +Pehlivan	38	13,06	5	2,89	17	7,87	60	8,82
Esperia + Flamura 85	13	4,47	11	6,36	19	8,80	43	6,32
Esperia+ Flamura 85 + Selimiye + Tina	96	32,99	15	8,67	29	13,43	140	20,59
Flamura 85	28	9,62	32	18,50	28	12,96	88	12,94
Flamura 85 + Gelibolu + Pehlivan	40	13,75	50	28,90	57	26,39	147	21,62
Pehlivan +Selimiye+ Gelibolu	52	17,87	52	30,06	55	25,46	159	23,38
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.10’de işletme sahiplerinin tercih ettikleri buğday tohumluk çeşitleri ayrıntılı olarak verilmiştir. Trakya genelinde Pehlivan + Selimiye + Gelibolu çeşitlerini birlikte ekmeyi tercih edenlerin oranı % 23,38 ile en yüksek bulunmuştur. Flamura 85 + Gelibolu + Pehlivan çeşitleri de yine yüksek oranda ( % 21,62 ) ürün deseni içerisinde yer almaktadır. Yaklaşık aynı oranda ki üretici ( % 20,59 ) arazilerinde Esperia + Flamura 85 + Selimiye + Tina çeşitlerine yer vermeyi tercih etmektedir. Flamura 85 en yaygın çeşit olma özelliğini korumaktadır. Kaliteli sert buğday özelliği taşıyan bu çeşidin un fabrikaları tarafından öncelikli tercih edilmesi; üreticilere kolay satış olanağı sayılabilmektedir. İllere göre dağılım ise farklılık gösterebilmektedir. Örneğin Tekirdağ’da Esperia + Flamura 85 + Selimiye + Tina % 32,99 oranıyla ilk sırada yer alırken; Edirne’de Pehlivan + Selimiye + Gelibolu % 30,06; Kırklareli’nde Flamura 85, Gelibolu + Pehlivan % 26,39 oranıyla en çok tercih edilen tercihler olarak ifade edilmiştir.

**Çizelge 7.2.11. İşletme Sahiplerinin Arpa Tohumluğunda Hangi Çeşitleri Tercih Ettiğine Göre Dağılımı**

Arpa Tohumları	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Barberousse	95	32,65	61	35,26	55	25,46	211	31,03
Barberousse+ Sladaron	45	15,46	37	21,39	46	21,30	128	18,82
Ketos	87	29,90	50	28,90	35	16,20	172	25,29
Sladaron	29	9,97	16	9,25	39	18,06	84	12,35
Sladaron + Ketos	15	5,15	5	2,89	22	10,19	42	6,18
Lord	20	6,87	4	2,31	19	8,80	43	6,32
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.11.' de İşletmelerin tercih ettikleri Arpa tohumluğu çeşitleri yer almaktadır. Trakya genelinde Barberousse ( % 31,03 ) ve Ketos ( % 25,29 ) Çeşitleri ön plana çıkmaktadır. Her iki çeşidi birlikte ekim tercihinde bulunan üretici oranı % 19,92 'dir. Lord tohumluğunun en düşük düzeyde ekildiği anlaşılmaktadır.( %6,32) Her üç ilde hesaplanan veriler genel ortalama ile uyum göstermektedir.

**Çizelge 7.2.12. İşletmelerin Arpa tohumluğu Çeşidi Tercih Nedenleri ( Geçen Yıl )**

Neden	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Barborassa	30	10,31	11	6,36	25	11,57	66	9,71
Barberousse + Sladaron	40	13,75	18	10,40	24	11,11	82	12,06
Ketos	38	13,06	15	8,67	31	14,35	84	12,35
Sladaron	34	11,68	31	17,92	35	16,20	100	14,71
Sladaron + Ketos	27	9,28	18	10,40	21	9,72	66	9,71
Bolayır	28	9,62	13	7,51	22	10,19	63	9,26
Lord	27	9,28	15	8,67	25	11,57	67	9,85
Eskişehir	18	6,19	17	9,83	13	6,02	48	7,06
Fransız arpası + Eskişehir	28	9,62	19	10,98	11	5,09	58	8,53
Eskişehir + Yılan dili	21	7,22	16	9,25	9	4,17	46	6,76
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

İşletmelerin geçen yıl hangi arpa tohumluğu çeşidini tercih ettikleri Çizelge 7.2.12' de sıralanmıştır. Sladaron çeşidi % 14,71 ve Ketos Çeşidi %12,35 oranlarıyla öncelikle tercih

edilen çeşitler olmakla birlikte; üreticilerin genelde belirli bir çeşit konusunda yoğunlaşmadıkları ve çok sayıda çeşitle üretim faaliyetinde buldukları anlaşılmaktadır.

**Çizelge 7.2.13. İşletmelerin Arpa Tohumluğunu Kaç Yılda Bir Yenilediğinin Dağılımı**

Tohum Yenileme	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Her yıl	58	19,93	32	18,50	45	20,83	135	19,85
2 yılda bir	66	22,68	39	22,54	54	25,00	159	23,38
3 yılda bir	75	25,77	46	26,59	40	18,52	161	23,68
4 yılda bir	54	18,56	26	15,03	39	18,06	119	17,50
5 yılda ve üstü	38	13,06	30	17,34	38	17,59	106	15,59
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	100,00

İşletmelerin arpa tohumluğunu Yenileme zamanları Çizelge 7.2.13.' te sıralanmıştır. İşletmelerin % 23,68' i tohumluklarını 3 yılda bir değiştirdiğini, % 23,38' i 3 yılda bir tohumluklarını değiştirdiklerini ifade etmiştir. Diğer işletmelerin tohumluklarını değiştirme zamanları tabloda görülmektedir.

**7.2.14. İşletmelerin Mevcut Arpa Tohumluğunu Değiştirme Nedenleri**

Neden	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
2 sıralı olması	15	5,15	2	1,16	2	0,93	19	2,79
Verimi yüksek	152	52,23	88	50,87	126	58,33	367	53,97
Kaliteli Düşük	10	3,44	8	4,62	9	4,17	27	3,97
Tavsiye üzerine	112	38,49	75	43,35	79	36,57	265	38,97
Memnunum	2	0,69	0	0,00	0	0,00	2	0,29
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	100,00

Çizelge 7.2.14' de İşletmelerin mevcut arpa tohumluk çeşitlerini yeni çeşitlerle değiştirme nedenleri sıralanmıştır. Verim düşüklüğü ve komşu üretici tavsiyesi ( etkisi ) çeşit değiştirmede başlıca etkenler olarak belirlenmiştir.

**Çizelge 7.2.15. İşletmelerin ayçiçeği Tohumluk Çeşidini Tercih Nedenleri**

İller/ Etkenler	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Verim</b>	28	9,62	15	8,67	5	2,31	48	7,06
<b>Verim + Yağ oranı</b>	82	28,18	40	23,12	90	41,67	212	31,18
<b>Verim + Yağ oranı + Hastalıklara dayanımı</b>	34	11,68	17	9,83	48	22,22	99	14,56
<b>Verim + Yağ oranı + Hastalıklara dayanımı + Eğik tablahı oluşu</b>	21	7,22	7	4,05	26	12,04	54	7,94
<b>Verim + Yağ oranı + Hastalıklara dayanımı + Eğik tablahı oluşu + Fiyatı</b>	8	2,75	17	9,83	6	2,78	31	4,56
<b>Verim + Yağ oranı + Hastalıklara dayanımı + Eğik tablahı oluşu + Fiyatı+Orbanşa dayanımı</b>	118	40,55	77	44,51	41	18,98	236	34,71
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.15' te İşletmelerin ayçiçeği tohumluk çeşidine ilişkin tercih nedenleri verilmiştir. İşletmelerin yaklaşık üçte biri ( % 34,71 ) çok sayıda seçeneği bir arada ifade etmişlerdir. Bu seçenekler; yağ oranı + orabanja dayanıklı ve fiyat olarak sıralanabilir. % 31.18 ile yüksek yağ oranı ve yüksek verim başlıca tercih nedenleri arasında gösterilmiştir. Özellikle Kırklareli ilinde verim ve yağ oranı tercihi % 41.67 gibi oldukça yüksek oranda ileri sürülmüştür. Genel olarak yüksek yağ oranının üreticilerce öncelikli tercih nedeni olduğu anlaşılmaktadır.

**Çizelge 7.2.16. İşletmelerin Ayçiçek Tohumluğu Satın Alma Yerleri**

İller/ Tohumun Alındığı Yer	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Trakya Birlik</b>	59	20,27	56	32,37	79	36,57	194	28,53
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop.</b>	87	29,90	30	17,34	37	17,13	154	22,65
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop. + Pancar Koop. + Bayii</b>	58	19,93	24	13,87	31	14,35	113	16,62
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop. + Pancar Koop. + Bayii + Ziraat Odaları</b>	63	21,65	46	26,59	46	21,30	155	22,79
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop. + Pancar Koop. + Ziraat odası</b>	10	3,44	15	8,67	20	9,26	45	6,62
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop.+ Bayii + Önder Çiftçi</b>	14	4,81	2	1,16	3	1,39	19	2,79
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.16’ da işletmelerin ayçiçeği tohumluğu satın alınırken tercih ettikleri satış noktaları görülmektedir. Trakya Birlik % 28,53 gibi yüksek oranda öncelikli rağbet gören satış alma yeridir. Trakya birliğin yanı sıra tarım Kredi Kooperatifleri de tercih edilen diğer satış yeri olarak ifade edilmektedir.( % 22, 65 ). Çizelgeden de görüleceği üzere; üreticilerin önemli bir bölümü çok sayıda seçeneği işaret etmektedir. Pancar Kooperatifleri, Ziraat odaları, bayiler ve Önder Çiftçi teşkilatı bunlar arasında sayılabilir. İllere göre dağılımda ise; Kırklareli’ de Trakya Birlik, Tekirdağ’ da Trakya Birlik + Tarım Kredi Kooperatifi ( % 29,90 ), Edirne’ de ise yine Trakya Birlik ( % 32,37 ) ön plana çıkmaktadır.

**Çizelge 7.2.17.İşletmelerin Tercih Ettikleri Ayçiçek Tohumluk Segmentleri**

İller/ Ayçiçeği çeşidi	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Orobanşa dayanıklı</b>	162	55,67	117	67,63	98	45,37	<b>377</b>	<b>55,44</b>
<b>Orobanşa dayanıklı + IMI grubu</b>	64	21,99	18	10,40	61	28,24	<b>143</b>	<b>21,03</b>
<b>Orobanşa dayanıklı + IMI grubu + HO</b>	5	1,72	5	2,89	0	0,00	<b>10</b>	<b>1,47</b>
<b>Orobanşa dayanıklı + HO</b>	21	7,22	7	4,05	0	0,00	<b>28</b>	<b>4,12</b>
<b>IMI grubu</b>	39	13,40	26	15,03	57	26,39	<b>122</b>	<b>17,94</b>
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	100,00	<b>173</b>	100,00	<b>216</b>	100,00	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.17’ da işletmelerin çeşitli segmentlere göre tercih ettikleri ayçiçeği tohumlukları sıralanmıştır. İşletmelerin büyük bölümü ( % 55,44 ) orobanja dayanıklı faktörü öncelikli tercih nedeni olduğunu ifade etmişlerdir. Orobanja dayanıklılık + IMI grubu % 21,03 oranıyla ikinci sırada yer bulunmuştur. Tek başına IMI segmentinin % 17,4 oranıyla önemli bir tercih nedeni olduğu anlaşılmaktadır. İllere göre önemli bir farklılık görülmemektedir.



**Çizelge 7.2.18. İşletmelerin Ürünlerini (Ayçiçek ) Pazarlama Yerleri**

İller/ Ayçiçeğinin Pazarlandığı Yer	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Trakya Birlik</b>	80	27,49	60	34,68	99	45,83	<b>239</b>	<b>35,15</b>
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop.</b>	32	11,00	11	6,36	16	7,41	<b>59</b>	<b>8,68</b>
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop. + Tüccar</b>	43	14,78	13	7,51	22	10,19	<b>78</b>	<b>11,47</b>
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop. + Tüccar + Bayii</b>	67	23,02	49	28,32	27	12,50	<b>143</b>	<b>21,03</b>
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop. + Tüccar + Ticaret Borsası + Önder Çiftçi</b>	46	15,81	28	16,18	39	18,06	<b>113</b>	<b>16,62</b>
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop.+ Ticaret Borsası +Fabrika</b>	23	7,90	12	6,94	13	6,02	<b>48</b>	<b>7,06</b>
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.18’ de işletmecilerin hasat ettikleri ayçiçeğini pazarladıkları yerler itibariyle dağılımı verilmiştir. İşletmelerin önemli bir bölümünün ürünlerini doğrudan Trakya Birliğe teslim ettikleri anlaşılmaktadır. ( % 35,15 ) . Kırklareli’ de bu oran % 45,83’ e ulaşırken; Tekirdağ’ da % 27,49 düzeyinde kalmaktadır. Edirne ili genel ortalama aynı düzeyde bulunmaktadır.( % 34,68 ) Çizelgeden de görüleceği üzere işletmeler çok farklı pazarlama kanalları kullanmaktadırlar. Trakya Birlik dışında Tarım Kredi Kooperatifleri, Tüccar, bayii, Ticaret borsası ve fabrikaya direk satış bunlar arasında sayılabilir.

**Çizelge 7.2.19. İşletmelerin Ayçiçeği Tohumu Tercih Nedenleri ( Bu Yıl )**

Ayçiçeği Tohumu/ İller	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
LG 5580	19	6,53	8	4,62	16	10,32	43	6,32
LG 5580 + LG 5543 CL	6	2,06	1	0,58	3	1,94	10	1,47
LG 5580 + LG 5543 CL+ Tunca	52	17,87	8	4,62	5	3,23	65	9,56
LG 5580 + LG 5543 CL + P64G46	0	0,00	1	0,58	0	0,00	1	0,15
LG 5580 + Tunca + Sanay	4	1,37	0	0,00	5	3,23	9	1,32
LG 5580 + Tunca + P64G46	5	1,72	1	0,58	5	3,23	11	1,62
Tunca	120	41,24	104	60,12	53	34,19	277	40,74
Tunca + P 64G46	35	12,03	12	6,94	16	10,32	63	9,26
Tunca + Sanay	18	6,19	7	4,05	20	12,90	45	6,62
LG 5543 CL	8	2,75	6	3,47	6	3,87	20	2,94
LG 5543 CL + Tunca	11	3,78	7	4,05	7	4,52	25	3,68
LG 5543 CL+ Tunca + Sanay	1	0,34	0	0,00	20	12,90	21	3,09
P 64G46	2	0,69	10	5,78	27	17,42	39	5,74
Sanay	8	2,75	3	1,73	27	17,42	38	5,59
May	2	0,69	5	2,89	6	3,87	13	1,91
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>155</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.19.' de işletmelerin ayçiçek tohumlukları arasında tercih yapma nedenleri ele alınmıştır. Çizelgeden de görüleceği üzere araştırma kapsamına alınan üreticilerin çok önemli bir bölümü ( % 40,74 ) Tunca çeşidini ilk tercihleri olarak belirtmişlerdir. Edirne ilinde bu oranı% 60,12 düzeyine ulaştığı görülmektedir. Tekirdağ' da Tunca çeşidi ekenlerin oranı % 41,24 iken; Kırklareli' nde %34,19 olarak hesaplanmıştır. % 9,56 oranında ise LG 5580 + LG 5543 CL +Tunca karması diğer yüksek kabul edilecek tercihler arasında sayılabilir. Çizelgeden' de görüleceği üzere; üreticilerin çok sayıda çeşide üretim desenleri içerisinde yer verdiği ve henüz arayış içerisinde oldukları anlaşılmaktadır.

**Çizelge 7.2.20.İşletmelerin Tercih Ettikleri Ayçiçek Tohumluğu Çeşitleri ( Geçen Yıl )**

İller/ Ayçiçeği Tohumu	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>LG 5580</b>	23	7,90	12	6,94	22	10,19	57	8,38
<b>LG 5580 + Tunca + Sanay</b>	4	1,37	3	1,73	3	1,39	10	1,47
<b>LG 5580 + LG 5543 CL + Tunca</b>	54	18,56	9	5,20	7	3,24	70	10,29
<b>LG 5580 +Tunca + P64 G46</b>	3	1,03	5	2,89	7	3,24	15	2,21
<b>Tunca</b>	106	36,43	86	49,71	67	31,02	259	38,09
<b>Tunca + PR 64 G 46</b>	16	5,50	7	4,05	9	4,17	32	4,71
<b>Tunca + Sanay</b>	29	9,97	12	6,94	22	10,19	63	9,26
<b>LG 5543 CL + Sanay</b>	3	1,03	7	4,05	9	4,17	19	2,79
<b>LG 5543 CL</b>	7	2,41	4	2,31	5	2,31	16	2,35
<b>LG 5543 CL + Tunca</b>	11	3,78	8	4,62	8	3,70	27	3,97
<b>LG 5543 CL + Tunca + Pioneer</b>	3	1,03	2	1,16	12	5,56	17	2,50
<b>PR 64 G 46</b>	6	2,06	11	6,36	8	3,70	25	3,68
<b>Sanay</b>	8	2,75	6	3,47	24	11,11	38	5,59
<b>Sanbro</b>	12	4,12	0	0,00	1	0,46	13	1,91
<b>Sanay + Sanbro</b>	1	0,34	0	0,00	5	2,31	6	0,88
<b>Sanay + Oliva</b>	3	1,03	0	0,00	7	3,24	10	1,47
<b>Sanay + P R 64 G 46</b>	2	0,69	1	0,58	0	0,00	13	1,91
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.20.' da işletmelerin geçen yıl üretmeye karar verdikleri ayçiçeği tohumluk çeşitleri sıralanmıştır. Buna göre; Tunca çeşidi % 38,09 gibi yüksek bir oranda üreticiler tarafından benimsenen bir çeşit olarak ortaya çıkmıştır. Tunca + Sanay % 9,26, LG 5580 % 8,38 oranı ile dikkat çekici üretici tercihleri arasında bulunmaktadır. Çizelgeden de görüleceği üzere üreticilerin Tunca çeşidi dışında çok sayıda ayçiçeği tohumluğunu bünyesinde tuttuğunu ve bir arayış içinde buldukları anlaşılmaktadır.

**Çizelge 7.2.21. İşletme Sahipleri Arazilerinde Sulama Yapıp Yapmadığına Göre Dağılımı**

İller/ Sulama Yapılması Durumu	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Evet</b>	92	31,62	67	38,73	64	29,63	223	32,79
<b>Hayır</b>	199	68,38	106	61,27	152	70,37	457	67,21
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.21.' de üreticilerin ayçiçeğini sulama olanakları ele alınmıştır. Üreticilerin % 32,79' u ayçiçeğini olanaklar ölçüsünde suladıklarını; diğerlerinin ( % 67,21 ) bu olanağa sahip olmadıklarını belirtmişlerdir.

**Çizelge 7.2.22. İşletmelerin Bölgede Sahip Oldukları Sulama Kaynakları**

İller/ Sulama Kaynağı	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Kanal</b>	74	25,43	41	23,70	73	33,80	188	27,65
<b>Kanal + Baraj</b>	67	23,02	27	15,61	46	21,30	140	20,59
<b>Kanal + Baraj + Gölet + Yer altı +Dere</b>	102	35,05	53	30,64	59	27,31	214	31,47
<b>Kanal + Baraj + Gölet +Dere</b>	48	16,49	52	30,06	38	17,59	138	20,29
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.22' de işletmelerin sahip oldukları sulama kaynaklarına göre dağılımı verilmiştir. İşletmelerin önemli bir bölümünün kanal + baraj + gölet + yer altı suyu ve dere gibi sulama olanakları olduğunu belirtmişlerdir.( % 31,47 ) Sadece kanal olanağına sahip olan üreticilerin oranı %27,65 iken; kanal + baraj olanağı da oldukça yüksek düzeyde bulunmuştur. ( % 20,59 ). Edirne ve Kırklareli' nde sulama olanakları coğrafi avantaj nedeniyle Tekirdağ' a göre daha yüksek düzeyde olduğu anlaşılmaktadır.

**Çizelge 7.2.23. İşletmelerin Mısır Tohumluğu Tercih Nedenleri**

İller/ Etkili Faktörler	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Verim</b>	55	18,90	39	22,54	41	18,98	135	19,85
<b>Verim + Erkenci olması</b>	86	29,55	32	18,50	79	36,57	197	28,97
<b>Verim + Erkenci olması + Uzun boylu olması</b>	70	24,05	47	27,17	42	19,44	159	23,38
<b>Verim + Erkenci olması + Uzun boylu olması + Bol yapraklı olması + Fiyatı +</b>	80	27,49	55	31,79	54	25,00	189	27,79
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.23' te üreticilerin mısır tohumluğu tercih nedenleri ele alınmıştır. Verim ve erkencilik önde gelen tercih nedeni olarak belirlenmiştir.( % 28,87 ) Verim + erkencilik + uzun boylu olması diğer önemli tercih nedeni olarak ortaya çıkmıştır.( % 23,38 ). Verim % 19,85 ile beşte bir oranıyla dikkat çekerken; üreticilerin önemli bir bölümü ( % 27,79 ) çok sayıda faktörü birlikte ifade etmişlerdir.

**Çizelge 7.2.24. İşletmelerin Mısır Tohumluğu Satın Alma Yerleri**

İller/ Satın Alınılan Yer	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Trakya Birlik</b>	22	7,56	19	10,98	20	9,26	61	8,97
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop. Koop. koop.</b>	38	13,06	21	12,14	35	16,20	94	13,82
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop. Koop. koop. + Pancar koop. + Bayii + Ziraat odaları</b>	32	11,00	12	6,94	22	10,19	66	9,71
<b>Bayii</b>	62	21,31	46	26,59	46	21,30	154	22,65
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop. Koop. koop. + Bayii + Damızlık birliği + Kendi Üretimim</b>	137	47,08	75	43,35	93	43,06	305	44,85
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.24' te işletmelerin mısır tohumluğu satın alma yerlerine ilişkin dağılım verilmiştir. İşletmelerin yaklaşık yarısı ( % 44, 85 ) çok sayıda seçenek belirtmiştir. Bayiden

satın aldıklarını belirten üreticilerin oranı ikinci derecede önemli çıkmıştır.( % 22,65 ). Trakya Birlik’ ten satın alan üreticiler % 8,87’ lik pay alırken; diğer seçenekler çizelgede ayrıntılı olarak görülmektedir.

#### Çizelge 7.2.25. İşletmelerin Mısır Üretimi Yapma Amaçları

İller/ Üretim Amacı	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Tanelik</b>	3	1,03	12	6,94	22	10,19	37	5,44
<b>Tanelik + Silajlık 1. ürün</b>	33	11,34	20	11,56	26	12,04	79	11,62
<b>Tanelik + Silajlık 2. Ürün</b>	21	7,22	15	8,67	25	11,57	61	8,97
<b>Tanelik + Taze tüketim</b>	20	6,87	3	1,73	12	5,56	35	5,15
<b>Silajlık</b>	214	73,54	123	71,10	131	60,65	468	68,82
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.25.’ te işletmelerin mısır üretimini hangi amaçlarla yaptıkları irdelenmiştir. İşletmelerin % 68,82 ‘inin silajlık amacıyla mısır üretimi gerçekleştirdikleri anlaşılmaktadır. Tanelik + silajlık +1. Ürün % 11,62, Tanelik + Silajlık + 2, ürün % 8,97 amacıyla üretim ikinci ve üçüncü derecede önemli bulunurken % 5,15 oranında üreticilerin tanelik + taze tüketim amacıyla mısır üretimi yaptıkları belirlenmiştir.

#### Çizelge 7.2.26. İşletmelerin Mısır Tohumluğu Çeşidi Tercih Nedenleri

İller/ Mısır Tohumu	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>ADV 2898</b>	23	7,90	13	7,51	1	0,46	37	5,44
<b>Truva</b>	20	6,87	13	7,51	20	9,26	53	7,79
<b>ADV 2898 + Helen</b>	21	7,22	14	8,09	5	2,31	40	5,88
<b>P R64Y53</b>	71	24,40	37	21,39	44	20,37	152	22,35
<b>Rx 896</b>	11	3,78	11	6,36	9	4,17	31	4,56
<b>Coloni + C 955</b>	11	3,78	13	7,51	8	3,70	32	4,71
<b>Bolson</b>	16	5,50	12	6,94	20	9,26	48	7,06
<b>Helen</b>	19	6,53	8	4,62	28	12,96	55	8,09
<b>Tareks</b>	12	4,12	13	7,51	6	2,78	31	4,56
<b>C 955</b>	62	21,31	25	14,45	46	21,30	133	19,56
<b>Cadıız</b>	13	4,47	11	6,36	7	3,24	31	4,56
<b>Progen</b>	12	4,12	3	1,73	22	10,19	37	5,44
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.26.' da işletmelerin hangi çeşit mısır tohumculuğunu tercih ettiklerine ilişkin veriler değerlendirilmiştir. Çizelgeden de görüleceği üzere iki çeşit mısır üretici tercihlerinde\* ön plana çıkmaktadır. PR64Y53 sembolü ile ifade edilen çeşit % 22,35 ile öncelikli tercih nedeni olurken; C 955 sembolüne sahip çeşit ikinci derece önemli tercih edilen mısır çeşidi olmuştur. (%19,56). Çizelgeden de görüleceği üzere diğer üreticiler çok farklı çeşitli üretim desenlerinde\* kullandıkları anlaşılmaktadır.

**Çizelge 7.2.27. İşletmelerin Tercih Ettiği Mısır Tohumluğu Çeşitleri ( Geçen Yıl )**

İller/ Mısır Tohumu	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Adv 2898</b>	32	11,00	15	8,67	21	9,72	<b>68</b>	10,00
<b>Truva</b>	34	11,68	13	7,51	25	11,57	<b>72</b>	10,59
<b>Adv 2898 + Helen</b>	35	12,03	13	7,51	21	9,72	<b>69</b>	10,15
<b>PRY53</b>	31	10,65	22	12,72	35	16,20	<b>88</b>	12,94
<b>Coloni</b>	40	13,75	15	8,67	5	2,31	<b>60</b>	8,82
<b>Bolson</b>	25	8,59	14	8,09	25	11,57	<b>64</b>	9,41
<b>Helen</b>	21	7,22	27	15,61	31	14,35	<b>79</b>	11,62
<b>Tareks</b>	20	6,87	27	15,61	9	4,17	<b>56</b>	8,24
<b>Akdeniz</b>	19	6,53	0	0,00	12	5,56	<b>31</b>	4,56
<b>Rx 9292</b>	18	6,19	19	10,98	13	6,02	<b>50</b>	7,35
<b>Progen</b>	16	5,50	8	4,62	19	8,80	<b>43</b>	6,32
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.27.' de işletmelerin geçen yıl üretmeyi tercih ettikleri mısır çeşitleri sıralanmıştır. Çizelgeden de görüleceği üzere; çeşit seçimi konusunda üreticiler arasında büyük ölçüde kararsızlık yaşandığı ve çok sayıda çeşidin üretime katıldığı ve hiçbir çeşidin ağırlıklı olarak üretici tercihleri arasında yer almadığı belirlenmiştir.

**Çizelge 7.2.28. İşletmelerin Ürünlerini ( Mısır ) Pazarlama Yerleri**

İller/ Pazarlanan Yer	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Trakya Birlik</b>	35	12,03	25	14,45	31	14,35	91	13,38
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop.</b>	57	19,59	17	9,83	24	11,11	98	14,41
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop. + Tüccar</b>	61	20,96	33	19,08	24	11,11	118	17,35
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop.. + Ticaret borsası</b>	15	5,15	15	8,67	25	11,57	55	8,09
<b>Tüccar</b>	85	29,21	61	35,26	69	31,94	215	31,62
<b>Çiftliklere veriyorum</b>	38	13,06	22	12,72	43	19,91	103	15,15
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.28’de işletmelerin ürettikleri mısırların nerelerde pazarladıklarına ilişkin veriler sıralanmıştır. İşletmelerin önemli bir bölümünün direkt tüccarlara pazarlamayı tercih ettikleri (% 31.62), diğerlerinin ise yaklaşık aynı oranlarda (%15) Trakya Birlik, Tarım Kredi kooperatifleri, ticaret borsaları ve hayvancılık yapan çiftlik sahiplerine direkt satış yaptıkları belirlenmiştir.

**Çizelge 7.2.29. İşletmelerin Sertifikalı Tohum Desteklemelerine İlişkin Görüşleri**

İller/ Sertifikalı Tohum Destekleme Durumu	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Evet</b>	80	27,40	51	2,95	57	26,39	188	27,65
<b>Hayır</b>	211	72,26	122	7,05	159	73,61	492	72,35
<b>Toplam</b>	<b>292</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>10,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.29.’da işletmelerin sertifikalı tohumları desteklemelerine ilişkin yaklaşımları ele alınmıştır. İşletmelerin yaklaşık üçte ikisi (% 72.35) konuya ilişkin devlet desteklemelerinin yetersiz olduğuna dair görüş bildirmişlerdir.



**Çizelge 7.2.30. İşletmelerin Sertifikalı Tohumluk Bulabilme Olanakları**

İller/ Tedarik Etme Durumu	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Evet</b>	220	75,60	139	80,35	175	81,02	<b>534</b>	<b>78,53</b>
<b>Hayır</b>	71	24,40	34	19,65	41	18,98	<b>146</b>	<b>21,47</b>
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.30'da işletmelerin özellikle sertifikalı hububat tohumculuğu tedarik etme olanakları incelenmiştir. İşletmelerin önemli bir bölümü (% 78.53), bu konuda herhangi bir sıkıntı yaşamadıklarını ve kolaylıkla sertifikalı tohum temin edebildiklerini ifade etmişlerdir.

**Çizelge 7.2.31. İşletmelerin Fark Ödemelerine İlişkin Düşünceleri**

İller/ Fark Ödemesi Yeterliliği Durumu	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Evet</b>	58	19,93	29	12,72	53	24,54	140	20,59
<b>Hayır</b>	233	80,07	144	63,16	163	75,46	540	79,41
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>228</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.31.'de işletme sahipleri ürettikleri ürünlere ilişkin fark ödemelerini yorumlamışlardır. % 79,41 gibi yüksek bir oranda fark ödemenin yetersizliğini vurgulamışlardır.

**Çizelge 7.2.32. İşletmelerin Firmalara Tohumluk Üretimi Yapma Durumu**

İller/ Tohumluk Üretimi	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Evet</b>	62	21,31	20	11,56	47	21,76	129	18,97
<b>Hayır</b>	229	78,69	153	88,44	169	78,24	551	81,03
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.32'de işletmelerin tohumculuk üretimi yapma durumu irdelenmiştir. İşletmelerin % 18.96'sı firmalar için tohumluk ürettiklerini ifade etmişlerdir.

### Çizelge 7.2.33. İşletmelerin Herhangi Bir Üretici Birliğine Üye Olma Durumu

İller/ Üyelik Durumu	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Evet</b>	235	80,76	134	77,46	158	73,15	<b>527</b>	<b>77,5</b>
<b>Hayır</b>	56	19,24	39	22,54	58	26,85	<b>153</b>	<b>22,5</b>
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.33.'te işletme sahiplerinin herhangi bir üretici birliğine üye olma durumu sorgulanmıştır. Üreticilerin % 77.5 gibi önemli bir bölümünün ilgili bir üretici birliğine üye oldukları anlaşılmıştır.

### Çizelge 7.2.34. İşletme Sahiplerinin Üye Oldukları Üretici Birlikleri

İller/ Üretici Birliği	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Trakya Birlik</b>	41	14,09	28	16,18	27	12,50	96	14,12
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop.</b>	76	26,12	25	14,45	52	24,07	153	22,50
<b>Sulama birliği</b>	6	2,06	7	4,05	17	7,87	30	4,41
<b>Damızlık birliği</b>	20	6,87	15	8,67	19	8,80	54	7,94
<b>Önder çiftçi</b>	16	5,50	3	1,73	12	5,56	31	4,56
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop.+ Sulama birliği + Damızlık birliği</b>	132	45,36	95	54,91	89	41,20	316	46,47
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.34'te üreticilerin üye oldukları üretici birliğinin ne olduğu şeklindeki soruya üreticiler çok farklı seçeneklerde yanıtlar vermişlerdir. Çizelge de üyelik durumları ayrıntılı olarak görülmektedir.

**Çizelge 7.2.35. İşletme Sahiplerinin Piyasaya Yeni Çıkan Çeşitlerden Ne Şekilde Bilgi Sahibi Olma Durumu**

İller/ Öğrenme Yöntemi	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Bayii</b>	54	18,56	32	18,50	33	15,28	119	17,50
<b>Bayii + Tarla günleri+Broşür</b>	52	17,87	9	5,20	19	8,80	80	11,76
<b>Tarla günleri</b>	70	24,05	32	18,50	66	30,56	168	24,71
<b>Kahve Toplantıları</b>	36	12,37	29	16,76	28	12,96	93	13,68
<b>Kahve toplantıları + Firma çalışanları</b>	64	21,99	59	34,10	52	24,07	175	25,74
<b>İnternet + Broşür</b>	15	5,15	12	6,94	18	8,33	45	6,62
<b>Toplam</b>	291	100,00	173	100,00	216	100,00	680	100,00

Çizelge 7.2.35.'te üreticilerin piyasaya çıkan yeni çeşitleri ne şekilde öğrendiklerine ilişkin yaklaşım biçimleri incelenmiştir. Kahve toplantıları ve firma çalışanlarının bu konuda özellikle etkili oldukları saptanmıştır (%25.74). Tarla günlerinin keza bilgi edinme hususunda etkili organizasyonlar olduğu anlaşılmaktadır (% 24.71). Bayilerinde üreticileri bilgilendirme de önemli bir fonksiyon üstlendikleri görülmektedir ( %17.56).

**Çizelge 7.2.36. İşletmelerin Piyasaya Yeni Çıkan Tohumları Deneme Süreleri**

İller/ Yeni Çeşitlerin Denenmesi	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>İlk yıl denerim</b>	96	32,99	39	22,54	63	29,17	198	29,12
<b>Birkaç yıl sonra denerim</b>	107	36,77	70	40,46	88	40,74	265	38,97
<b>Denemem</b>	32	11,00	20	11,56	48	22,22	100	14,71
<b>Beklerim</b>	56	19,24	44	25,43	17	7,87	117	17,21
<b>Toplam</b>	291	100,00	173	100,00	216	100,00	680	100,00

Çizelge 7.2.36.'da işletme sahiplerinin piyasaya yeni çıkan tohumları deneme sürecine ilişkin yaklaşımlar ele alınmıştır. Çoğunlukla üreticilerin temkinli olarak birkaç yıl sonra denemeye niyetlendikleri anlaşılmaktadır. (% 38.97). İlk yıl denediklerini ileri süren üreticilerin oranı da azımsanamayacak düzeydedir (%29.12).

### Çizelge 7.2.37. İşletme Sahiplerinin Tohumluk Kalitesini Değerlendirme Kriterleri

İller/ Kaliteyi nasıl anlarsınız?	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Ambalajından	40	13,75	25	14,45	35	16,20	100	14,71
Tohumun görünümü	30	10,31	29	16,76	18	8,33	77	11,32
Çimlenmesin den	35	12,03	22	12,72	16	7,41	73	10,74
Firmasından	98	33,68	36	20,81	56	25,93	190	27,94
Fiyatından	21	7,22	24	13,87	30	13,89	75	11,03
Hepsi	67	23,02	37	21,39	61	28,24	165	24,26
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.37’de işletme sahiplerinin mevcut tohumların kalitelerini ne ölçüde ve hangi kriterlere göre değerlendirdiklerine ilişkin veriler sıralanmıştır. % 27.94’ü ilginç bir bulgu olarak firma imajını öne sürmüşlerdir. Diğer kriterler ayrıntılı olarak çizelgede görülmektedir.

### Çizelge 7.2.38. İşletmelerin Bölgede Yapılan Tarla Günlerini Yeterli Bulma Durumu

İller/ Yeterli Bulma	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Evet	117	40,21	42	24,28	66	30,56	225	33,09
Hayır	174	59,79	131	75,72	150	69,44	455	66,91
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 7.2.38’de işletme sahiplerince bölgelerde yapılan çeşitli tarla/ hasat günlerini yeterli bulup/ bulmadıklarına ilişkin düşünceleri ele alınmıştır. Yetersiz şeklinde yanıtlayanlar (%66.91) oldukça yüksek oranda bulunmuştur.

### Çizelge 7.2.39. İşletme Sahiplerinin Bölgede Yapılan Tarım Fuarına Katılma Durumu

İller/ Katılım	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Evet	234	80,41	133	76,88	164	75,93	531	78,09
Hayır	57	19,59	40	23,12	52	24,07	149	21,91
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 2.7.39’da işletme sahiplerinin bölgelerde yapılan çeşitli tarım fuarlarına katılım durumları sorgulanmıştır. Üreticiler çok yüksek oranda tarım fuarlarına ilgi gösterdiklerini ve katıldıklarını ifade etmişlerdir (%78.09).

**Çizelge 7.2.40. İşletmelerin Bitki Koruma Ürünlerini Satın Alma Yerleri**

İller/ Satın alınan yer	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Trakya Birlik</b>	20	6,87	4	2,31	30	13,89	54	7,94
<b>Tarım Kredi Koop.</b>	44	15,12	29	16,76	24	11,11	97	14,26
<b>Tarım Kredi Koop. + Bayiii</b>	55	18,90	18	10,40	13	6,02	86	12,65
<b>Bayiii</b>	67	23,02	51	29,48	40	18,52	158	23,24
<b>Ziraat Odaları</b>	15	5,15	15	8,67	24	11,11	54	7,94
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop. + Pancar Koop. + Ziraat Odaları</b>	38	13,06	12	6,94	40	18,52	90	13,24
<b>Trakya Birlik + Tarım Kredi Koop.+ Bayii + Pancar Koop</b>	25	8,59	15	8,67	17	7,87	57	8,38
<b>Bayiii+ Ziraat Odası</b>	14	4,81	14	8,09	22	10,19	50	7,35
<b>Trakya Birlik +Bayiii</b>	13	4,47	15	8,67	6	2,78	34	5,00
<b>Toplam</b>	291	100,00	173	100,00	216	100,00	680	100,00

Çizelge 2.7.40.’ ta üreticilerin bitki koruma ürünlerini nereden temin ettiklerine ilişkin veriler sıralanmıştır. Bayii (% 23.24) ile en çok tercih edilen satın alma yeri olurken; tarım kredi kooperatifleri(%14.26), ikinci sırada ilaç temin yeri olarak belirtilmiştir. Üreticiler çok farklı yerlerden tarımsal ilaç temin etme durumunda kaldıkları çizelgede ayrıntılı olarak görülmektedir.

**Çizelge 7.2.41. İşletmelerin Bitki Koruma İlaçlarına Olan İhtiyaçlarını Belirleme Unsurları**

İller/ Bitki koruma ürününü kim kullanıyor?	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Tarım danışmanı	37	12,71	20	11,56	31	14,35	88	12,94
Tarım danışmanı + İlaç firması yetkilisi	28	9,62	7	4,05	13	6,02	48	7,06
Tarım danışmanı + Bayii	44	15,12	5	2,89	22	10,19	71	10,44
İlaç firması yetkilisi	17	5,84	11	6,36	17	7,87	45	6,62
İlaç firması yetkilisi + Bayii	41	14,09	12	6,94	35	16,20	88	12,94
Bayiii	74	25,43	61	35,26	53	24,54	188	27,65
Tarım il/ilçe müdürlüğü	22	7,56	24	13,87	17	7,87	63	9,26
Ziraat Odası	0	0,00	2	1,16	0	0,00	2	0,29
Tohum firması yetkilisi	3	1,03	7	4,05	4	1,85	14	2,06
Kendim	25	8,59	24	13,87	24	11,11	73	10,74
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 2.7.41.' de tarımsal ilaçların kullanma gereksinimi konusunda etkilenme faktörleri ele alınmıştır. Bayiiilerin bu konuda en etkili \*\*\*\*\* uygun olduğu anlaşılmaktadır (% 27.65). Tarım danışmanları ve ilaç firması yetkilileri de aynı oranda üreticileri yönlendirdikleri görülmektedir.

**Çizelge 7.2.42. İşletme Sahiplerinin Tahıl Tohumlarını Nasıl İlaçladıklarına Göre Dağılımı**

İller/ Tohumluk ilaçlama yöntemi	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Kendim	43	14,78	12	6,94	49	22,69	104	15,29
Selektör	167	57,39	126	72,83	91	42,13	384	56,47
Bayii + Selektör	17	5,84	8	4,62	12	5,56	37	5,44
Bayiii	10	3,44	4	2,31	21	9,72	35	5,15
İlaç satın alıyorum	54	18,56	23	13,29	43	19,91	120	17,65
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 2.7.42.'de işletmelerin ürünlerini (tahıllar) ne şekilde ilaçladıklarına ilişkin veriler sıralanmıştır. Selektör (%56.47) yoluyla ilaçlama yöntemi yaygın kullanılırken; ilaçlı

satın aldığı belirten üreticiler ( %17.65) ikinci sırada bulunmuştur. Bizzat kendileri tarafından ilaçlama yapıldığını ifade eden üreticilerin oranı ise %15.29'dur.

#### Çizelge 7.2.43. İşletmelerin Tohumluk Kullanımına İlişkin Sıkıntıları

İller/ Sıkıntı Yaşanma Durumu	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Evet</b>	55	18,90	43	24,86	57	26,39	<b>155</b>	<b>22,79</b>
<b>Hayır</b>	236	81,10	130	75,14	159	73,61	<b>521</b>	<b>76,62</b>
<b>Yanıt Yok</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 2.7.43.'te işletmelerin daha önce tohumculuk kullanımına ilişkin sıkıntıları ele alınmıştır. Üreticilerin büyük bir bölümü (%76.62) bu konuda herhangi bir sıkıntı yaşanmadığını belirtmişlerdir.

#### Çizelge 7.2.44. Firmaların İşletmelerin Sorunlarına İlişkin Yaklaşımı

İller/ Firmadan-Bayiiden Dönüş Yapıldı mı?	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Evet</b>	148	50,86	72	41,62	104	48,15	324	47,65
<b>Hayır</b>	143	49,14	101	58,38	112	51,85	356	52,35
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 2.7.44'te firmaların üretici sorunlarına ilişkin geri dönüşleri tartışılmıştır. Üreticilerin bu konuda farklı düşündükleri ve yaklaşık yarısının firmalarının satış sonrası hizmetlerden memnun olduklarını ifade etmişlerdir (% 47.65).

#### Çizelge 7.2.45. İşletmelerin Yaşadıkları Başlıca Sorunlar

İller/ Tohumluk Problemi	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
<b>Torbadaki tohumun kalitesi iyi değil</b>	98	33,68	70	40,46	70	32,41	<b>238</b>	<b>35,00</b>
<b>Verim ve kalitesi düşük</b>	129	44,33	72	41,62	67	31,02	<b>268</b>	<b>39,41</b>
<b>Orobaş</b>	0	0,00	4	2,31	21	9,72	<b>25</b>	<b>3,68</b>
<b>Çimlenme</b>	20	6,87	12	6,94	34	15,74	<b>66</b>	<b>9,71</b>
<b>Köse görülüyor</b>	44	15,12	15	8,67	24	11,11	<b>83</b>	<b>12,21</b>
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 2.7.45’te işletmelerin firmalara ilişkin başlıca sorunları sıralanmıştır. Verim ve kalite düşüklüğü öncelikle öne sürülen sorun olurken (% 39.41), torbadaki tohumun kalitesinin iyi olmadığını ifade eden üreticilerin oranı oldukça yüksektir (%35.00).

**Çizelge 7.2.46.İşletme Sahiplerinin Özellikler Belirttiği Ek Sorular**

İller/ Çiftçi öneri ve soruları	Tekirdağ		Edirne		Kırklareli		Trakya	
	Adet	%	Adet	%	Adet	%	Adet	%
Ofis buğday fiyatlarını çiftçiye yansıtıyor	45	15,46	21	12,14	35	16,20	101	14,85
Hayvancılığa destek az	41	14,09	13	7,51	41	18,98	95	13,97
Tohum fiyatları yüksek	51	17,53	31	17,92	29	13,43	111	16,32
Devlet desteği yetersiz + tohum fiyatları yüksek	45	15,46	21	12,14	33	15,28	99	14,56
Ziraat odaları çiftçiye yeterince bilgilendiriyor	42	14,43	38	21,97	35	16,20	115	16,91
Tohum tanıtımları yetersiz + teknik destek az	49	16,84	26	15,03	30	13,89	105	15,44
Köseye dayanıklı çeşit olmalı	18	6,19	23	13,29	13	6,02	54	7,94
<b>Toplam</b>	<b>291</b>	<b>100,00</b>	<b>173</b>	<b>100,00</b>	<b>216</b>	<b>100,00</b>	<b>680</b>	<b>100,00</b>

Çizelge 2.7.46.’ da işletme sahipleri mevcut sorunlara ilişkin ek sorunlar ortaya koymuşlardır. Ağırlıklı olarak belirli bir sorun öncelikli olmamakla birlikte üreticiler yaklaşık aynı oranlarda bazı sorunları gündeme getirmişlerdir. Çizelgede bu sorunlar ayrıntılı olarak görülmektedir.



### 7.3. Tohumculuk Sektörünün SWOT Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi

Tohumculuk sektöründeki mevcut dinamik yapı SWOT analizi yöntemi aracılığıyla aşağıda ayrıntılı olarak değerlendirilmiştir:

<b><u>Güçlü Yönler:</u></b>	<b><u>Zayıf Yönler:</u></b>
<ul style="list-style-type: none"><li>✓ Kamuya ait izolasyon sorunu olmayan geniş tarım işletmelerin özel şirketlere tohumluk üretimi için kiralanabilmesi,</li><li>✓ Organik tarım ve iyi tarım uygulamaları sistemlerinin bitkisel üretimde giderek yaygınlaşması,</li><li>✓ Bitkisel üretime sağlanan desteklemeler,</li><li>✓ Tarımda AR-GE'ye yönelik çalışmaların varlığı,</li><li>✓ Sanayinin tarımla içiçe girmiş olması.</li><li>✓ Tarımsal sanayinin gelişmesine yönelik yatırımların varlığı,</li><li>✓ Pek çok konuda devlet desteklerinin varlığı,</li><li>✓ Yetiştirilmiş teknik elemanın varlığı,</li><li>✓ Türkiye'nin zengin tarım topraklarına, stratejik bölgesel konuma, işgücüne, deniz ve iç su kaynaklarına ve tohumluk üretimi için elverişli çok değişik ekolojilere sahip olması,</li><li>✓ Geleneksel tarımsal üretimin azalmış olması,</li><li>✓ Ekonomik ve ticari ilişkiler bakımından tüm Dünya ülkeleri ile irtibat halinde bulunmakta, uluslararası işbirliği için elverişli yetiştirilmiş insan gücü ile iletişim ve finans altyapısı bulunması</li><li>✓ Genç ve dinamik nüfusu, artan refah seviyesi yanında, büyük tüketici komşu ülkelerin varlığı nedeni ile sürekli artan tarımsal ürün dış satımı sonucunda tarım sektörü büyüme ve gelişme yolunda olup yurt içi tohumluk pazarı sürekli genişlemesi</li><li>✓ Ekonominin diğer alanlarında olduğu gibi tohumculuk sektöründe de örgütlü, deneyimli, gelişmiş Dünya ile yakın ilişkili dinamik bir özel sektör ve nitelikli işgücü bulunması,</li><li>✓ Sahip olduğu küçük ölçekli firmalar değişen şartlara hızla uyum sağlayabilmekte, gelişmiş ülke firmalarına göre çok daha dinamik davranabilmesi,</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 27 milyon adet parçalı araziye sahip küçük işletmelerin olması,</li><li>✓ Girdi maliyetlerinin her geçen gün yükselişi,</li><li>✓ Tarımsal üretimde ülkesel planlama eksikliği,</li><li>✓ Üretici organizasyonlarının etkin ve güçlü olmaması,</li><li>✓ AR-GE'ye yeterince kaynak ayrılmaması, ayrıca özel sektörün gerek kamu ve gerekse üniversiteler ile ortak Ar-Ge projeleri yapma ve sonuçlandırma geleneğinin olmaması,</li><li>✓ Tarım ürünlerinde piyasa düzenleme ve müdahale kuruluşlarının yetersizliği,</li><li>✓ Girdi kullanımında dışa bağımlılık,</li><li>✓ Bitki ıslahında yetersizlik,</li><li>✓ Teknoloji kullanımının tüm bölgelerde eşit olmayan dağılımı,</li><li>✓ Özellikle depolama ve pazarlama alt yapısının yetersizliği,</li><li>✓ Sertifikalı tohum ve fidan kullanımının bir türlü gerçek anlamda istenen seviyeye gelememesi,</li><li>✓ Üretim tekniklerinin yanlış kullanılması ve üreticilerin teknik eğitim seviyesinin yetersizliği.</li><li>✓ Sektördeki sermaye birikimi yetersiz, firmaların ölçeği ise küçüktür. Hazine, özel sektör araştırma çalışmalarına yeterli finansal ve teknik desteği verememektedir,</li><li>✓ Üniversitelerimizin sayıca bol olmasına karşın yetiştirdikleri elemanların niteliklerinin düşük olması, ihtisas konusu tohum olan bölümlerin açılmamış olmasıdır.</li><li>✓ Her geçen gün artan önem ve değerini tüketiciye anlatamaması. Zayıf ve yetersiz PIAR.</li></ul>

<p><b><u>Fırsatlar:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ En önemli fırsat; insan gücü: Çalışkan, kıvrak zekalı, takip eden genç bir nesil.</li> <li>✓ Teşvik, hibe, kredi ve diğer desteklerin sağladığı önem anlaşıldığı için devamının olması,</li> <li>✓ Yeni çıkarılacak olan miras kanunu ile arazi bölünmelerine engel olunması; toplulaştırma faaliyetlerinin hız kazanmış olması,</li> <li>✓ Her geçen gün artan gıda talebi nedeniyle bitkisel üretimin daha önemli hale gelmesi,</li> <li>✓ Tarımsal AR-GE çalışmalarının özel sektöre açılması</li> <li>✓ Havza bazlı üretim planlamasının hayata geçmiş olması,</li> <li>✓ Tarımın bir cazibe merkezi olarak farklı sektörlerden tarım sektörüne sermaye girişinin artması,</li> <li>✓ Sulu tarım yapılan arazilerin artması,</li> <li>✓ Ulusal ve Uluslararası örgütlerle işbirliği imkanlarının artması,</li> <li>✓ Tüketici taleplerinin ve bilincinin artmasıyla değişen arz yapısı,</li> <li>✓ Tarım sektörünün enflasyon risk artışının, diğerlerine göre daha az agresif olması,</li> <li>✓ Üreticilerin eğitim seviyesinin eskiye nazaran yüksek olması,</li> <li>✓ Verim ve kalitenin beraber talep oranının artış göstermesi,</li> <li>✓ Bilinçli girdi kullanımı,</li> </ul>	<p><b><u>Tehditler:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tarım politikalarında beklentinin bir türlü karşılanamamış olması,</li> <li>✓ Çevre faktörlerinin olumsuz etkilenmesi,</li> <li>✓ Vahşi sulama politikasının bir türlü terk ediliyor olmaması,</li> <li>✓ Ürün fiyat dalgalanmaları ve uluslararası spekülasyonlar,</li> <li>✓ Üretim maliyet artışları,</li> <li>✓ Tarım arazisinin tarım dışı kullanımı,</li> <li>✓ İş gücünün yetersiz olması ve her geçen gün işçi bulma zorlukları</li> <li>✓ Dünya'daki ekonomik ve siyasi krizler ve dış pazar zorlukları,</li> <li>✓ Özelleştirilmede yaşanan sıkıntılar, özelleştirme sonrası yaşanan işletme problemleri,</li> <li>✓ Tarım sektörünü ilgilendiren konularda yetki dağınıklığı,</li> <li>✓ Tarım alanlarının amaç dışı kullanımı,</li> <li>✓ Lojistik maliyetlerinin yüksekliği,</li> <li>✓ Kırsal alanda değişen demografik yapı ve genç nüfusun tarıma azalan ilgisi,</li> <li>✓ Medya kaynaklı bilgi kirliliği, bunun düzelmesinin zorlukları,</li> </ul>
---	--

Analiz sonucunda dikkat çekici zayıf yönler ve tehditler bulunmasına rağmen; özellikle Türkiye'nin zengin tarım topraklarına, stratejik bölgesel konuma, işgücüne, deniz ve iç su kaynaklarına ve tohumluk üretimi için elverişli çok değişik ekolojilere sahip olması, genç ve dinamik nüfusu, artan refah seviyesi yanında, büyük tüketici komşu ülkelerin varlığı nedeni ile sürekli artan tarımsal ürün dış satımı sonucunda tarım sektörü büyüme ve gelişme yolunda olup yurt içi tohumluk pazarı sürekli genişlemesi, ekonominin diğer alanlarında olduğu gibi tohumculuk sektöründe de örgütlü, deneyimli, gelişmiş Dünya ile yakın ilişkili dinamik bir özel sektör ve nitelikli işgücü bulunması, gibi faktörlerin oldukça etkin olması tohumculuk sektörünün gelecekte daha da güçlenerek gelişeceğini göstermektedir.

## 8. SONUÇ ve ÖNERİLER

Tarımsal üretim teknolojisinde, işletme ve pazarlama yöntemlerinde ortaya çıkan gelişmeler Dünya tarımının yeni bir yapılanma sürecine girmesine neden olmuştur. Tarım tekniklerinde meydana gelen değişimler, tarım işletmelerini çiftliklere ve fabrika şekline dönüştürebilmektedir. Bu durum tohumculuk sektöründe faaliyet gösteren firmaları çeşitli açılardan etkilemektedir. Firmalar bir yandan sektörün yapısal sorunları ile uğraşırken, diğer yandan devlet politikalarını, Dünyadaki konjonktürü ve tüketicilerinin (çiftçilerin) eğilimlerini takip etmek ve sorunları doğru tespit ederek uygun çözümler üretmekle mükellefler.

Araştırmada tohumculuk sektörünün genel durumu, firmalar arası rekabet koşulları ve firmaların bu rekabet ortamında ayakta kalabilmek ve pazar paylarını artırabilmek için uyguladıkları stratejiler ile ilgili belirlenen başlıca bulgular aşağıda sıralanmıştır:

- Türkiye’de faaliyet gösteren ilk tohumculuk firmaları yaklaşık 30 yıl öncesine dayanmakta ( %30.8 ); oysa ki kıyasıya rekabette buldukları Dünya’nın sayılı firmaları çoktan asırlık firmalar haline gelmişlerdir.
- Sermaye durumuna göre firmalar incelendiğinde; çok büyük bir oranla ( % 90 ) firmaların yerli sermayeye sahip oldukları görülmektedir. Bu oranın bundan sonra eksilen yönde değişmesini beklemek mümkün gözükmemektedir.
- Yine aynı şekilde ağırlıkla yerli olan bu firmaların çalıştıkları pazarlar da %57,7 oranıyla bölgesel pazarlar olarak tespit edilmiştir.
- % 40.4 oranında firma buğdaygil tohumculuğu yaptığına belirtirken; ikinci sırada sebze tohumculuğunun olması dikkat çekicidir. Bir diğer dikkat çeken konu da, ikinci sıradaki sebze tohumluklarına ait ürün grubunun tohumlukları ithalat rakamını sırasında bir numara olarak liste başında bulunmaktadır.
- Firmaların tohumculuk sektörü dışında ağırlıklı olarak; diğer ürünler kısmının en fazla tercih edilen kısım olarak çıkmış olsa da spesifik olarak kimyevi gübre ve ilaç önem arz etmektedir. Ek iş tercih etmeye neden olarak en çok firmalara maddi kaynak sağlama gösterilebilir. Firma tanınırlığı ve risk paylaşımı da diğer önemli sebeplerdir.
- Her ne kadar pazarlama ve üretim birimlerinin sayıları birbirine yakın olsada (%36,5- % 28,8 ); genellikle firmalar en çok elemanlarını üretim biriminde çalıştırdıkları ortaya çıkmıştır. Buna sebep olarak firmaların ağırlıklı buğdaygil grubunda çalıştıkları gösterilebilir.

- Daha çok genç olan sektörün, çalıştırdığı eleman sayısı da çok fazla tecrübesi olmayan kişilerden oluşmaktadır. % 60'tan fazla oranda kişiler en fazla beş yıl firmada çalışmaktadır.
- Tohumluk hazırlama tesisine sahip olma oranı % 70 iken; bunun daha çok (% 36,5 ) buğdaygil tohumculuğunda kullanıldığı gözükmektedir.
- % 63,5 oranında ülkemizde ıslah çalışması için gerekli kaynağın var olduğuna inanıldığı; %59,6 oranında yerli ıslaha sahip sektördeki firmaların, %56 sının araştırmacı kuruluş belgesine sahip oldukları; bu belgeye sahip olan firmaların % 34,6 oranıyla en fazla sebze tohumluğunda çalışan firmalar olması bize şu mutlu haberi vermektedir: En fazla döviz ödediğimiz sebze tohumu ithalatının ileride azalacağı ve bunun yerine ihracatının artacağıdır. İnsan ister istemez şu soruyu soruyor : Yağ var, şeker var, un var. Niye helva yapmıyoruz o zaman ?
- Firmalar piyasaya çıkacak yeni çeşitlerini yaklaşık % 20 oranında eşit olarak ilk yılda ve beş yıl içerisinde piyasaya çıkardıklarını belirtmişlerdir. Çeşitlerinin tamamının kendi argesinden geldiğini belirten firma sayısı % 34,6 oranıyla hiç te küçümsenecek değildir.
- Yaklaşık olarak % 50 oranında firmanın ithalat yaptığı günümüzde bunun ağırlıklı sebebinin yetersiz yurtiçi üretim olduğu sonucu çıkmıştır. Hem ticari tohumlukta hemde ana baba ithalatında en çok ithalat yapılan ülke A.B.D dir.
- Firmalar ticaretlerini en çok ( %25 ) ziraat odaları ile yaparken bunu 21,9 oranıyla özel bayiler bayiler izlemektedir.
- Firmalar yeni eleman alımı sırasında önem verdikleri kriterler arasında % 38,5 oranıyla en çok tecrübeli olma özelliği seçilmiştir.
- Sokaktaki vatandaşın % 90 oranında inanmadığı kanısına varılan biyo-teknolojik konuda; % 70'e yakın firma çalışma yapmayı arzu etmektedir.
- Üniversitelerin özel sektöre katkısının olduğuna tam olarak inananlarının oranının sadece % 2 olması; kısmen emin olanların ise % 63,5 gibi bir oranda olması; sektörün üniversitelerle arasının ne kadar uzak olduğunu göstermektedir.
- Bir çeşidin piyasada yerleşmesi ve bilinmesi için gerekli olan sürenin yaklaşık 3 yıl olduğu % 50 oranıyla; tespit edilmiştir.
- Firmaların % 80 'i satış sonrası teknik hizmet verirken; bu firmaların % 69,2 si ise sektörde ciddi bir rekabet olduğunu belirtmişlerdir. Bu rekabette de en çok tercih edilen enstrümanın % 38,5 ile fiyat olduğunu belirtmişlerdir.

- Tsüab'a üye olma oranı üyeler arasında 4 yıl ve üzeri olarak % 50 oranında tespit edilmiştir. Firmalar % 57,7 oranında Tsüab'ın faaliyetlerinin yetersiz kaldığını belirtmişlerdir.
- Firmalar % 61 oranında kısmen inandıkları 5553 sayılı Tohumculuk Kanununun % 71,1 oranında iyileştirilmesini düşünmektedirler.
- Firmalar sektörün en önemli problemlerinden olan nakit sıkıntısının; kredilendirmeye % 67,3 oranında iyileştirilebileceğine inanmaktadır.
- Sektörün en önemli sorunu % 34,6 oranıyla rekabet koşulları olarak tespit edilirken; vergilerin yüksek oluşuda % 21,1 ile ikinci sıradadır. Firmaların kendilerine göre en önemli sorunu ise; % 34,8 oranıyla kalifiye eleman bulunmasıdır. Yedi veya sekiz yıl öncesinde ziraat mühendislerinin iş bulması zor iken; şu anda firmaların kendilerine uygun kalifiye eleman bulmada zorlanmaları çok çarpıcı bir durumdur.
- Yeni bir çeşidin piyasaya sunulmasının % 38,5 oranında zor ve aynı oranda kısmen kolay olduğunu belirten sektör temsilcileri; TTSMM'nin yeni çeşitlerin tescil işlemlerinde kendilerine % 55,8 oranında yardımcı olduklarını belirtmişlerdir.
- % 38,5 oranında güven duygusu; şirketlerin en önemli avantajları olarak kabul edilirken;
- Firmalar % 57,7 gibi yüksek bir oranla kurumlarla ortak proje yapmadıklarını belirtmelerine rağmen; proje yapanlarının Tübitak ve Araştırma Enstitüsüyle ortak çalışma yapma oranı % 34,6 oranıyla iki kurumda da eşittir. Tarımsal hibe ve desteklemelerden % 65 gibi çok ciddi bir oranla faydalanmadıklarını belirten firma yetkilileri varken; bu hibe ve desteklerden faydalananların ise bu destekleri % 38,4 oranında tesis yapımı için kullandıklarını belirtmişlerdir.

İşletme sahiplerine ilişkin başlıca araştırma bulguları ise şöyle belirtilmiştir:

- Üreticilerin yaş ortalaması % 40.9 oranı ile 50 yaş ve üzeri olarak bulunurken; en genç üreticilerin Edirne ve Tekirdağ illerinde olduğu tespit edilmiştir. Genç nüfusun tarımdan uzaklaştığı çok açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır.
- % 66,5 oranıyla üreticilerimizin ilkokul mezunu oldukları; lisans eğitimi almış üreticilerin en fazla Tekirdağ ilinde olduğu tespit edilmiştir. Aslında ilk iki soru tarım sektörünün genel yapısını çok net ortaya koymaktadır. Yaşlı ve eğitim seviyesi ilkokul düzeyinde olan bir üretici topluluğumuz mevcuttur.

- Arazi büyüklükleri bakımından da Türkiye ortalaması ile aynı oranda bir değer çıkmış ve 50-100 de. arasında arazi varlığı % 16,9 oranıyla en çok tespit edilen arazi büyüklüğü olmuştur. En büyük parsellerin İstanbul ilinde olduğu, bunun sebebinin de özellikle Silivri ve Çatalca bölgesinde bulunan çiftlikler olduğu belirlenmiştir.
- % 49 oranıyla en fazla tercih edilen ürün deseni ayçiçeği ve buğday olurken; % 45,3 oranında üreticilerin hububat tohumlarını bütün satış kanallarından aldıkları ve tek bir kanala bağlı kalmadıkları tespit edilmiştir.
- Üreticilerin % 50 nin üzerinde gerek tohumları aldıkları kurumlardan ve gerekse firmalardan teknik destek aldıkları tespit edilirken; genelde işletme sahiplerinin en çok 2 yılda bir buğday tohumluklarını yeniledikleri ortaya çıkmıştır (% 38,8). Arpa tohumluğunun da yine 2 yılda bir yenilediği, arpa ekmeyen kişilerin de çok ciddi bir oranda olduğu tespit edilmiştir.
- % 53,3 oranında buğday çeşitlerinin tespit edilmesinde verim, kalite ve hastalıklara dayanıklılık ön plana çıkarken; bir önceki yıl işletme sahipleri Esperia, Pehlivan, Golia, Krasunia ve Tina çeşitlerini tercih ederken; yaşanan verim ve kalite problemleri nedeniyle bu çeşitleri Selimiye, Pehlivan ve Gelibolu olarak değiştirdikleri ve ürünlerini % 50' ye yakın oranda tüccarda değerlendirdikleri tespit edilmiştir.
- Arpa tohumluğunda da bir önceki yıl Sladaron çeşidi en çok tercih edilen çeşit iken; yaşanan verim ve kalite problemleri nedeniyle Barbarouse işletme sahipleri tarafından tercih edilmiştir. Yüksek verim ve iki sıralı olma özelliği arpa tohumlarının seçiminde etken olmaktadır.
- Ayçiçeği tohumluklarında işletme sahipleri verim, orabaşa dayanıklılık, eğik table yapısı ve yüksek yağ oranının önemli olduğunu vurgularken; tohumlukların satın alındığı yerlerde Trakya Birlik ve Tarım Kredi Kooperatifleri ön plana çıkmaktadır. İki kurum arasında ise Trakya Birlik özellikle Kırklareli ve Edirne illerinde yüksek oranda tercih edildiği saptanmıştır (%33).
- Ayçiçeği segmentleri arasında orabaşa dayanıklı çeşitlerin önemi % 59,7 oranı ile en önemli segment olarak genelde ve Tekirdağ ilinde tercih edilirken; IMI grubu çeşitlerin daha çok İstanbul ilinde tercih edildiği tespit edilmiştir. IMI grubu çeşitler daha çok işçilik maliyetlerinin yüksekliği nedeniyle ve arazilerin büyük olduğu yerlerde tercih edildiği bilinmektedir. Anketimizde de İstanbul ilinde arazi

büyükliğünün diğer illere göre ön plana çıktığını daha önce tespit etmiş olmamız bize bunu doğrulamaktadır.

- Ayçiçeği ürünü % 41,1 oranında Trakya Birlik tarafından alınırken; yine Edirne ve Kırklareli illerinde Trakya Birliğin daha çok tercih edildiği, Tekirdağ ve İstanbul illerinde bu oranın daha az olduğu ortaya çıkmıştır. Buna sebep olarak genelde yağ fabrikalarının ve tüccarların Tekirdağ ilinde aktif olmaları bir neden olarak gösterilebilir.
- Tunca çeşidinin işletme sahiplerince % 43 gibi çok yüksek bir oranda tercih edildiği; bir önceki yıla göre Tunca'nın tercih edilme oranının verim ve yağ oranındaki yükseklik avantajı nedeniyle olduğu tespit edilmiştir. Tunca çeşidinden sonra LG 5580 çeşidi ilgi çektiği işletme sahiplerince vurgulanmıştır.
- % 72,5 oranında işletme sahiplerinin sulama yapamadıkları tespit edilirken; sulama yapanların % 38,5 oranıyla en fazla Edirne ilinde olduğu vurgulanmıştır. Sulama kaynakları olarak kanal, baraj, gölet, yer altı suları ve dereler kullanılmaktadır.
- Mısır tohumluğu seçiminde verim, erkencilik, uzun boylu olması, bol yapraklı olması ve tohumluk fiyatı etken olurken; işletme sahiplerinin tohumluklarını daha çok kooperatiflerden aldığı tespit edilmiştir. Bunda özellikle Damızlık Birlikleri önemli olmaktadır. Üreticilerin çeşit tercihlerinde bu özellikleri aramalarının tek sebebi; mısır tohumluğunun % 80 oranında silajlık amacıyla ekiminin yapılması gösterilebilir.
- İşletme sahipleri yaklaşık % 24 oranında PR 64 Y 53 ve C 955 çeşitlerini tercih ettikleri; bu çeşitlerin bir önceki yılda da ilk tercih edilen çeşitler oldukları ancak beğeni oranının arttığı; tanelik amacıyla yapılan üretimlerin değerlendirilmesinde tüccarların etkili olduğu gözlemlenmiştir.
- İşletme sahiplerinin % 84,3 oranında bir üretici birliğine üye oldukları, üye olan işletme sahipleri arasında tüm birlik ve kooperatiflere üye olan işletme sahiplerinin oranının %45 olduğu; işletme sahiplerinin % 84,3 oranında tohumluk firmalarına tohum üretmedikleri; % 80 oranında sertifikalı tohum desteklerini yeterli bulmadıkları ancak buna bağlı olarak aynı oranda arzu ettikleri bulmada zorluk çekmedikleri tespit edilmiştir.
- İşletme sahipleri yeni çeşitleri tarla günlerinden ve firmaların üzenlediği kahve toplantılarından öğrendiklerini belirtmiştir ( % 25,1 ). Tarla günleri en fazla Tekirdağ'lı işletme sahiplerinin tercih ettiği tespit edilmiştir ( % 35,1 ). Tarla günlerine katılım ve önemi bu kadar fazla olmasına rağmen yapılan organizasyonlar % 69,5 oranında

yeterli bulunmamaktadır. % 82,2 oranında katılım sağlandığı belirtilen fuarlar da firmaların pazarlama faaliyetlerini aktif kullanımları için bir şans denebilir. Bu işletme sahiplerinin % 38,3 oranı yeni çeşitleri bir kaç yıl sonra denediklerini belirtmiş olmakla birlikte; ilk yıl denerim diyenlerin oranı da % 32,9 dur. Tekirdağ ilindeki işletme sahipleri hem ilk yıl hemde bir kaç yıl içinde denerim diyenler içinde % 37,9 oranıyla ilk sırayı almışlardır.

- Tohumluk kalitesini belirlemede firmaya olan güven oranı % 31,9 ile ilk sıradadır. Üreticilerimiz inandığı ve bildiği firmanın tohumluklarından kalite yönünden problem olmayacağına inanmaktadır. Hatırlanacağı gibi firmalar içinde en avantajlı yönderi incelenirken firmaya olan güven seviyesinin yüksek olduğunu tespit etmiştik. Bu nedenle güvenin hem firmalar açısından, hem de üreticilerimiz açısından önemli olduğu tespit edilmiştir.
- Tohumluk ihtiyaçlarını kooperatiflerden karşılayan işletme sahipleri; bitki koruma ürünlerini ise % 25,9 oranında bayilerden karşılamaktadırlar. Bu ürünlere olan ihtiyacı yine % 33 oranında bayiler belirlemekte ve üreticilerimiz buradan aldığı tavsiyeye uymakta.
- İşletme sahipleri % 81,9 oranında tohumlukla ilgili bir problem yaşamamasına rağmen; problem yaşamış olanların % 54,6 sı bayilerden veya firmalardan kendisine geri dönüş olmadığını belirtmiştir. Toplamda 100 kişi içinden 18 kişinin problem yaşadığını göz önüne alacak olursak; ilgisiz kaldığını belirten kişi sayısı yüz kişi içinde 9-10 kişi olarak sınırlı kalmıştır. Üreticilerin yaşadığı en sık problem torbadaki tohumun kalitesinin yeterli olmaması ( % 39,6 ) olarak belirlenmiş, tohumluk ebatının önemli olup olmadığı sorusuna % 75,4 oranında önemli cevap verilmiş olması da bu problemin en önemli problem olduğunu pekiştirmektedir. Üreticilerin sıkıntılarının ve problemlerinin çözümü için başvurabileceği yerler olduğuna olan inancı ise % 45,7 dir.
- İşletme sahipleri % 17,6 oranı ile kendilerinin etkin sesi olması gereken ziraat odalarının daha etkin olması için neler yapılabilir sorusunun bu anketteki eksik kalan kısım olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonucun çıkmış olması anketin gerçekleri yansıtmasını görme açısından sevindirici olurken; nüfusunun % 30'una yakını üretici olan bir ülkenin çiftçi örgütlerinin yeteri kadar güven sağlamadığını görmek bir o kadar üzücüdür.



Tohumculuk sektörüne ilişkin belirlenen başlıca sorunlar aşağıda sıralanmıştır :

Türkiye’de tarım işletmelerinin çok parçalı ve küçük olması; TÜİK verilerine göre, çeşitli kesimlerce Türkiye’de, tarım arazilerinin mirasa konu olması sebebiyle tarım arazilerinin sürekli parçalandığı (27 milyon(*Gürbüz ve Turhan, 2009*)) bölündüğü ve bugün ortalama işletme büyüklüğünün 5,9 hektara kadar düştüğü sıkça dile getirilmektedir. Ortalama işletme büyüklüğünün AB’de ortalama 18,5, Amerika’da ise 150 hektar civarında bulunmaktadır.

- Girdi maliyetlerinin artış eğiliminde olması,
- Tarımsal üretimde ülkesel planlama eksikliğinin bulunması
- Üretici organizasyonlarının etkin ve güçlü olmaması,
- AR-GE’ye yeterince kaynak ayrılmaması, ayrıca özel sektörün gerek kamu ve gerekse üniversiteler ile ortak Ar-Ge projeleri yapma ve sonuçlandırma geleneğinin olmaması,
- Tarım ürünlerinde piyasa düzenleme ve müdahale kuruluşlarının yetersizliği,
- Girdi kullanımında dışa bağımlılık,
- Bitki ıslahında yetersizlik,
- Teknoloji kullanımının tüm bölgelerde eşit olmayan dağılımı,
- Özellikle depolama ve pazarlama alt yapısının yetersizliği,
- Sertifikalı tohum ve fidan kullanımının bir türlü gerçek anlamda istenen seviyeye gelememesi,
- Bazı bölgelerde üretim tekniklerinin halen yanlış kullanılması ve üreticilerin teknik eğitim seviyesinin yetersizliği.
- Sektördeki sermaye birikiminin yetersiz olması,
- Firmaların genellikle küçük ölçekli bir yapıda olması bu nedenle de araştırma çalışmalarına yeterli finansal ve teknik desteği bulamaması,
- Kaliteli tohum üreten ve kullananlara yeterli “destek” verilmemesi,
- Tarım politikalarında beklentilerin bir türlü karşılanamaması,
- Ürün fiyat dalgalanmaları ve uluslararası spekülasyonlar,
- Dünyadaki ekonomik ve siyasi krizler ve dış pazar zorlukları,
- Özelleştirilmede yaşanan sıkıntılar, özelleştirme sonrası yaşanan işletme problemleri,
- Tarım sektörünü ilgilendiren konularda yetki dağınıklığı,
- Bir çok bölgede kuraklık ve su yetersizliği,
- Lojistik maliyetlerinin yüksekliği,

- Dünya gıda stoklarında istikrarsızlık,
- Kırsal alanda değişen demografik yapı ve genç nüfusun tarıma azalan ilgisi,
- Medya kaynaklı bilgi kirliliği,
- Toplam pazar büyüklüğünün tam olarak bilinmemesi
- Pazarın kim tarafından kontrol edildiği (büyük firmalar, devlet, tüketici örgütleri?)
- Tedarikçilerin, satıcıların ve müşterilerin gücünün ölçüsü
- Rekabetin derecesi ve bu konuda sektörün sınırlarının saptanamaması

Sektörün ilerlemesi yönündeki çabalar, tohumculuk sektörünün paydaşları tarafından aynı hassasiyette algılanmadığı ve değerlendirilmediği sürece başarılı olunması mümkün görülmemektedir. Bu nedenle amaca ulaşmak için söz konusu paydaşların aynı noktadan bakmaları ve aynı yöne odaklanmaları mecburiyeti bulunmaktadır. Bu husus, dikkatlice irdelendiğinde aslında potansiyel olarak elde edilen en büyük avantaj olarak görünmektedir. Ancak aynı yaklaşım, çıkar birlikteliği göz ardı edilerek paydaşların sadece münferit öncelikleri dikkate alınarak yapıldığında dezavantaj olma özelliğini de beraberinde taşımaktadır. Önemli olan avantajın maksimize edilerek, dezavantajın olabildiğince bertaraf edilebilmesidir.

Bu sorunların giderilmesine yönelik bazı öneriler şöyle sıralanabilir:

- Bölgesel güç olma yolunda hedef pazarların belirlenmesi ve bu pazarlara yönelik gerekli pazar araştırmalarının önceden ve titizlikle yapılması,
- Gerek yeni pazarların oluşumuna ve gerekse hedef pazarlara girişe imkân sağlayacak ekonomik ve siyasi planların oluşturulması,
- Rekabette hâlihazırda elde edilen kazanımların korunması ve geliştirilmesi için gelişmiş ülkelerdeki teknolojik gelişmelerin yakından takibi ve erişimine temin yollarının tespit edilmesi,
- Gerek ülkesel pazarda yerli sektörün ağırlığının artırılması ve gerekse hedef pazarlarda sürdürülebilir kalıcılığın sağlanmasını temin etmek için teknolojiye erişim, kullanım oranının artırılması ve teknoloji geliştirme yönünde ihtiyaçların belirlenmesi,
- Sektörün ihtiyaç duyduğu eğitimli insan kaynağının yaratılmasına yönelik programların hazırlanarak bunların uygulamaya konulması,
- Mevcut kurulu ar-ge kaynaklarının sektörün talepleri doğrultusunda ve kontrolünde etkin bir biçimde kullanılması,

- Sektörün en önemli dinamiklerinden biri olan sertifikalı tohum üretim ve kullanım desteklerinin amaçlarının, yöntemlerinin ve miktarlarının çok iyi tespit edilmesi gerekmektedir.
- Türkiye, tarımsal üretimini yönlendirebilmek ve verimliliğini artırabilmek için, Türk tarımındaki ve diğer sektörlerde ortaya çıkan gelişmeler yanında, Dünya tarımında ve ekonomisinde orta çıkan gelişmeleri de yakından izlemeli ve buna uygun stratejiler geliştirmelidir.
- Kırsal kalkınmayı sağlayacak iyileştirmelerin yapılması ve bu yolla üreticiye yeterli gelir sağlanmalıdır.
- Tarım tekniklerinin daha etkin bir şekilde uygulanmasına olanak verecek ve uzun dönemde devlet desteğine gerek olmaksızın yurtiçi ve yurtdışı serbest piyasa koşulları altında kendi ayakları üzerinde durabilecek optimal tarım işletmeleri oluşturulmalıdır.
- Tarıma dayalı sanayilerin ve tarımsal pazarlama hizmetlerinin geliştirilmesi ile tarımsal ürünlerde katma değer artırılması, tarımsal üretim ve pazarlama faaliyetlerinin bütün aşamalarını kapsayacak şekilde etkin bir araştırma, haberleşme, yayım ve eğitim sisteminin oluşturulması ile tarımsal faaliyetlerde verimliliğin sürekli artırılması sağlanmalıdır.
- Katma değer artırılması amacıyla işlenmiş tarım ürünlerinin üretim ve pazarlanmasına ve rekabet koşulları her geçen gün zorlaşan Dünya piyasalarından daha fazla pay alabilmek amacıyla ürünlerin kalite, norm ve standartlar bakımından iyileştirilmesine önem verilmelidir.

Rekabet politikasının temel felsefesi oyunun kurallarının belirlenmesi ve kurallara uymayan davranışların cezalandırılmasıdır. Rekabete ilişkin düzenlemeler, rekabet özgürlüğü alanlarının belirlenerek işletmelere esit ve serbest rekabet edebilme fırsatını vermek amacıyla ortaya konulmaktadır. Özetle, daha etkin bir piyasanın oluşumu ve sürdürülmesi rekabet kuralları olarak adlandırabileceğimiz düzenlemeleri zorunlu kılmaktadır. Daha etkin bir piyasa ise, toplumsal refahın yükselmesi sonucunu doğurmaktadır.

AB'nin mevzuatı ile uyumlu bir rekabet yasasının sadece kabul edilmesi değil aynı zamanda etkili bir biçimde uygulanması Türkiye'nin üstlendiği bir görevdir. Türkiye'nin ekonomik açıdan güçlenebilmesi için tek çözüm yolu teknolojik olarak üstün özelliklere sahip, kalitesi Dünya standartlarında, katma değeri yüksek ürünler üreten bir sanayi yaratması ve böylece küresel pazarda yerini almasından geçmektedir. (*Gürbüz ve Turhan, 2009*)

- Kısa ve orta vadede; izlenecek politikalarla yurtiçi tohumluk üretimine ağırlık verecek kuruluşların bütün vasıta ve imkanlarla teşvik edilmesi ve yurtiçi üretimi yetersiz olan tür ve tohumlukların özendirilmesi için tüm kolaylıklar sağlanmalı,
- 5553 sayılı kanun sonrası sektördeki yapılanmadan dolayı karşılaşılan sorunlar ve anlayış farklılıkları ortadan kaldırılmalı, tıkanan kısımları, yönetmelikler ve mevzuatlarda düzenlemeler yapılmalı.
- Avrupa Birliğinde tohumculuk konusunda kısa, orta ve uzun vadede uyum sağlanmalı, sektörün uluslararası kuruluşlara ve tohumculuk sistemlerdeki üyeliği daha aktif oyuncu olması sağlanmalıdır.
- Kısa vadede yeni ıslah edilmiş olan çeşitlerin üreticilere daha kolay intikalini sağlamak amacıyla gerekli çalışmalar ve tanıtımlar arttırılmalı, Dünya’da meydana gelen yenilikler ve geliştirilen teknolojiler takip edilmelidir.
- Ülkemizde yetersiz üretimin olduğu ürünlerde yurt içi üretim artırılmalıdır. Yurt içi üretim yapmak amacıyla olan firmalar hazırladıkları projeler esas alınarak, ıslahçı istihdamı, araştırma-geliştirme, altyapı geliştirme, üretim gibi unsurlar yönünden desteklenmeli.
- Kendine döllen bitkilerde sertifikalı tohumluklara olan talep miktarının kullanılan toplam tohumluk miktarına gelinceye kadar izlenecek politikalarla sertifikalı tohumluğa olan talebi biraz daha artıracak mekanizmalar ön plana çıkarılmalı,
- Hububat tohumculuğunda büyük sorun olan kaçak tohumluk satışının tam olarak bitirilmesi için kanuni düzenlemelerin kesin ve net kararlara bağlandırılmalı, piyasa denetimi yapacak görevlilere ceazi müeyyede uygulayabilmeleri için gerekli yetki ve sorumluluklar verilmeli,
- Tohumculuk bölümlerinde ihtisas görmüş kalifiye teknik alt yapısı güçlü Ziraat Mühendisleri eğitim için üniversiteler ile temasa geçilmeli,
- Firmalara özellikle tanıtım, seminer ve toplantılarda kullanılmak üzere “ sunum teknikleri “ eğitimi verilmeli. Arazi çalışmalarında elde edilen sonuçların toplantı, fuar ve organizasyonlarda kullanımı hakkında destekleme modelleri geliştirilmeli,
- Özellikle yurtdışı fuar ve organizasyonlara sektör bazında genel bir katılım sağlanarak sektörün ne kadar geliştiği vurgulanmalıdır.

Sonuç olarak, ülkemizde tohumculuk sektörünün geleceğe dönük ümit verici olarak ulaştığı seviye ve gelişim dikkate alındığında yakalanan ivmenin korunması ve ileriye

götürülmesi zorunluluğu, içinde bulunduğumuz bu süreçte tarım sektörünün sahip olduğu ve giderek artan stratejik önemi dikkate alındığında daha da önem kazanmıştır. Bundan sonra izlenecek hedef ve stratejiler ise; ülkemizde AB ile uyumlu, çağdaş ve günümüzün gereklerine uygun olarak yapılanmış, uluslararası rekabete açık, köklü ve gelişmiş kuruluşların mevcut olduğu tohumculuk sektörünü geliştirmektir. Tohumculuk sektörü bu amaçla sektör olarak bir bütünlük içinde geliştirilmeli ve desteklenmelidir.

## KAYNAKLAR

- Acar Ş (2008). Avrupa Birliği ve Türkiye’de Tohumculuk Sektörünün Yapılanması. AB Uzmanlık Tezi, T.C. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Ankara.
- Açıkgöz N (2002). Biyoçeşitlilik, Biyogüvenlik ve Biyoteknoloji ve Çeşit Geliştirme Stratejilerindeki Değişmeler. Türkiye I. Tohumculuk Kongresi, Ege Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, 11-13 Eylül, s. 47-65, Bornova, İzmir.
- Açıkgöz N (2007). Yeni Tohumculuk Stratejileri Gerekliyor. Cumhuriyet, Tarım Gıda Hayvancılık, Yıl:2 Sayı:29, S.10.
- Adamson W.J (2004). Industry Dynamics Analysis. Social Business Consulting Group.
- Akgün İ, Kaya M (2003). Türkiye’de Tohumculuğun Dünü ve Bugünü. Süleyman Demirel Üniv. Fen Bilimleri Ens. Derg. 7:1, S.35-46.
- Alikent N. ( 1995 ). Türkiyede Tarımsal Ürünler Pazarlaması Üzerine Bir İnceleme Sayı: 547
- Altındal D, Akgün İ (2007). Yeni Tohumculuk Yasası ve Türk Tarıma Etkileri. Süleyman Demirel Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 2:27-35.
- Anonim ( 1994, 2000).
- Anonim (1995). Tarımda Yapısal Uyum, Destekleme ve Uluslararası Piyasalara Entegrasyon. *VII.Beş Yıllık Kalkınma Plânı ÖİK Raporu*, Yayın No:DPT:2409-ÖİK:470, Ankara.
- Anonim (2001). Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyonu, Tohumculuk Alt Komisyon Raporu. T.C. Başbakanlık Devlet Planlama Teşkilatı Ocak 2000, S.106.
- Anonim (2004). Türkiye’de Tohum Tedariki İçinde Özel Sektörün Yeri.
- Anonim (2012). T.C. Ekonomi Bakanlığı Tohumculuk Sektör Raporu. Ankara.
- Anonymous (2012). Tohumculuk Sektör Raporu, TİGEM
- Anonymous (2013). Tohumculuk Sektör Raporu, T.C. Ekonomi Bakanlığı, İhracat Genel Müdürlüğü Tarım Ürünleri Daire Başkanlığı Sektör Raporları
- Baldemir E, Keskiner A (2003). Devalüasyon ve Bazı Makro Ekonomik Değişkenlerin Dış Ticaret Üzerine Etkisinin Panel Veri Yöntemiyle İncelenmesi: 1987-2001 Arasında Türkiye, Almanya, İtalya, Hollanda, İngiltere, ABD Arasında Dış Ticaret Örneği”, *VI. Ulusal Ekonometri ve İstatistik Sempozyumu*, Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Baraz ve Besler. (2010). Rekabet Analizi makalesi.
- Bartlett A ( 1989 ). Managing Across Borders. Harvard Business School Press, Boston.
- Bozkurt B (1993). Tohumculuğumuzun Dünü, Bugünü ve Geleceği. Ziraat Müh. Dergisi, Sayı: 270,S.3-5, Ankara.

- Dellal İ, Giray F.H., (2002). Tohumculuk, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, T.E.A.E. Bakış, ISSN 1303-8346, Aralık, sayı 1, nüsha 1.
- Dinçer R (1997). Tohumculuk Sanayiinin Yeri ve Gelişimi. Ziraat Mühendisleri Dergisi, sayı,304, S.28-30.
- Doğan S (2004) Dünya Tarım Ürünleri Ticaretinin Liberalleşmesine Yönelik Düzenlemelerin Türkiye'nin Tarım ve Ticaret Politikaları Üzerine Etkileri. Doktora Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Doz A, Prahalad K ( 1987 ). The Multinational Mission. The Free Press, New York.
- Dölekoğlu T (2003). Türkiye'nin Tarım Ürünleri Dış Ticareti. *T.E.A.E. Bakış*, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, Sayı:2,
- Ertuğrul C (1995). Dünya Tarım Politikalarında Ortaya Çıkan Gelişmeler Karşısında Türk Tarımı. Planlama Uzmanlık Tezi, Ankara, S.20.
- Eraktan G (2002). Destekleme Sisteminde Değişim Küreselleşme ve Türkiye Tarımı. Tarım Haftası Sempozyumu, Ankara.
- Elçi A (2000). Türkiye'de Tohumculuğun Durumu ve Gelişimi. Türkiye Ziraat Mühendisliği V. Teknik Kongresi, 17-21 Ocak, II. Cilt, 859-870.
- Elçi A (2004). Tohumculuk Sektörünün Sorunları ve Çözüm Yolları, Hasad, Ocak 2004, sayı 224, S.30-32.
- Elçi A (2013), TÜRK-TED, Ankara, <http://www.zmo.org.tr>,
- Fırat, A.F, Boyacı H.F., Özçelik N. (2002). Antalya Bölgesinde Sebze Tohumculuğunun Durumu. 1. Tohumculuk Kongresi, S,75-79, İzmir.
- Geçit H, Bayraktar N, Koçak N (2011). Türkiye'de Tohumculuğun Durumu. IV. Tohumculuk Kongresi, Samsun.
- Gençtan T, Alan R, Yanmaz R (1990). Türkiye Tohumculuğunun Teknik ve Ekonomik Yönleri ve Tohumluk Politikasının Değerlendirilmesi. Türkiye Ziraat Mühendisleri 3.Teknik Kongresi, 8-12 Ocak 1990, S. 165-176, Ankara.
- Güngör H, Güngör G (2001). Trakya Bölgesi Un Sanayii Sektör Analizi. Trakya Üniversitesi Araştırma Fonu Projesi, Proje no: 301, Tekirdağ.
- Hamel G, Prahalad K ( 1989 ). Strategic Intent. HBR, No: 3, S. 63-76.
- Hammer M, Champy J (1993). Reengineering the Corporation. Harper Business, S.32-33, New York.
- Harmanşah F (2011). Türkiye Tohum Sektörünün Gelişim Süreci Üzerine. Tarım Market, Sayı:33.
- İhracatı Geliştirme Merkezi (İGEME) (2004). Tarım ve Gıda İhracat Potansiyeli. İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi,Ankara.

Johnson H. T (1992). Relevance Regained. The Free Press, S.23-24, New York.

Karafakıoğlu M.( 2006 ) Pazarlama İlkeleri Sayı: 2

Karahan S (2003). Ülkemizde Çeşit Geliştirme ve Tohumculuğun Durumu. Uluslararası Tohumculuk Sempozyumu, T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Tarımsal Araştırmalar Genel Müdürlüğü, 18 Eylül 2003, ATO Salonu, Ankara.

Kaynak L. Onus A.N (2000). Türkiye Sebzeçiliğinin Tohumluk Sorunu. Türkiye Ziraat Mühendisliği V. Teknik Kongresi, 2. Cilt, 871-879, 17-21 Ocak, Ankara.

Kesbiç C. Y, Ürüt S (2004). Rekabet Gücü ve Global Rekabette Türkiye'nin Yeri. Finans Politik&Ekonomik Yorumlar Dergisi, Sayı: 483, S.56-59.

Kesbiç C. Y, Baldemir E, Doğan S ( 2004 ). Rekabet Gücü Göstergeleri: Türk İmalat Sanayi İçin Veri Zarflama Analizi-Malmquist Toplam Faktör Verimliliği Endeksi Uygulaması. İktisat-İşletme ve Finans Dergisi, Sayı: 220, S. 64-65.

Krugman P ( 1994 ). Rethinking International Trade. The MIT Press, S.255, USA.

Kotan Z, Sayan S (2003) . Türk İhraç Ürünlerinin AB Pazarında Güney Doğu Asya Ülkelerine Karşı Rekabet Gücünün Analizi: 1990-99. Ekonomik Yaklaşım Dergisi, Sayı: 44-46, Cilt: 14, S.1-19.

Küçükıymazlar A (2004) . İstanbul Ticaret Odası Sektör Araştırması. Ankara.

Mucuk İ. (2007). Pzarlama İlkeleri Sayı: 16

OPD Tohumculuk Raporu (2005).

Özbuğday A (2009). Sektörel Araştırma Dosyaları. Tohumculuk Eki, Dünya Gazetesi, İstanbul.

Porter M ( 1990 ). The Competiteve Advantage of Nations. A Division of Macmillan Inc, S.71, New York.

Saraçoğlu B, Köse N ( 2000). Buğdaya Dayalı Gıda Sanayinde Türkiye'nin Rekabet Gücü: Ekonometrik Analizler. İşletme-Finans Dergisi, Sayı: 176, S. 53-54.

Smith S ( 1995 ). World Class Competitiveness. Managing Service Quality, Vol: 5, No: 5, S. 36-42.

Şahin M. Y (2002). Ülkemizde Tarım Sektörünün Yeri, Önemi ve Sektöre İlişkin Teşvik Uygulamaları. Hazine Müsteşarlığı Araştırma ve İnceleme Dizisi, Sayı:30, Ankara.

Tigem (2011). Tohumculuk Sektör Raporu.

Tuncer, H.O., (1990). Tohumculuk Sanayii Gelişimi. Türkiye Ticaret Sanayii Deniz Ticaret Odaları ve Ticaret Borsaları Birliği, TOBB yayın no: 159, S. 2-27, Ankara.



Turan , D (2012). Türkiye’de Kuruyemiş Sektörü, Firmalar Arası Rekabet ve Tüketicilerin Eēilimleri. Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Tekirdaē.

Trkte (2009). Türkiye Tohum Sektörü Kitapçı. Ankara.

Uludaē P (2010). Türkiye’de Dondurma Sektörü Tüketicilerin Eēilimleri ve Firmalararası Rekabet. Yüksek Lisans Tezi, Namık Kemal Üniversitesi, Tekirdaē.

Yaēdı K, Yılmaz K, Sezer N, Aydemir A, Baēcı S,A Türkiye’de Tarla Bitkileri Tohumluk retimi ve Kullanımı İle Tohumculuk Sisteminin Genek Deēerlendirmesi. Ankara.

Yılmaz K, Sezer N, Kabaklı B (2008). Tohumluklarda Kalite Sistemi, Bitki eşitlerinin Kayıt Altına Alınması ve AB’ye Uyum alışmalarının Türkiye Tohumculuk Sektörüne Etkileri. Ülkesel Tahıl Sempozyumu, S.363, Konya.

## TEŞEKKÜR

Uzun süren doktora eğitimim boyunca benden hiçbir desteğini esirgemeyen, olumlu ve yapıcı tavrıyla, hoşgörülü bakışı ve konusunda bilgisiyle mükemmel bir danışmanlık ve ağabeylik örneği gösteren hocam Sayın Prof. Dr. Hasan GÜNGÖR' e;

Tüm çalışmalarım sırasında bilgisiyle benden değerli desteğini esirgemeyen, bizzat çalışmalarına katkı yapan, düzeltmelerimde yardımcı olan, fikir hocam Sayın Yrd. Doç. Dr. Günay GÜNGÖR' e;

Çalışmalarım sırasında vermiş oldukları bilgi, doküman, teknik destek ve öngörüler nedeniyle G.T.H.B. BÜGEM Tohumculuk Dairesi Başkanı Sayın A.Metin KAYCIOĞLU'na ve değerli personeline, G.T.H.B TTSMM Müdürü Sayın Kamil Yılmaz'a ve değerli personeline, TSÜAB Genel Sekreteri Sayın Tayfur ÇAĞLAYAN'a, Genel Sekreter Yardımcısı Sayın Eyüp KÖKSAL'a; TÜRKTED Genel Sekreteri Sayın A. Müfit ENGİZ'e;

Anket çalışmalarım sırasında bana yardım ve desteklerini esirgemeyen Türk Tohumculuk Sanayisinin güzide firmalarına, değerli TSÜAB üyelerine;

Aylarca süren üretici anketlerinin oluşmasında büyük katkıları olan üreticilerimize;

Tezimin yazımı sırasında büyük destek ve yardımlarını gördüğüm Limagrain Türkiye'nin güzide personeline, değerli mesai arkadaşlarıma;

Tez çalışmam süresince bizler için en değerli şey olan beraber geçirilecek zamanların çalışmalarım nedeniyle paylaşılmasında desteğini benden esirgemeyen, anlayışıyla ve varlığıyla bana hep destek olan eşim Meral'e ve evimizin neşe kaynağı sevgili çocuklarımız Cihan ve Mina'ya teşekkürlerimi sunarım.

Bu tez, çocuklarının bir gün doktor ünvanı almalarını çok arzu eden rahmetli babam Nuri SARAÇOĞLU'na ithaf edilmiştir.

## ÖZGEÇMİŞ

1969 yılında İstanbul'da doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini Hayrabolu'da tamamladı. 1991 yılında N.Ü. Tekirdağ Ziraat Fakültesi Tarla Bitkileri Bölümünden Ziraat Mühendisi olarak; 1995 yılında ise aynı üniversitenin Fen Bilimleri Enstitüsü'nden Ziraat Yüksek Mühendisi olarak mezun oldu. İş hayatına 1989 yılında Tekirdağ Önder Çiftçi Projesi'nde yardımcı eleman olarak başladı. 1991 yılında aynı iş yerinde Tekirdağ Bölge Danışmanı oldu. 1994 yılına kadar yaklaşık 105 işletmenin her türlü tarımsal danışmanlık işlerini yönetti ve projenin dernek statüsü almasını sağladı. Üreticilerin hibrid mısır, ayçiçeği, buğday ve arpa tohumluklarının temini amacıyla ülkemizde ıslah ve araştırma, üretim, tohumluk process ve pazarlamasını yapan Limagrain Tohum Islah ve Üretim San.Tic.A.Ş.'ne 1994 yılında Bölge Teknik Danışmanı olarak girdi. Aynı şirkette 1994 yılında Pazarlama Koordinatörü; 1995 yılında Pazarlama Müdürü, 2004 yılında Genel Müdür Yardımcısı ve 2005 yılında da Genel Müdür oldu. Halen bu görevi sürdürmektedir.

Management School'da (Londra/İngiltere) yönetim ve iş idaresi, Kapelle /Hollanda 'da problem çözme ve karar verme yeteneği, Docking/ İngiltere' de buğday ıslah ve melezleme teknikleri, Marchena/ İspanya'da ayçiçeği melezleme programı ve orabaşa moleküler markör ile dayanıklılık test eğitimleri, Nerac/ Fransa'da mısır yetiştirme teknikleri ve deneme yönetim eğitimi ile Limagrain bünyesinde Dünya'da çalışan tüm personellerin içinden sadece sekiz kişinin seçildiği Paris/Fransa'da gerçekleştirilen gelecek CEO yönetici adayları yetiştirme eğitim programları başta olmak üzere onlarca üst düzey eğitim programlarına katıldı. Gerek yurtiçi ve gerekse yurtdışında olmak üzere yüzlerce fuar, seminer, kurs, tarla ve hasat günleri, toplantı ve tanıtım organizasyonlarında bizzat görev aldı.

İki şer dönem olmak üzere Türkiye Tohumcular Birliği ( TÜRKTÖB ) ve Tohum Sanayicileri ve Üreticileri AltBirliği'nin ( TSÜAB ) yönetim kurulu üyeliğini yaptı. Hali hazırda; Asya Pasifik Odalar ve Borsalar Birliği Temsilciliği ( CACCI ) ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ( TOBB) Genel Merkez Tarım Sektör Meclisinde ve Tekirdağ Ticaret Borsası'nda Başkan Yardımcısı olarak görev yapmaktadır.

İngilizce bilmekte; evli ve 2 çocuğu vardır.