

**T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ**



**ANTALYA İLİNDE SERADA SEBZE YETİŞTİRİCİLİĞİ ALANINDA
LİDERLİK TÜRLERİNİN SAPTANMASI VE KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ**

Miray KALAYCI

FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TARIM EKONOMİSİ

ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

TEMMUZ 2024

ANTALYA

**T.C.
AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ**



**ANTALYA İLİNDE SERADA SEBZE YETİŞTİRİCİLİĞİ ALANINDA
LİDERLİK TÜRLERİNİN SAPTANMASI VE KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ**

Miray KALAYCI

FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TARIM EKONOMİSİ

ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

TEMMUZ 2024

ANTALYA

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

**ANTALYA İLİNDE SERADA SEBZE YETİŞTİRİCİLİĞİ ALANINDA
LİDERLİK TÜRLERİNİN SAPTANMASI VE KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ**

**Miray KALAYCI
TARIM EKONOMİSİ
ANABİLİM DALI
DOKTORA TEZİ**

TEMMUZ 2024

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

**ANTALYA İLİNDE SERADA SEBZE YETİŞTİRİCİLİĞİ ALANINDA
LİDERLİK TÜRLERİNİN SAPTANMASI VE KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ**

Miray KALAYCI

TARIM EKONOMİSİ

ANABİLİM DALI

DOKTORA TEZİ

Bu tez/...../202..... tarihinde jüri tarafından Oybirliği / Oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Orhan ÖZÇATALBAŞ (Danışman)

Prof. Dr. Handan VURUŞ AKÇAÖZ

Prof. Dr. İsmet BOZ

Prof. Dr. Tayfun ÇUKUR

Doç. Dr. İlkey KUTLAR

ÖZET

ANTALYA İLİNDE SERADA SEBZE YETİŞTİRİCİLİĞİ ALANINDA LİDERLİK TÜRLERİNİN SAPTANMASI VE KARŞILAŞTIRMALI ANALİZİ

Miray KALAYCI

Doktora Tezi, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Prof. Dr. Orhan ÖZÇATALBAŞ

Temmuz 2024; 126 sayfa

Bu çalışmanın temel amacı, Antalya ilinde kırsal alanda örtüaltı üretim alanında liderlerin sosyal ağ analizi ile belirlenmesi, lider türlerinin ve lider olmayı etkileyen faktörlerin tespit edilmesidir. Araştırmada, örtüaltı üreticilerinin oluşturduğu ağları, ağda yer alan aktörleri ve aktörlerin birbirleri arasındaki etkileşimleri ve bilgi paylaşım ağlarının ortaya konulması amaçlanmıştır. Bu kapsamda, kırsal alanlarda faaliyet gösteren üreticilerin sosyo-ekonomik özellikleri, tarımsal faaliyetleri, bilgi kaynakları, tarımsal yenilikleri benimseme tutumları ve liderlik algıları incelenmiştir.

Araştırma kapsamında, Serik, Aksu ve Kumluca ilçelerindeki 104 üretici ile yüz yüze gerçekleştirilen anketler aracılığıyla elde edilen veriler analiz edilmiştir. Anket uygulaması yapılan üreticilerin seçiminde kartopu örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Tanımlayıcı istatistikler ve sosyal ağ analizi kullanılarak üreticilerin sosyo-ekonomik özellikleri, tarımsal faaliyetleri, bilgi kaynakları, tarımsal yenilikleri benimseme tutumları, liderlik algıları ve liderlik türleri incelenmiştir. Araştırmada üreticilerin sosyo-ekonomik özelliklerinin yanı sıra, bilgi akışındaki anahtar konumdaki üreticiler ve lider çiftçilerin belirlenerek, tarımsal yeniliklerin yayılması ve bilgi paylaşım ağlarının etkinliği konularında veriler elde edilmiştir. Araştırma alanında saptanan liderlerde dönüşümcü, etkileşimci, karizmatik ve diğer liderlik türlerine ait özellikler faktör analizi ile saptanmış, faktör ağırlıkları dikkate alındığında araştırmada belirlenen liderlik türünün “dönüşümcü lider” özelliklerini temsil etmekte olduğu belirlenmiştir.

Araştırma bulguları kapsamında üreticilerin büyük çoğunluğunun ilköğretim mezunu olduğu, aile işletmelerinde çalıştığı ve önemli bir kısmının tarım sigortası yaptırmadığı belirlenmiştir. Çalışmada üreticilerin hastalık ve zararlı mücadelesi ile ilgili bilgileri en çok bayilerden aldıkları, yetiştiricilikle ilgili işlemler için de yine bayilere başvurdıkları tespit edilmiştir. Tarımsal yenilikleri benimseme oranları ve yeni teknolojilere karşı tutumları incelenmiş ve üreticilerin yeniliklere büyük ölçüde açık oldukları ve genellikle diğer üreticilerin deneyimlerini dikkate aldıkları görülmüştür. Üreticilerin tarımsal faaliyetlerini sürdürebilmek için çeşitli desteklerden yararlandıkları, ancak bu desteklerin kullanım oranlarının düşük olduğu saptanmıştır. Üreticilerin liderlik algıları ve tarımsal karar alma süreçlerindeki bulguları incelendiğinde üreticilerin lider olarak gördükleri kişilerin genellikle; güvenilir, tecrübeli ve yenilikçi özelliklere sahip oldukları görülmüştür. Tarımsal faaliyetlerle ilgili kararların genellikle işletme sahibi üretici tarafından bireysel olarak alındığı, aile üyelerinin karar alma süreçlerindeki etkisinin sınırlı olduğu belirlenmiştir.

Kırsal alanda tarımsal faaliyet gösteren üreticileri yüz yüze eğitecek sayıda ve yetenekte çalışan bulmak mümkün olmayabilmektedir. Bu nedenle yerel önderlerden yararlanmak büyük önem taşımaktadır. Bu doğrultuda önder çiftçiler, kırsal alanda tarımsal bilgilerin yayılmasında kritik bir rol oynamaktadır.

ANAHTAR KELİMELEER: Liderlik, Liderlik Türleri, Lider Çiftçi, Önder Çiftçi, Sosyal Ağ Analizi, Faktör Analizi



JÜRİ: Prof. Dr. Orhan ÖZÇATALBAŞ (Danışman)

Prof. Dr. Handan VURUŞ AKÇAÖZ

Prof. Dr. İsmet BOZ

Prof. Dr. Tayfun ÇUKUR

Doç. Dr. İlkey KUTLAR

ABSTRACT

IDENTIFICATION AND COMPARATIVE ANALYSIS OF LEADERSHIP TYPES IN GREENHOUSE VEGETABLE CULTIVATION IN ANTALYA PROVINCE

Miray KALAYCI

Doctoral Dissertation, Department of Agricultural Economics

Supervisor: Prof. Dr. Orhan ÖZÇATALBAŞ

July 2024; 126 sayfa

The main purpose of this study is to identify leaders in the field of greenhouse production in the rural areas of Antalya province through social network analysis, and to determine the types of leaders and the factors affecting leadership. The study aims to reveal the networks formed by greenhouse producers, the actors within these networks, the interactions among the actors, and the information-sharing networks. In this context, the socio-economic characteristics, agricultural activities, information sources, attitudes towards adopting agricultural innovations, and leadership perceptions of producers operating in rural areas have been examined.

Within the scope of the research, data obtained through face-to-face surveys conducted with 104 producers in the districts of Serik, Aksu, and Kumluca were analyzed. The snowball sampling method was used in selecting the producers who participated in the survey. Using descriptive statistics and social network analysis, the producers' socio-economic characteristics, agricultural activities, information sources, attitudes towards adopting agricultural innovations, and leadership perceptions were examined in detail. In the study, in addition to the socio-economic characteristics of the producers, data were obtained on the dissemination of agricultural innovations and the effectiveness of information-sharing networks by identifying producers and leading farmers in key positions within the information flow. Moreover, perceived leadership types were identified using factor analysis, and the information needs and information sources of the producers were analyzed.

Within the scope of the research findings, it was determined that the majority of producers are primary school graduates, work in family businesses, and a considerable number do not have agricultural insurance. In the study, it was determined that producers obtain most of their information on disease and pest control from dealers, and that they also consult dealers for cultivation-related operations. The rates of adopting agricultural innovations and attitudes towards new technologies have been examined, and it has been observed that producers are largely open to innovations and generally consider the experiences of other producers. It has been determined that producers benefit from various supports to sustain their agricultural activities, but the utilization rates of these supports are low. Upon examining the producers' leadership perceptions and the findings related to their agricultural decision-making processes, it was observed that the individuals producers consider as leaders are generally perceived as trustworthy, experienced, and innovative. It was determined that decisions related to agricultural

activities are generally made individually by the farm owner, with limited influence from family members in the decision-making processes.

It may not always be possible to find a sufficient number of qualified personnel to provide face-to-face training for producers engaged in agricultural activities in rural areas. Therefore, utilizing local leaders is of great importance. In this context, lead farmers play a critical

KEYWORDS: Leadership, Leadership Types, Lead Farmer, Local Leader, Social Network Analysis, Factor Analysis



JÜRI: Prof. Dr. Orhan ÖZÇATALBAŞ (Danışman)

Prof. Dr. Handan VURUŞ AKÇAÖZ

Prof. Dr. İsmet BOZ

Prof. Dr. Tayfun ÇUKUR

Doç. Dr. İlkay KUTLAR

ÖNSÖZ

“Antalya İlinde Serada Sebze Yetiştiriciliği Alanında Liderlik Türlerinin Saptanması ve Karşılaştırmalı Analizi” başlıklı doktora tez çalışmam, kırsal alanlarda liderlik ve tarımsal bilgi akışında sosyal ağların önemi üzerine yoğunlaşmıştır. Bu çalışmada, lider çiftçilerin sosyal ağlar içerisindeki konumları, liderlik türleri ve lider olmayı etkileyen faktörler incelenmiştir. Özellikle örtüaltı üretim sistemlerinde faaliyet gösteren üreticilerin oluşturduğu ağlar ve bilgi paylaşım süreçleri detaylı bir şekilde analiz edilmiştir.

Doktora eğitimim ve tez çalışmam boyunca, bana sürekli destek olan ve yol gösteren, akademik çalışmalarının yanı sıra insani değerleriyle de örnek aldığım danışman hocam Prof. Dr. Orhan ÖZÇATALBAŞ’a en derin teşekkürlerimi sunarım.

Doktora Tez İzleme Komitesinde yer alan Prof. Dr. İsmet BOZ ve Doç. Dr. İlkay KUTLAR; savunma jürisinde yer alan Prof. Dr. Handan VURUŞ AKÇAÖZ ve Prof. Dr. Tayfun ÇUKUR hocalarıma katkıları için teşekkürü bir borç bilirim.

Bu çalışmanın, araştırmacılara, kırsal alanlarda sosyal ağ analizi ve liderlik üzerine çalışma yürüten tüm bilim insanlarına, tarımsal yayım servislerinde görev yapan uzmanlara ve konuya ilgi duyan herkese yararlı olacağını ve kırsal alanda tarımsal sürdürülebilirlik ve verimliliğin artırılmasında önemli katkılar sağlamasını ümit ediyorum.

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	i
ÖNSÖZ	v
AKADEMİK BEYAN	v
SİMGELER VE KISALTMALAR.....	xi
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xii
ÇİZELGELER DİZİNİ	xiii
1. GİRİŞ	1
2. KAYNAK TARAMASI	4
2.1. Sosyal Ağ Analizi ve Konu Üzerine Çalışmalar	4
2.1.1. Sosyal ağ analizinin ortaya çıkışı ve tarihsel gelişimi	4
2.1.1.1. Sosyal ağ analizinin ortaya çıkışı.....	4
2.1.1.2. Sosyal ağ analizinin tarihsel gelişimi.....	5
2.2. Liderlik Kavramı ve Liderlik Üzerine Çalışmalar.....	7
2.2.1. Liderliğin tanımı	7
2.2.2. Liderlik türleri.....	9
2.2.2.1. Serbestlik tanıyan liderlik	12
2.2.2.2. Etkileşimci liderlik.....	12
2.2.2.3. Dönüşümcü liderlik.....	13
2.2.2.4. Otokratik liderlik.....	14
2.2.2.5. Demokratik liderlik.....	14
2.2.2.6. Karizmatik liderlik	15
2.2.3. Liderlikte kullanılan güç kaynakları	15
2.2.4. Sosyal ağ analizi kapsamında kırsal alanda liderlik	17
2.2.4.1. Doğal liderlik	17
2.2.4.2. Liderlik ve kırsal alan	18
2.2.4.2.1. Kırsal alanda yerel önderler ve özellikleri	18
2.2.4.2.2. Kırsal alanda önderlik biçimleri.....	19
2.2.4.2.3. Yerel önderlerden yararlanma.....	20
2.3. Önceki Çalışmalar	20
3. MATERYAL VE METOT	30
3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı	30
3.2. Araştırma Soruları	31

3.3. Araştırma Hipotezi	31
3.4. Araştırma Alanının Seçilmesi	31
3.4.1. Örtüaltı Tarım Alanları	31
3.5. Örnekleme ve Veri toplama Yöntemi	32
3.5.1. Örnekleme yöntemi	32
3.5.2. Veri toplama yöntemi	32
3.6. Veri Analizi Yöntemi	32
3.6.1. Sosyal ağ analizi	33
3.6.2. Faktör analizi	34
4. BULGULAR VE TARTIŞMA	35
4.1. Üreticilerin Sosyo-Ekonomik Özellikleri.....	35
4.1.1. Aile genişliği.....	35
4.1.2. Ailede işgücü varlığı.....	36
4.1.3. Medeni durum.....	36
4.1.4. Çocuk sayısı.....	36
4.1.5. Cinsiyet.....	37
4.1.6. Yaş	37
4.1.7. Eğitim durumu	38
4.1.8. İşletmede çalışma süresi	38
4.1.9. İşletme geliri	39
4.1.10. İşletme dışı çalışma durumları.....	39
4.1.11. Üreticilerin emeklilik ve sosyal güvenlik durumları	40
4.1.12. Yabancı iş gücü varlığı	41
4.1.13. Tarımsal faaliyetlerle ilgili karar almada etkili kişiler	41
4.1.14. İşletmelerde üretim deseni.....	42
4.1.15. İşletmelerde arazi genişliği ve toplam üretim miktarı	42
4.1.16. Mülkiyet durumu, satış yöntemleri ve satış kanalları.....	43
4.1.17. Üreticilerin örtüaltı sebze yetiştiriciliği deneyim süresi.....	44
4.1.18. Tarımsal kooperatif/ziraat odası ortaklık/üyelik durumu ve yararlanılan hizmetler	45
4.1.19. İşletmelerde tarım sigortası yaptırma durumu.....	46
4.1.20. İyi tarım uygulamaları ile üretim yapma durumu.....	46
4.1.21. İşletmelerde çiftçi kayıt sistemi ve örtü altı kayıt sistemine kayıtlı olma durumu.....	46

4.1.22. Üreticilerin işletme ile ilgili kayıt tutma durumları.....	47
4.1.23. Üreticilerin tarımsal desteklerden yararlanma durumu	48
4.1.24. Üreticilerin kullandıkları kredi kaynakları ve türleri.....	49
4.2. Tarımsal Faaliyetin Sürdürülebilirliği	50
4.2.1. Üreticilerin tarımsal üretim yapma nedenleri	50
4.2.2. Üreticilerin ve çocuklarının gelecekte tarımsal üretime devam etme durumu.....	51
4.3. İşletmelerde tarımsal faaliyet ile ilgili bilgi kaynakları.....	52
4.4. Tarımsal Yenilikleri Benimseme ve Uygulama	56
4.5. Lider Olmayı Etkileyen Faktörler	59
4.6. Algılanan Liderlik Türleri	61
4.7. Eğitim düzeyleri ve demografik özellikleri.....	63
4.8. Üreticilerin işletme gelirleri ve demografik özellikler ilişkisi	77
4.9. İşletmelerin arazi genişliği ve demografik özellikler ilişkisi	82
4.10. Üreticilerin yaş grupları ve demografik özellikler ilişkisi.....	87
4.11. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve demografik özellikler ilişkisi	91
4.12. Faktör Analizi.....	101
4.12.1. Algılanan liderlik türlerinin belirlenmesinde etkili olan faktörler.....	101
4.12.3. Faktör analizi başlangıç çözüm istatistikleri.....	103
4.13. Sosyal Ağ Analizi.....	108
4.13.1. Örtüaltı üreticileri arasındaki bilgi akışı ağları	108
4.13.2. Ağ parametreleri ve değerleri	109
4.13.2.1. Yoğunluk (Density)	109
4.13.2.2. Çap (Diameter).....	109
4.13.2.3. Modülerlik (Modularity).....	110
4.13.2.4. Kümelenme Katsayısı (Clustering Coefficient).....	110
4.13.3. Lider üreticiler için ağ analizi bulguları	110
4.13.3.1. Yakınlık Merkeziliği (Closeness Centrality)	111
4.13.3.2. Arasındalık Merkeziliği (Betweenness Centrality).....	112
4.13.3.3. Derece Merkeziliği (İç Derece(In-Degree) ve Dış Derece (Out-Degree))	113
4.13.3.4. Modülerlik Sınıfı (Modularity Class)	114
4.13.3.5. Kümelenme Katsayısı (Clustering Coefficient).....	115
5. SONUÇLAR	116

5.1. Üreticilerin Sosyo-ekonomik Özellikleri ve Bilgi Kaynaklarına İlişkin Sonuçlar.....	116
5.2. Algılanan Liderlik Türünün Belirlenmesine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları..	118
5.3. Üreticiler Arasındaki Bilgi Akışı Ağlarına İlişkin Sosyal Ağ Analizi Sonuçları.....	118
6. KAYNAKLAR	120
ÖZGEÇMİŞ	



AKADEMİK BEYAN

Doktora Tezi olarak sunduğum “Antalya İlinde Serada Sebze Yetiştiriciliği Alanında Liderlik Türlerinin Saptanması ve Karşılaştırmalı Analizi ” adlı bu çalışmanın, akademik kurallar ve etik değerlere uygun olarak yazıldığını belirtir, bu tez çalışmasında bana ait olmayan tüm bilgilerin kaynağını gösterdiğimi beyan ederim.

25 / 07/2024

Miray KALAYCI

İmzası

SİMGELER VE KISALTMALAR

Simgeler

da	: Dekar
m	: Metre
m ²	: Metrekare

Kısaltmalar

ÇKS	: Çiftçi Kayıt Sistemi
ÖKS	: Örtüaltı Kayıt Sistemi
INSNA	: International Network of Social Network Analysis
IPM	: Integrated Pest Management
İTU	: İyi Tarım Uygulamaları
SAA	: Sosyal Ağ Analizi
TDK	: Türk Dil Kurumu
KMO	: Kaiser- Meyer- Olkin
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 4.1. Algılanan liderlik türlerinin belirlenmesinde etkili olan faktörlerin yamaç birikinti grafiği (Scree Plot)	105
Şekil 4.2. Üretici bilgi akışı ağlarında lider üreticilerin görünümü	108
Şekil 4.3. Üretici bilgi akışı ağlarında lider üreticilerin yakınlık merkeziliğine göre görünümü	112
Şekil 4.4. Üretici bilgi akışı ağlarında lider üreticilerin arasındalık merkeziliğine göre görünümü	113



ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 3.1. Antalya ili örtüaltı tarım alanları	31
Çizelge 4.1. Üreticilerin aile genişliği dağılımı	35
Çizelge 4.2. Üreticilerin aile işgücü varlığı	36
Çizelge 4.3. Üreticilerin medeni durumuna göre dağılımı	36
Çizelge 4.4. Üreticilerin çocuk sayısı dağılımı	37
Çizelge 4.5. Üreticilerin cinsiyete göre dağılımı	37
Çizelge 4.6. Üreticilerin ve eşlerinin yaş dağılımı.....	38
Çizelge 4.7. Üreticilerin ve eşlerinin eğitim durumu.....	38
Çizelge 4.8. Üreticilerin ve eşlerinin işletmede çalışma süresi	39
Çizelge 4.9. Üreticilerin işletme geliri	39
Çizelge 4.10. İşletme dışı çalışma durumu	39
Çizelge 4.11. Üreticilerin işletme dışındaki yaptıkları iş dağılımı	40
Çizelge 4.12. Emekli maaşı alma durumu	40
Çizelge 4.13. Sosyal güvenlik durumu	40
Çizelge 4.14. İşletmelerde yabancı iş gücü varlığı	41
Çizelge 4.15. Üreticilerin tarımsal faaliyetlerle ilgili karar almasında etkili kişiler.....	42
Çizelge 4.16. Üretim deseni.....	42
Çizelge 4.17. İşletmelerde arazi genişliği ve toplam üretim miktarı	43
Çizelge 4.18. İşletmelerde arazi mülkiyet durumu	44
Çizelge 4.19. Ürünlere göre satış yöntemleri.....	44
Çizelge 4.20. İşletmelerde ürün satış kanalları	44
Çizelge 4.21. Üreticilerin örtüaltı sebze yetiştiriciliği deneyim süresi	45
Çizelge 4.22. Kooperatife ve ziraat odasına ortak/üye olma durumu.....	45
Çizelge 4.23. Üreticilerin kooperatifte yararlandıkları hizmetler	45
Çizelge 4.24. Ziraat odasından yararlanılan hizmetler	46
Çizelge 4.25. İşletmelerde tarım sigortası yaptıрма durumu	46
Çizelge 4.26. İyi tarım uygulamaları ile üretim yapma durumu.....	46
Çizelge 4.27. İşletmelerin çiftçi kayıt sistemine kayıtlı olma durumu	47
Çizelge 4.28. İşletmelerin örtüaltı kayıt sistemine kayıtlı olma durumu.....	47
Çizelge 4.29. Üreticilerin işletme ile ilgili kayıt tutma durumu	47
Çizelge 4.30. Üreticilerin işletme ile ilgili kayıt tutmama nedenleri.....	48
Çizelge 4.31. İşletmelerde tarımsal desteklerden yararlanma durumu	49

Çizelge 4.32. Kullanılan kredi kaynakları	49
Çizelge 4.33. Kullanılan kredi türlerinin dağılımı	50
Çizelge 4.34. Kullanılan kredi miktarları	50
Çizelge 4.35. Üreticilerin tarımsal üretim yapma nedenleri	51
Çizelge 4.36. Üreticilerin gelecekte tarımsal üretime devam etme durumu.....	51
Çizelge 4.37. İşletmelerde gelecekte gençlerin tarımsal üretime devam etme düşüncesi	51
Çizelge 4.38. Üreticilerin çocuklarının tarımsal üretime devam etmeme nedenleri.....	52
Çizelge 4.39. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği alanında bilgi düzeyi	52
Çizelge 4.40. Üreticilerin serada sebze yetiştiriciliği alanında ihtiyaç duydukları konular.....	53
Çizelge 4.41. Üreticilerin bilgi çeşidine göre bilgi ihtiyacı	54
Çizelge 4.42. Üreticilerin serada sebze yetiştiriciliği alanında bilgi kaynakları.....	55
Çizelge 4.43. Üreticilerin serada sebze yetiştiriciliği alanında bilgi kaynakları ile görüşme sıklığı	56
Çizelge 4.44. Üreticilerin Tarımsal yenilikleri uygulama durumu	56
Çizelge 4.45. Üreticilerin yeni teknoloji ve tarımsal yatırımlara karşı tutumu	57
Çizelge 4.46. Üreticilerin serada sebze üretimi ile ilgili tarım danışmanı varlığı	57
Çizelge 4.47. Üreticilerin tarımsal projelerde yer alma durumu	57
Çizelge 4.48. Üreticilerin toprak, yaprak, su analizi yaptırma durumları.....	58
Çizelge 4.49. Üreticilerin ilk kez hazır fide kullanımı.....	58
Çizelge 4.50. Üreticilerin yeniliği benimsemesinde etkili olan faktörler	58
Çizelge 4.51. Üreticilerin tavsiye almasını etkileyen faktörler.....	59
Çizelge 4.52. Üreticilerin önem derecesine göre olumlu gördükleri kişilik özellikleri.....	60
Çizelge 4.53. Üreticilerin önem derecesine göre olumsuz gördükleri kişilik özellikleri.....	61
Çizelge 4.54. Algılanan liderlik türleri	62
Çizelge 4.55. Üreticilerin eğitim düzeyi ve yaş ilişkisi	63
Çizelge 4.56. Üreticilerin eğitim düzeyi ve işletme geliri ilişkisi.....	64
Çizelge 4.57. Üreticilerin eğitim düzeyi ve kooperatife ortaklık durumu arasındaki ilişki.....	64
Çizelge 4.58. Üreticilerin eğitim düzeyi ve ÇKS'ye kayıt durumu ilişkisi	65
Çizelge 4.59. Üreticilerin eğitim düzeyi ve tarım sigortası yaptırma durumu ilişkisi...	65
Çizelge 4.60. Üreticilerin eğitim düzeyi ve ÖKS kayıt durumu ilişkisi	65

Çizelge 4.61. Üreticilerin eğitim düzeyi ve işletme kaydı tutma durumu ilişkisi.....	66
Çizelge 4.62. Üreticilerin eğitim düzeyi ve işletme kaydı tutmama nedenleri arasındaki ilişki	66
Çizelge 4.63. Üreticilerin eğitim düzeyi ve tarımsal desteklerden yararlanma durumu ilişkisi.....	68
Çizelge 4.64. Üreticilerin eğitim düzeyi ve ürün satışı yapılan yer ilişkisi	69
Çizelge 4.65. Üreticilerin eğitim düzeyi ve tarımsal üretim yapma nedenleri ilişkisi...	70
Çizelge 4.66. Üreticilerin eğitim düzeyleri ve gençlerin tarımsal üretime devam etme düşüncesi arasındaki ilişki.....	71
Çizelge 4.67. Üreticilerin eğitim düzeyleri ve serada sebze yetiştiriciliği alanında bilgi ihtiyacı ilişkisi.....	72
Çizelge 4.68. Üreticilerin eğitim düzeyleri ve göre sebze yetiştiriciliğindeki deneyim ilişkisi	73
Çizelge 4.69. Üreticilerin eğitim düzeyi ve tarımsal yenilikleri uygulama durumu ilişkisi	73
Çizelge 4.70. Üreticilerin eğitim düzeyi ve yeni bir tarımsal yatırımı/teknolojiyi kabul etme durumu ilişkisi	74
Çizelge 4.71. Üreticilerin eğitim düzeyleri ve serada sebze yetiştiriciliği alanında bilgi kaynakları ilişkisi.....	75
Çizelge 4.72. Üreticilerin eğitim düzeyi ve serada sebze yetiştiriciliği alanında bilgi kaynakları ile görüşme sıklıkları ilişkisi.....	76
Çizelge 4.73. İşletme gelirleri ve üreticilerin yaş ilişkisi.....	78
Çizelge 4.74. İşletme gelirleri ve kooperatif ortaklığı ilişkisi	78
Çizelge 4.75. İşletme gelirleri ve tarım sigortası yaptırma durumu ilişkisi.....	79
Çizelge 4.76. İşletme gelirleri ve ÇKS kaydı yaptırma durumu ilişkisi	79
Çizelge 4.77. İşletme gelirleri ve ÖKS kaydı yaptırma durumu ilişkisi.....	80
Çizelge 4.78. İşletme gelirleri ve işletme kaydı tutma durumu ilişkisi	80
Çizelge 4.79. İşletme gelirleri ve sebze yetiştiriciliği deneyimi ilişkisi	81
Çizelge 4.80. İşletme gelirleri ve tarımsal yenilikleri uygulama durumu ilişkisi.....	81
Çizelge 4.81. İşletme gelirleri ve yeni teknolojileri uygulama durumu ilişkisi.....	82
Çizelge 4.82. İşletmelerin arazi genişliği ve üreticilerin eğitim düzeyi ilişkisi.....	82
Çizelge 4.83. İşletmelerin arazi genişliği ve yaş ilişkisi.....	83
Çizelge 4.84. İşletmelerin arazi genişliği ve işletme geliri ilişkisi	83
Çizelge 4.85. İşletmelerin arazi genişliği ve kooperatif ortaklık ilişkisi	84
Çizelge 4.86. İşletmelerin arazi genişliği ve tarım sigortası yaptırma durumu ilişkisi	84
Çizelge 4.87. İşletmelerin arazi genişliği ve ÇKS kaydı yaptırma durumu ilişkisi.....	85

Çizelge 4.88. İşletmelerin arazi genişliği ve ÖKS kaydı yaptırma durumu ilişkisi.....	85
Çizelge 4.89. İşletmelerin arazi genişliği ve işletme kaydı tutma durumu ilişkisi	86
Çizelge 4.90. İşletmelerin arazi genişliği ve sebze yetiştiriciliği deneyimi ilişkisi	86
Çizelge 4.91. İşletmelerin arazi genişliği ve tarımsal yenilikleri uygulama durumu ilişkisi	87
Çizelge 4.92. İşletmelerin arazi genişliği ve yeni teknolojiyi uygulama ilişkisi	87
Çizelge 4.93. Üreticilerin yaş grubu ve kooperatif ortaklığı ilişkisi.....	88
Çizelge 4.94. Üreticilerin yaş grubu ve göre tarım sigortası yaptırma durumu ilişkisi	88
Çizelge 4.95. Üreticilerin yaş grubu ve ÇKS kaydı yaptırma durumu ilişkisi	89
Çizelge 4.96. Üreticilerin yaş grubu ve ÖKS kaydı yaptırma durumu ilişkisi	89
Çizelge 4.97. Üreticilerin yaş grubu ve işletme kaydı tutma durumu ilişkisi.....	89
Çizelge 4.98. Üreticilerin yaş grubu ve sebze yetiştiriciliği deneyimi ilişkisi.....	90
Çizelge 4.99. Üreticilerin yaş grubu ve tarımsal yenilikleri uygulama durumu ilişkisi	90
Çizelge 4.100. Üreticilerin yaş grubu ve yeni teknolojileri uygulama durumu ilişkisi	91
Çizelge 4.101. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve kooperatif ortaklık ilişkisi	92
Çizelge 4.102. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve tarım sigortası yaptırma durumu ilişkisi	92
Çizelge 4.103. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve ÇKS kayıt durumu ilişkisi	93
Çizelge 4.104. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve ÖKS kayıt durumu ilişkisi	93
Çizelge 4.105. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve işletme kaydı tutma durumu ilişkisi.....	94
Çizelge 4.106. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve işletme kaydı tutmama nedenleri ilişkisi	94
Çizelge 4.107. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve tarımsal desteklerden yararlanma durumu ilişkisi.....	95
Çizelge 4.108. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve ürün satış yeri ilişkisi.....	96
Çizelge 4.109. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve tarımsal üretim yapma nedenleri ilişkisi	97
Çizelge 4.110. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve çocuklarının tarımsal üretime devam etme düşüncesi arasındaki ilişki.....	98
Çizelge 4.111. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve bilgi ihtiyacı ilişkisi.....	99

Çizelge 4.112. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve tarımsal yenilikleri uygulama durumu ilişkisi.....	100
Çizelge 4.113. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve yeni teknolojileri uygulama durumu ilişkisi.....	100
Çizelge 4.114. Değişim oranları	103
Çizelge 4.115. Varyans açıklama oranları	104
Çizelge 4.116. Algılanan liderlik türlerinin belirlenmesinde etkili olan faktörler.....	106
Çizelge 4.117. Ağ parametresi değerleri.....	109
Çizelge 4.118. Sosyal ağ analizine ilişkin ölçüler	111



1. GİRİŞ

Topluluk halinde yaşamak doğal olarak hiyerarşik bir yapıya ve liderlik kavramının ortaya çıkmasına neden olmuştur. İnsanların çeşitli düzeylerde etkileşimde bulunarak sosyal olarak bir araya gelme eğilimleri toplumları etkilemektedir. Bu etkileşim sürecinde, belirli bireyler diğerlerine kıyasla daha belirgin ve etkili bir rol oynarken, toplumun ihtiyaçları ve dinamikleri, liderlik rollerinin sürekli değişim göstermesine neden olmaktadır. Bu durum, liderlik kavramıyla ilgili farklı tanımların ortaya çıkmasına yol açmaktadır.

Lider kavramı bugün hemen her alanda sıkça kullanılmakla birlikte, kavrama yönelik tanımlamada bazen sıkıntılar yaşandığı görülmektedir. Liderler, insanları etkileyen, onları yönlendiren, harekete geçiren ve motive eden kişiler olarak nitelendirilmektedir.

Türk Dil Kurumu sözlüğünde lider; önder ve/veya şef, bir partinin veya bir kuruluşun en üst düzeyde yönetimiyle görevli kimse, bir yarışmada başta bulunan takım veya yarışmacı olarak yer almaktadır. Liderlik ise liderin görevi ve önderlik etme olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2021).

Türkçe’de önder ile lider kavramlarına yüklenen anlam farklılık gösterse de, biçimsel olmayan haliyle lider önder ile eş anlamlı kullanılmaktadır. Buna göre önder ya da lider yetki ve etki gücünü kişiliğinden, kendini izleyenlerden ve koşullardan alır ve bu yetki biçimsel olmayan (informal), gönüllü verilen bir yetkidir (Özçatalbaş ve Gürgen, 1998; Özçatalbaş, 2022). Dolayısıyla düşünceleri ve anlamları etkilemenin gönüllü bir tarafı da bulunmaktadır ve genel olarak anlam, norm, duygu, düşünce ve değerlerin bileşimi liderin etkileme gücünü oluşturmaktadır (Blom ve Alvesson, 2014). Bu kapsamda araştırma konusuyla ilgili olarak; biçimsel olmayan şekliyle lider önder ile eş anlamlıdır. Bununla birlikte diğer bir anlamıyla liderin yetkisini kişiliğinden çok bulunduğu konumun (hiyerarşi) özelliğinden alması ve bu yetkinin biçimsel (formal) olmasının da söz konusu olduğunu not etmek gerekir (Özçatalbaş ve Gürgen, 1998; Özçatalbaş, 2022).

Esasen önderlik ve liderlik aynı anlamda kullanıldığına göre, yöneticilik kavramı üzerinde de durmak gerekmektedir. Buna göre liderlik güç ve yetkisini biçimsel olmayan bir ortamda elde ederken, yöneticilik ise klasik yönetim işlevlerini yerine getirmek üzere planlama, örgütlenme ve kontrol gibi süreçleri işletmenin devamı ve geleceği bakımından düzenlemeler yapan ve değişimlere uyumu sağlayacak bir anlayışla belirlenen vizyona göre görev üstlenendir (Koçel, 2013; akt: Ağçay, 2015). Bunun yanında yönetim kavramının durağan ve yaşanan güne ilişkin sorunların çözülmesiyle ve sahip olunan vizyonun hayata geçirilmesine yönelik işlemleri içerdiği; liderlik kavramı ise geleceğe yönelik, mevcut yapının devamını sağlamak yönünde değerler üzerinden vizyonun kurumsal olarak benimsetilmesiyle ilişkilidir (Budak, 2003; akt: Ağçay, 2015).

Bu açıklamalardan da anlaşıldığı gibi yöneticilik bulunulan konum ve statüye göre yetki kullanım nedeniyle sınırlı etkiye sahiptir. Ancak özellikle kırsal topluluklarda ilişkiler yakınlık duygusu, samimiyet, saygı, güven, dostluk bağları ile daha küçük

gruplarda biçimsel olmayan (informal) bir yetki ile şekillendiği için etki daha uzun sürelidir ve önderlik ve önder çiftçi kavramı ile ilişkilendirilmektedir.

Önder çiftçiler kırsal alanda kendini kanıtlamış kişilerdir ve kırsal alanlarda üreticilere karşılaştıkları sorunlarda müdahale edebilecek uzman kişiler her zaman yeterli olmayabilmektedir. Belirli bir birikime sahip insan sayısının her zaman yeterli olmaması, önder çiftçilerin önemini daha da artırmaktadır. Bugün gelişmiş ülkelere bakıldığında da benzer bir durumun geçerli olduğu görülmektedir. Kırsal alanlarda yaşayan ve tarım konularında üreticilerin bilgilendirilmesi ve onların sorunlarını çözebilecek sayıda ve yetenekte yetişmiş personel bulundurmak her zaman kolay değildir. Bu nedenle önder çiftçilerden yararlanmak büyük bir gereksinim haline gelmektedir (Özçatalbaş, 2022).

Yeniliklerin ve doğru tarımsal bilginin kırsal alanda hızlı ve etkili bir şekilde yayılabilmesi için yerel önderlerin sosyal ağlardaki rolleri son derece önemlidir. Yerel önderler, yenilikler ve doğru yerel/tarımsal bilginin kırsal kesim arasında iletilmesi için adeta bir köprü işlevi görürler. Ayrıca kırsal alanda yaşayan topluluklara, onlarla aynı ortamda yaşayan biri aracılığıyla yaklaşmak, bilgi aktarımını kolaylaştırmaktadır (Özçatalbaş, 2022).

Lider ve liderlik kavramı geçmişten günümüze kadar her dönemde çalışmalara konu olmuştur. Bu alandaki araştırmaların büyük çoğunluğu, genellikle liderlik konusuna odaklanmış olup, birçok insanın liderlerden etkilendiği veya liderlik pozisyonlarında bulunduğu gerçeğini yansıtmaktadır. Liderlik üzerine çok sayıda araştırma bulunmasına rağmen kırsal alanda liderlik üzerine yapılan çalışmaların sayısı sınırlıdır. Liderliğin önemi, yaşamın her alanında belirgindir, ancak kırsal alanlar, liderlik kavramının özel olarak önem kazandığı yerlerdir.

Bu çalışma kapsamında, kırsal alanda önderlik ve liderlik (leadership) kavramları literatüre uygun olarak eş anlamlı şekilde ele alınmıştır. Bu kapsamda, Antalya ilinde kırsal alanda serada sebze yetiştiren üreticilerin liderlik özellikleri ve lider olmayı etkileyen faktörler detaylı olarak araştırılmıştır.

Örtüaltı üretim sisteminde liderlik türleri belirlenmiştir. Üreticilerin liderlik konumları, Sosyal Ağ Analizi yöntemiyle karşılaştırmalı olarak çözümlenmiştir. Çalışma Antalya ilinde örtüaltı üretim sistemlerinin yaygın olduğu ilçelerin köylerinde yapılmıştır. Buna göre Antalya kırsal alanlarında yaygın olarak örtüaltı üretim faaliyeti gerçekleştirilen Serik, Aksu ve Kumluca ilçelerinde anket çalışması yapılmıştır.

Bu çalışmanın temel amacı, Antalya ilinde kırsal alanda örtüaltı üretim sisteminde var olan liderleri Sosyal Ağ Analizi ile belirlemek, liderlik türlerini ve lider olmayı etkileyen faktörleri belirlemektir. Bu kapsamda, öncelikle üreticilerin başvurdukları bilgi kaynakları ve kendi aralarındaki iletişim ağları ortaya konulmuş ve önder çiftçiler belirlenmiştir. Daha sonra, kırsal alanda yaygın olan liderlik türleri ve bunların temel karakteristik özellikleri araştırılarak gerekçeleriyle birlikte saptanmıştır. Bununla birlikte üreticilerin kullandığı bilgi kaynaklarına dayanarak mevcut bilgi akışındaki eksiklikler ve sorunlar da tespit edilmeye çalışılmıştır.

Üreticilere gerekli tarımsal yenilikleri kırsal toplumda paylaşma ve yayılmasına katkı sağlayan anahtar konumdaki önder/lider çiftçilerin belirlendiği çalışmada, üretimin sürdürülebilirliğini sağlamak ve verimliliği artırmak için gerekli bilginin yerel önderler ve diğer kanallar aracılığıyla en hızlı ve etkili bir şekilde iletileceğine yönelik bulgular elde edilmiştir.

Bu araştırma beş ana bölümden oluşmaktadır. Bölümlerin içerikleri genel olarak aşağıda özetlenmiştir.

Çalışmanın birinci bölümü, araştırmanın temelini oluşturan giriş kısmını içermektedir. Bu bölümde, araştırmanın önemi, amaçları ve kapsamı detaylı bir şekilde ele alınmıştır. Ayrıca, liderlik kavramı ve liderliğin kırsal alan için öneminden bahsedilmiştir.

İkinci bölümde, kırsal alandaki liderlik süreçlerinin anlaşılması için önemli bir temel oluşturacak kuramsal bilgilere ve kaynak taramalarına yer verilmiştir. Bu bölümde araştırma konusu kapsamında, kırsal alandaki liderlik kavramının ayrıntılı tanımları, kırsal topluluklarda yaygın olarak gözlemlenen liderlik türleri, liderliğin güç kaynakları ve kırsal alandaki uygulamalar çerçevesinde liderliği etkileyen faktörler ele alınmıştır. Ayrıca, kırsal alanda liderlik konusundaki ulusal ve uluslararası literatür kaynakları araştırılarak kırsal alandaki liderlik süreçlerinin anlaşılması için teorik bir temel oluşturulmuştur.

Üçüncü bölümde, materyal ve metot bölümü yer almaktadır. Araştırmanın kapsamı, veri toplama yöntemleri, örneklem büyüklüğü ve kullanılan analiz yöntemleri ayrıntılı bir şekilde açıklanmıştır.

Dördüncü bölümde, araştırmanın ana verileri ve bulguları detaylı bir şekilde sunulmaktadır. Bulguların literatürle uyumluluğu ve araştırmanın genel amacıyla ilişkisi değerlendirilmiştir. Bu bölüm, çalışmanın temelini oluşturan kırsal alandaki liderlik süreçleri ve özellikleri hakkında bilgi vermektedir. Öncelikle, üreticilerin sosyo-ekonomik özellikleri bu bölümde detaylı bir şekilde incelenmiştir. Anket çalışmasından elde edilen verilere dayanarak, üreticilerin yaş, cinsiyet, eğitim seviyesi, gelir düzeyi gibi özellikleri analiz edilmiş ve bu özelliklerin liderlik üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir. Ayrıca, araştırmanın bulguları, literatürdeki diğer çalışmalarla karşılaştırılarak değerlendirilmiştir. Daha sonra, araştırmacılar tarafından belirlenen liderlik türleri ve özellikleri üzerinde durulmuştur. Kırsal alandaki liderlik süreçlerini etkileyen faktörler ele alınmıştır. Bu faktörler arasında, iletişim ağları, bilgi paylaşımı süreçleri, aile bireylerinin etkisi, tarımsal örgütlenmenin rolü gibi unsurların liderlik süreçleri üzerindeki etkileri incelenerek değerlendirilmiştir.

Beşinci ve son bölümde, araştırmanın bulguları ve sonuçlarına yer verilmiştir. Kırsal alandaki liderlik süreçlerinin nasıl şekillendiği ve hangi faktörlerin bu süreçleri etkilediği özetlenmiştir. Ayrıca, araştırmanın katkıları ve sınırlamaları belirtilerek gelecek araştırmalar için önerilerde bulunulmuştur.

2. KAYNAK TARAMASI

Tezin bu bölümünde; Sosyal Ağ Analizi ve konu üzerine çalışmalar, liderlik kavramı, liderliğin tanımları, Sosyal Ağ Analizi kapsamında kırsal alanda liderlik, liderlik sürecinde kullanılan güç kaynakları, liderlik türleri, önceki çalışmalar ile ilgili konular incelenmiştir.

2.1. Sosyal ağ analizi ve konu üzerine çalışmalar

Bilimsel araştırmalardan elde edilen verilerin anlamlı hale getirilmesi için çeşitli istatistiksel ve matematiksel analiz yöntemleri kullanılmaktadır. Sosyal ağ verisi, sosyal ve davranışsal ilişkilerin incelenmesinde sıklıkla kullanılmaktadır. Bu verilerin analiz edilmesinde kullanılan yöntem 'Sosyal Ağ Analizi' denilmektedir. Sosyal ağ analizin temel amacı, bir sosyal ağın yapısını inceleyerek bireyler veya gruplar hakkında çıkarımlar yapmak ve bilgi üretmektir.

Sosyal ağ analizi (SAA), kişiler arasındaki ilişkileri ve toplumsal yapıları grafik teorileri kullanarak inceleyen ve analiz eden ilişkisel yöntemlerden oluşmaktadır. SAA, insanlar ve gruplar arasındaki ilişkileri belirlemenin yanı sıra, bu ilişkilerin nasıl oluştuğunu ve sonuçlandığını da analiz edilebilmektedir (Wasserman ve Faust, 1994).

2.1.1. Sosyal ağ analizin ortaya çıkışı ve tarihsel gelişimi

Bu bölümde, sosyal ağ analizin matematiksel kökenlerinden başlayarak gelişimi, sosyal ağ analizin ortaya çıkışı, önemli dönüm noktaları ve bu alana katkıda bulunan öncü bilim insanları ele alınmaktadır. Sosyal ağ analizin ortaya çıkışı, gelişim süreci ve bir disiplin olarak kabul edilmesine kadar olan tarihsel gelişimi ayrıntılı olarak incelenmektedir.

2.1.1.1. Sosyal ağ analizin ortaya çıkışı

Sosyal ağ analizin kökenleri matematik alanına dayanmaktadır. Matematikçi Leonhard Euler'ın 1736 yılında Prusya'nın Königsberg kasabasındaki bir problemten yola çıkarak geliştirdiği çalışmaları, sosyal ağ analizin temellerinin atılmasında önemli bir rol oynamıştır. Königsberg'de yedi köprüyü kullanarak kasabayı gezmenin mümkün olup olmadığını araştıran Euler, bu problemten hareketle "Ağ Teorisi"nin (graph theory) temel ilkelerini ortaya koymuştur. Königsberg'deki köprülerden her birini yalnızca bir kere geçerek tüm kasabayı dolaşmanın mümkün olup olmadığını araştıran Euler, bu durumun imkansız olduğunu matematiksel olarak ispatlamıştır.

Bu matematiksel çözümleme, günümüzde sosyal ağ analizin temel taşlarından biri olarak kabul edilen ağ yapılarını ve ilişkilerini incelemeye yönelik ağ teorisinin başlangıcı olarak kabul edilmektedir. Euler'ın bu katkısı, sosyal ağ analizin ortaya çıkmasında ilk adım olarak gösterilmektedir (Tsvetovat ve Kouznetsov, 2011; Abacı, 2013).

Sosyal ağlarla ilgili yapılan ilk çalışmalar ise 1800'lü yıllarda Emile Durkheim ve Ferdinand Tönnies'e dayanmaktadır. Tönnies, sosyal grupların; ortak inanç ve değer yargılarını paylaşan kişisel gruplar olabileceği gibi, bireylere bağımlı olmayan resmi

bağlantılarla da var olabileceğini ifade etmiştir. Durkheim ise sosyal ağlara bireyci olmayan bir yaklaşım getirerek, toplulukların sosyal etkilerinin bireylerin sosyal etkilerinin toplamından daha farklı ve güçlü olduğunu ileri sürmüştür. Ayrıca, Auguste Comte 1853 yılında bir sosyal sistem içerisindeki bireylerin birbirleriyle ilişkili olduğunu belirtmiştir. Bu erken dönem çalışmalar, sosyal ağ analizinin temel teorik çerçevesini oluşturmuş ve disiplinin gelişimine önemli katkılar sağlamıştır (Scott, 2000; Aydoğan, 2012).

2.1.1.2. Sosyal ağ analizinin tarihsel gelişimi

Sosyal ağ analizi, çeşitli tarihsel gelişim aşamaları göstermesine rağmen önemli birkaç dönüm noktası yaşamıştır.

Sosyal ağlar ve analizinin ortaya çıkışı 1930'lu yıllara denk gelirken, bir ekol olarak kabul edilmesi 1970'leri bulmuştur (Prell, 2012). 1940-1970 yılları arasında popülerliğini kaybetmiş, yapısal ve sistematik bir gelişim gösterememiştir. 1970'lerde Harvard üniversitesi ve Harrison White'ın çalışmaları sayesinde sosyal ağ analizi yeniden canlanmış ve bu dönemde önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Bu canlanma, Wellman'ın teşvikleriyle desteklenmiş, çeşitli araştırma merkezleri kurulmuş, uluslararası konferanslar düzenlenmiş ve akademik dergiler yayınlanarak kurumsallaşmıştır. Son olarak, fen biliminin de sosyal ağ analizine ilgi göstermesiyle birlikte, bu alanda büyük bir zenginleşme ve çeşitlenme yaşanmıştır (Freeman, 2004). Bu süreçler, sosyal ağ analizinin bir disiplin olarak kabul edilmesine ve günümüzdeki önemine ulaşmasına katkıda bulunmuştur.

George Simmel, 1908 yılında "sosyal döngü" kavramını kullanarak, bireyler arasındaki işbirliğini yapısal bir perspektiften ele almıştır (Scott, 2000). Simmel, ağ araştırmalarını açıkça adlandırmadan savunmuş ve toplumun ilişkiler açısından oluştuğunu, etkileşimler olmadan bir toplumdaki bahsetmenin mümkün olmadığını vurgulamıştır (Marin ve Wellman, 2011). Sosyal ilişkilerin örüntüsünü tarif ederken 'nokta', 'çizgi' ve 'bağlantılar' gibi ağ analizi kavramlarına değinmiş ve böylece ağ terminolojisinin başlamasına ve gelişmesine katkı sağlamıştır (Scott ve Carrington, 2012).

Jacob Levi Moreno, 1923 yılında sosyometri bilimini geliştirerek sosyal ağ analizine önemli bir katkı sağlamıştır. Moreno, sosyometri kapsamında, bireyler arasındaki ilişkileri görselleştiren ve ağdaki bireyleri aktörler olarak tanımlayan sosyogramı da geliştirmiştir. Sosyometri ile küçük gruplardaki bireyler arası ilişkilerin görsel ve ölçülebilir bir şekilde analiz edilmesi, sosyal ağ analizinin temellerinden biri olarak kabul edilmektedir (Wasserman ve Faust, 1994). Moreno'nun sosyogramları, ağ içindeki doğal liderleri ve izole aktörleri belirlemeye, arkadaşlık seçimlerindeki karşılıklı ve asimetrik ilişkileri ve dolaylı etkileşimleri haritalamaya çalışmıştır (Scott, 2000; Aydoğan, 2012).

Warner'ın (1932) Yankee City Project ve Western Electric adlı çalışmaları, gruplar arasındaki gayri resmi bağlantıların, takımların ve ilişkilerin etkisini anlamak için verilerin grafiksel olarak sunulmasının ve sosyal desenlerin yanı sıra yapısal analizlerin yapılmasının önemini vurgulamıştır.

Lewin (1936), grup davranışlarını sosyal güçlerin çatışmasının bir fonksiyonu olarak incelemiştir. Lewin'e göre sosyal bir grup, kendisini çevreleyen etmenlerden oluşan bir sosyal uzay veya alan içinde var olmaktadır. Lewin, bu sosyal uzayın yapısal özelliklerinin matematiksel olarak araştırılması gerektiğini savunmuş ve bu amaçla vektör ve topoloji teorilerinin kullanılmasını önermiştir.

Radcliffe-Brown (1937), çalışmalarında sosyal ilişkilerin nasıl kurulduğunu ve insanların bir sosyal sistem içinde nasıl belirli bir düzen içinde organize olduklarını açıklamıştır.

Leavitt ve Bavelas 1950'li yıllarda, gruplar üzerindeki farklı iletişim yapıları ve türlerinin etkinliğini incelemişlerdir. Örgütsel davranış alanında, en verimli ve motive edici grup yapısını belirlemeye çalışmışlardır (Leavitt, 1951). Özellikle küçük gruplarda iletişime odaklanan bu araştırmalar, bilginin etkin ve hızlı bir şekilde yayılmasında ağ yapılarının önemli olduğunu ortaya koymuştur. Ağ analizinde kullanılan merkezilik kavramı da bu çalışmalardan doğmuştur. Bavelas ve çalıştığı araştırmacılar, günümüzde yaygın olarak kullanılan temel ağ kavramlarını literatüre kazandırmışlardır (Bavelas, 1950; Prell, 2012).

1960 ve 1970 yılları arasında, bilim insanlarının dağınık olarak gerçekleştirdikleri araştırmaları birleştirmeye yönelik çalışmalar bulunmaktadır. Bu dönemde, çeşitli alanlarda yürütülen bağımsız araştırmalar bir araya getirilmiştir.

Mitchell, 1960'lı yıllarda Manchester Üniversitesi'nde yürüttüğü çalışmalarda, ağların belirli yönlerinin incelenmesinin önemine dikkat çekmiştir (Berry ve ark., 2004). Mitchell, ağ içindeki bireyleri analiz ederken 'ego ağları' kavramını kullanmış ve siyasal bağlar, akrabalık, arkadaşlık ve iş ilişkileri ağlarını 'küresel ağlar' olarak adlandırmıştır. Ayrıca, Mitchell, karşılıklılık, yoğunluk, süreklilik ve yönlü ilişkiler gibi ağ kavramlarını literatüre kazandırmıştır (Scott, 2000).

White (1965), modern sosyal ağ analizinin öncülerinden biri olarak kabul edilmektedir. Sosyal bilimlerden birçok önemli kavramı alarak, sosyal ağ analizinin matematiksel ifadelerini ve modelleme tekniklerini geliştirmiştir (Wellman, 1999; akt. Aydoğan, 2012). White, tezini örgütsel davranış modellemelerini içeren sosyal ağlar üzerine yapmış ve öğrencilerinin bu alanda ilerlemesini sağlamak amacıyla sayısal modeller, kümelenme ve karmaşık örgütler üzerine birçok ders ve seminer vermiştir. Ayrıca, sosyal ağ analizi için ilk yazılım programlarından biri olan CONCOR programını oluşturmuştur (Freeman, 2004).

Granovetter (1974), "Getting a Job" adlı çalışmada, insanların iş bulma süreçlerini araştırmıştır. Çalışmada, insanların resmi olmayan sosyal bağlantıları aracılığıyla iş fırsatları hakkında nasıl bilgi edindiklerini incelemiştir. Granovetter, ilişkileri zayıf ve güçlü olarak sınıflandırmış ve iş fırsatları hakkında bilgi edinmede rasyonel seçimlerin daha az önemli olduğunu vurgulamıştır (Wellman, 1999; akt. Aydoğan, 2012).

Wellman (1977), farklı disiplinlerdeki çalışmaları bir alanda toplayarak Uluslararası Sosyal Ağ Analizi Ağı'nı (USAA) kurmuştur. Wellman'ın kişiler ve

topluluklar arasındaki ağları sosyal ağ olarak tanımladığı çalışmaları da bulunmaktadır (Wellman, 1999; akt: Aydoğan, 2012).

Sosyal ağ analizinin gelişimi, belirli dönemler ve önemli katkılarla şekillenmiştir. Bu süreç beş ana aşamada özetlenebilir:

1. Aşama: Sosyal ağ analizinin temelleri 1930'larda atılmıştır. Almanya'da Simmel ve ABD'de Moreno, bu alana önemli katkılar sağlayan isimlerdir.

2. Aşama: 1940-1970 yılları arasında, sosyal ağ analizi popülerliğini yitirmiş ve yapısal olarak çok fazla ilerleme kaydedememiştir. Bu döneme "karanlık dönem" denilmektedir. Leavitt ve Bavelas bu dönemin önemli isimlerindendir (Prell, 2012).

3. Aşama: 1970'lerde sosyal ağ analizi yeniden canlanmıştır. Bu dönemde, Harvard Üniversitesi'nde White'ın çalışmalarıyla birlikte, ağ teriminin analizi başlamış ve Rönesans dönemi yaşanmıştır.

4. Aşama: 1977 yılında Wellman'ın teşvikleriyle sosyal ağ analizi kurumsallaşmıştır. Bu dönemde, International Network of Social Network Analysis (INSNA) ve Sunbelt konferansları gibi organizasyonlarla, yapılan çalışmalar takip edilmiştir (Freeman, 2004).

5. Aşama: Son olarak, fen bilimleri sosyal ağ araştırmalarına ilgi göstermeye başlamış ve bu çalışmalar yeni bir boyuta taşınmıştır (Scott, 2017).

2.2. Liderlik Kavramı ve Liderlik Üzerine Çalışmalar

2.2.1. Liderliğin tanımı

Liderlik kavramı, tarih boyunca çeşitli disiplinler ve araştırmacılar tarafından farklı şekillerde ele alınmıştır. Samuel Johnson, 1755 yılında İngilizce sözlüğünde lider kelimesini ilk kez "kaptan, kumandan, önde giden kişi" olarak tanımlamış ve bu tanım literatüre girmiştir (Northouse, 2018). İngilizce "leader" kelimesinden dilimize geçen "lider" kelimesi Türkçede "önder" olarak da karşılık bulmaktadır. "Leadership" kelimesi ise "liderlik" ya da "önderlik" olarak anlaşılmıştır (TDK, 2021).

Liderlik üzerine araştırmacılar tarafından çeşitli tanımlamalar yapılmıştır.

Avolio (1999) liderliği, bireylerin davranışlarının kalitesi olarak tanımlamış ve liderliğin organize bir çaba içinde gerçekleştiğini vurgulamıştır.

Bass (1985) liderliği, takipçileri etkileyerek onların performanslarını artıran ve onları ortak hedeflere yönlendiren bir süreç olarak tanımlamıştır.

Bennis ve Nanus (1985) liderliği, vizyon yaratma ve bu vizyonu takipçilerine iletme süreci olarak tanımlamıştır.

Blom ve Alvesson (2014) düşünceleri ve anlamları etkilemenin gönüllü bir tarafı olduğuna dikkat çekerek, liderliği genel olarak anlam, norm, duygu, düşünce ve

değerleri bireylerarası etkileme biçimi olarak tanımlamıştır. Burns (1978) ise liderliği, liderlerin ve takipçilerin birbirlerinin motivasyonlarını ve ahlaki seviyelerini artırdıkları bir süreç olarak tanımlamıştır. Bu tanım, liderliğin sadece hedeflere ulaşma değil, aynı zamanda lider ve takipçilerin karşılıklı olarak birbirlerini geliştirdikleri bir süreç olduğunu ifade etmiştir.

Eren (2013) liderliği, takipçiler tarafından kabul edilme ve izlenme sürecini içeren bir kavram olarak tanımlamıştır.

Fiedler (1967) liderliği, liderin kişisel özellikleri ve durumsal faktörlerin etkileşimi olarak tanımlamıştır.

Gardner (1990) liderliği, bir grubun enerjisini ve bağlılığını harekete geçirme ve sürdürme yeteneği olarak tanımlamıştır.

Goleman (2000) liderliği, duygusal zekanın bir uygulaması olarak tanımlayarak liderlerin duygusal zeka kullanarak takipçilerini etkilediğini ve yönlendirdiğini vurgulamıştır.

Başaran (2004) liderliği, ortak amaçlar için birleşen insanları, amaçlarını gerçekleştirmek için etkileme süreci olarak ifade etmiştir.

Heifetz (1994) liderliği, insanları zorlayıcı değişiklikleri kabul etmeye ve bunlarla başa çıkmaya yönlendiren bir süreç olarak tanımlamıştır.

House (1996) liderliği, liderin davranışlarının takipçilerin performansını ve memnuniyetini nasıl etkilediği üzerine kurulu bir süreç olarak tanımlamıştır.

Koçel (2013) liderliği, belirlenmiş koşullar altında bireysel amaçları veya grup amaçlarını gerçekleştirebilmek için herhangi bir bireyin başkalarının eylemlerini yönlendirmesi ve etkilemesi süreci şeklinde tanımlamıştır.

Kotter (1990) liderliği, değişimi yönlendiren bir süreç olarak tanımlamıştır. Liderler, değişim ihtiyacını belirler, bir vizyon geliştirir ve bu vizyonu gerçekleştirmek için stratejiler oluşturur.

Kouzes ve Posner (2002) liderliği, kişisel ve örgütsel değişim yaratma süreci olarak tanımlamıştır.

Northouse (2018) liderliği, bireylerin grupları belirli hedeflere ulaşmaları için etkilediği bir süreç olarak tanımlamıştır.

Rost (1991) liderliği, lider ve takipçiler arasındaki ilişki olarak tanımlamıştır. Bu ilişki, ortak bir amaca ulaşmak için değişimi başlatma sürecini içermektedir.

Schein (1985) liderliği, örgütsel kültürü yaratma ve değiştirme süreci olarak tanımlamıştır.

Stogdill (1974) liderliği, bir grup faaliyetlerini başlatma ve bu faaliyetlerin sürdürülmesini sağlama süreci olarak tanımlamıştır. Bu tanım, liderin rolünün sadece

başlangıç noktası olmadığını, aynı zamanda bu faaliyetlerin devamını sağlamak için sürekli bir çaba gerektiğini belirtmiştir.

Yukl (2013) liderliği, bir grup insanın ortak hedeflere ulaşmasını sağlamak için gösterilen davranışlar olarak ifade etmiştir.

Emery ve Flora (2006) kırsal alanda liderliği, kırsal toplulukların ekonomik ve sosyal refahını artırmak için stratejik düşünme ve yenilikçi çözümler geliştirme süreci olarak tanımlamıştır.

Flora ve Flora (1993) kırsal alanda liderliği, kırsal alanlardaki sosyal, ekonomik ve politik yapıları dönüştürmeyi amaçlayan bir süreç olarak tanımlamıştır. Bu liderlik, yerel liderlerin topluluklarını daha sürdürülebilir ve dirençli hale getirmek için stratejiler geliştirmesini ve uygulamasını içermektedir.

Hogg ve Vaughan (2005) kırsal alanda liderliği, topluluk üyeleri arasında güven, dayanışma ve işbirliği duygularını teşvik eden ve sürdüren bir süreç olarak tanımlamaktadır. Bu liderlik, kırsal alanların özgün sosyal ve kültürel yapıları içinde gelişir ve topluluk üyelerinin ortak hedeflere ulaşmalarını sağlar.

Kaufman ve Wilkinson (2000) kırsal alanda liderliği, kırsal toplulukların karşılaştığı sosyal ve ekonomik zorluklarla başa çıkmalarını sağlamak için gerekli olan liderlik becerileri ve stratejilerinin uygulanması olarak tanımlamıştır.

Marsden (2003) kırsal alanda liderliği, yerel bilgi, deneyim ve kültürel değerlerle birlikte, kırsal toplulukların kendi kaderlerini belirlemesine yardımcı olan bir süreç olarak tanımlamıştır.

Özçatalbaş ve Gürgen (1998) kırsal alanda liderliği, enerjisi yüksek, girişimci, yetenekli, özgür düşünebilen, yaratıcılık gücü yüksek, adalet duygusuna sahip ve başkalarına yardım etmeye istekli olma gibi özelliklerle diğer insanlardan farklı bireyler olarak tanımlamışlardır.

Rost (1991) kırsal alanda liderliği, kırsal topluluklarda sosyal ve ekonomik değişim yaratmak için topluluk üyeleri arasında işbirliği ve katılımı teşvik eden bir süreç olarak tanımlamıştır.

Shortall (2004) kırsal alanda liderliği, kırsal alanlarda yaşayan bireylerin, yerel topluluklarının sosyal, ekonomik ve çevresel zorluklarına yenilikçi çözümler geliştirmek için gösterdikleri çabalar olarak tanımlamıştır. Bu liderlik, topluluk içinde aktif olarak katılım sağlamayı ve yerel karar alma süreçlerinde etkili olmayı içermektedir.

Selsky ve Smith (1994) kırsal alanda liderliği, kırsal alanlarda sosyal sermaye ve ağ oluşturma süreçlerini destekleyerek topluluk dayanıklılığını artıran bir liderlik biçimi olarak tanımlamıştır.

2.2.2. Liderlik türleri

Liderler, görevlerini yerine getirirken içinde bulundukları ortamın koşullarına göre farklı davranış biçimleri gösterebilmektedirler. Bir liderin seçtiği liderlik tarzı, içinde bulunduğu örgütsel ve çevresel koşullara uygun olmalıdır, çünkü bu uyum örgütsel amaçların gerçekleştirilmesine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Doğru liderlik tarzını belirlerken dikkate alınması gereken birçok faktör vardır. Örneğin, işletmenin faaliyet alanı ve konusu, liderin izleyicilerinin kişilik özellikleri, ülkelerin kültürel yapıları, zaman baskısı, yapısal ve çevresel sorunlar gibi unsurlar, liderlik tarzını etkileyen başlıca faktörlerdir (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2008).

Liderlerin liderlik tarzını etkileyen birçok faktör vardır ve bu nedenle hemen her koşulda uygulanacak en iyi liderlik tarzı yoktur. Her liderlik tarzının uygun olduğu ortam ve koşullar birbirinden farklılık göstermektedir. Önemli olan, liderlik tarzını etkileyen faktörleri belirleyip, bu faktörleri dikkate alarak en uygun liderlik tarzını belirlemek ve bunu etkin bir şekilde uygulayabilmektir (Özkalp ve Kirel, 2010).

Liderlerin içinde bulundukları koşullara göre esnek ve uyumlu liderlik tarzları geliştirmeleri, hem örgütsel hem de bireysel başarıyı artırmada önemli bir faktördür. Bu nedenle, liderlerin kendilerini ve içinde bulundukları ortamı iyi analiz ederek, duruma en uygun liderlik tarzını benimsemeleri büyük önem taşımaktadır.

Literatürde pek çok liderlik türü bulunmakla birlikte, çalışmanın amacı doğrultusunda bunlardan yalnızca başlıcaları ele alınmıştır. Bu bölümde belirtilen liderlik türleri, çeşitli durumlar ve koşullar için uygun olan farklı liderlik yaklaşımlarını göstermektedir. Literatürde yer alan çeşitli liderlik türleri Çizelge 2.1’de belirtilmiştir.

Çizelge 2.1. Liderlik Türleri

Liderlik Türleri	İngiliz Dilindeki karşılığı
Serbestlik Tanıyan Liderlik	Laissez-Faire Leadership
Etkileşimci Liderlik	Transactional Leadership
Dönüşümcü Liderlik	Transformational Leadership
Otokratik Liderlik	Autocratic Leadership
Demokratik Liderlik	Democratic Leadership
Karizmatik Liderlik	Charismatic Leadership
Doğal Liderlik	Natural Leadership
Onay Önderliği/Liderliği	Approval leadership
Uzmanlık Önderliği/Liderliği	Expert Leadership
Eylem Önderliği/Liderliği	Action Leadership
Fikir Önderliği/Liderliği	Thought Leadership
Hizmetkâr Liderlik	Servant Leadership
Vizyoner Liderlik	Visionary Leadership
Koçluk Liderliği	Coaching Leadership
Durumsal Liderlik	Situational Leadership
Bürokratik Liderlik	Bureaucratic Leadership
Özgün Liderlik	Authentic Leadership
Yönlendirici Liderlik	Directive Leadership
Kapsayıcı Liderlik	Inclusive Leadership
Yenilikçi Liderlik	Innovative Leadership
İlham Verici Liderlik	Inspirational Leadership
Değişim Liderliği	Change Leadership
Yönetimsel Liderlik	Managerial Leadership
Koalisyon Liderliği	Coalition Leadership
Yalın Liderlik	Lean Leadership

Kaynak: Northouse, 2018; Bass, ve Avolio. 1993; Özçatalbaş ve Gürgen, 1998; Bakan ve Büyükbeşe, 2010; Emery ve ark, 2013; Kouzes ve Posner, 2002; Hersey ve Blanchard, 2007; Abun ve ark, 2022; House, 1996; Kim ve ark, 2017; Şen ve Eren, 2012; Bass, 1988; Dumas ve Beinecke, 2018; Yukl, 2013; Dombrowski ve Mielke, 2013.

2.2.2.1. Serbestlik tanıyan liderlik

Serbestlik tanıyan liderlik, Bass tarafından tanımlanmış bir liderlik türüdür ve liderin örgüt ile aktif bir şekilde ilgilenmediği bir yaklaşımı ifade etmektedir. Bu liderlik tarzı, örgüt tarafından istenmeyen, ancak astlar tarafından tercih edilen bir yöntem olarak bilinmektedir. Bass ve Avolio (1993), bu tür liderleri kurumda ihtiyaç duyulduğunda ortada görünmeyen ve sorunların çözümlerini sürekli erteleyen liderler olarak tanımlamışlardır. Bu durum, örgütsel anlamda istenmeyen bir durum olarak değerlendirilmiştir.

Bu liderlik tarzında lider, astlarına büyük ölçüde özgürlük tanımakta ve onların kendi başlarına karar almalarına izin vermektedir. Liderin bu pasif tutumu, genellikle örgüt içinde yönlendirme ve kontrol eksikliği yaratmaktadır. Ancak, serbestlik tanıyan liderlik tarzı ile yönetilen bir grubun başarılı olabilmesi için bazı şartların yerine getirilmesi gerekmektedir. Eren (2013), bu şartları grup üyelerinin yeterli bir kültür seviyesine sahip olmaları, iş bölümü yapabilmeleri ve güçlü bir sorumluluk duygusuna sahip olmaları olarak belirtmiştir.

Grup üyelerinin kültürel seviyesi, onların kendi başlarına etkili kararlar alabilmelerini ve bu kararları uygulayabilmelerini sağlamaktadır. Ayrıca, iyi bir iş bölümü, her bireyin kendi rolünü ve sorumluluklarını bilmesini ve bu doğrultuda hareket etmesini sağlamaktadır. Güçlü bir sorumluluk duygusu ise, bireylerin kendilerine verilen görevleri zamanında ve eksiksiz bir şekilde yerine getirmelerini teşvik etmektedir. Bu faktörler bir araya geldiğinde, serbestlik tanıyan liderlik tarzının başarıya ulaşması mümkün olabilmektedir. Ancak, bu tarz liderliğin dezavantajları da göz ardı edilmemelidir. Liderin aktif rol almaması, örgüt içinde motivasyon eksikliğine ve yön kaybına yol açabilmektedir. Ayrıca, sorunların sürekli ertelenmesi, örgütün uzun vadede etkinliğini ve verimliliğini düşürebilmektedir. Bu nedenle, serbestlik tanıyan liderlik tarzının uygulanabilirliği, örgütün yapısına, kültürüne ve üyelerinin yetkinlik düzeyine bağlı olarak değişkenlik gösterebilmektedir (Bass ve Avolio, 1993; Eren, 2013)

Serbestlik tanıyan liderlik tarzı, belirli koşullar altında etkili olabilir, ancak bu tarzın getirdiği riskler ve dezavantajlar da dikkate alınarak, duruma uygun liderlik yaklaşımlarının belirlenmesi büyük önem taşımaktadır.

2.2.2.2. Etkileşimci liderlik

Etkileşimci liderlik, literatürde genellikle işe yönelik liderlik olarak adlandırılan bir liderlik türüdür. Bu liderlik türünün temel amacı, grup üyelerini işlerini başarmaları için teşvik etmektir. Etkileşimci liderler, yetkilerini kullanırken aynı zamanda grup üyelerinin istek ve gereksinimlerini karşılamaya çalışmaktadır. Bu liderlik yaklaşımı, çalışanların daha verimli ve etkin bir şekilde faaliyet göstermelerini sağlamayı hedeflemektedir, ancak yaratıcılık ve yenilikçilik bu liderlik türünde ön planda değildir. Etkileşimci liderler, mevcut örgüt kültürü içinde izleyicilerin amaçlarına ulaşmaları için kendilerinden beklenen performansı gerçekleştirmelerinde destekleyici bir rol oynamaktadır (Saruhan ve Yıldız, 2009).

Etkileşimci liderlik, işe odaklı bir liderlik tarzı olup, liderin grup üyelerini işlerini başarma ve hedeflerine ulaşma konusunda teşvik ettiği bir yaklaşımdır. Çalışanların performansını artırmak için şarta bağlı ödüller, aktif müdahale ve pasif gözlem gibi stratejiler kullanılmaktadır. Bu liderlik tarzı, belirli koşullar altında etkili olabilir, ancak yaratıcılık ve yenilikçilik gerektiren durumlarda yetersiz kalabilmektedir. Etkileşimci liderlik tarzının üç temel özelliği aşağıda sıralanmıştır (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2008):

Şarta Bağlı Ödül: Bu özellik, liderin önceden belirlenen ve tanımlanan hedeflere ulaşmaları durumunda çalışanlarına somut ödüller vermesini ifade etmektedir. Bu hedeflere ulaşmak için lider ile çalışanlar arasında zaman zaman hatırlatmalarla desteklenen pozitif bir pekiştirme süreci bulunmaktadır. Bu anlayışta, çalışanlar ödül almak için işlerini ve görevlerini beklenen şekilde yapmaktadır.

İstisnalarla Yönetim (Aktif): Etkileşimci liderler örgütte bir sorun veya aksilik ortaya çıktığında hemen harekete geçmektedir. Bu tür liderler, sorunları ortadan kaldırmak için yıkıcı eleştirilerde bulunabilir, cezalandırma veya işten çıkarma gibi yöntemler kullanabilmektedir. Amaç, sorunun bir an önce çözülmesini sağlamaktır.

İstisnalarla Yönetim (Pasif): Bu yaklaşımı benimseyen liderler, çalışanlarını görevlerini yerine getirme konusunda tamamen serbest bırakmaktadırlar. Sorunların düzeltilmesi için müdahalede bulunmak yerine, çalışanlarının kendi çözümlerini bulmalarını tercih etmektedirler. Bu liderler, karar almaları gerektiğinde zorlanmakta ve genellikle karar almayı geciktirmektedirler.

2.2.2.3. Dönüşümcü liderlik

Dönüşümcü liderlik, karar verme sürecini teşvik eden ve ekip çalışmasını ön plana çıkaran bir liderlik türüdür. Bu liderlik türünde, topluluk ortak bir amaç için çalışan bir sistem olarak görülmektedir. Dönüşümcü liderler, topluluğun genel yararı için çalışırken, bireysel çabaları da önemsemektedirler. Bu şekilde, bireyler kendilerini dahil olmuş hissederek daha fazla zaman ve enerji harcama eğiliminde olmaktadır (Barling ve ark., 1996; Arches, 1997).

Dönüşümcü liderlik, kırsal alanlarda karşılaşılan karmaşık sorunlarla başa çıkmak için gereken liderlik türünü sağlamaktadır. Bu liderlik tarzı, açıklık, güven ve saygıya dayalı bir kültür yaratmakta ve iş birliğini kolaylaştırmaktadır. Dönüşümcü liderlik, kırsal topluluklara büyük faydalar sağlayarak bu alanlarda değişimi daha etkili bir şekilde gerçekleştirmeye yardımcı olabilmektedir.

Dönüşümcü liderler, grup üyelerinin ihtiyaçlarını, inançlarını ve değer yargılarını değiştirebilen liderlerdir. Bu liderler, örgütte değişim ve yenilenme için üstün performans göstermektedirler. Bir liderin örgütte değişime gidebilmesi, vizyon sahibi olmasına ve bu vizyonu grup üyelerine kabul ettirmesine bağlıdır. Liderin vizyon sahibi olması, örgütsel amaçları ve hedefleri anlamlı hale getirirken grup üyelerinin bu hedeflere ulaşma konusunda kendilerine güven duymalarını sağlamaktadır (Koçel, 2013).

Dönüştürücü liderler, grup üyelerini görevlerini en iyi şekilde yerine getirme konusunda ikna etme becerisine sahiptirler. Grup üyeleri, lidere karşı hayranlık ve saygı duyar, ona güvenir ve onu kendileri için başarılı bir model olarak görüp taklit etme eğiliminde olmaktadır (Sökmen, 2010). Bu durumu sağlamak için lider, grup üyeleri ile ortak hareket ederek, onların duygu, düşünce, ilgi ve isteklerini dikkate almaktadır. Bunun yanı sıra grup üyelerine arkadaşça davranmakta, onlara tavsiyelerde bulunmakta, desteklemekte, yardım etmekte ve başarılı olma konusunda cesaretlendirmektedir (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2008).

2.2.2.4. Otokratik liderlik

Otokratik liderlik, tüm yetkilerin liderde toplandığı ve her türlü kararın lider tarafından alındığı bir liderlik tarzıdır. Bu tür liderlikte, amaçların, planların ve politikaların belirlenmesinde astların görüş bildirme hakları yoktur. Otoriter lider, emir ve talimatlarına eksiksiz uyulmasını istemektedir (Yıldırım, 2010). Bu nedenle, otokratik liderlik, liderin mutlak otoritesine dayanan ve astların katılımını sınırlayan bir yaklaşım olarak kabul edilmektedir.

Otokratik liderlik türünde, liderin otoritesi ön plandadır ve bu durum genellikle olumsuz bir liderlik tarzı olarak değerlendirilmektedir. Çünkü bu liderlik tarzında iletişim tek yönlüdür; yalnızca liderin emirlerini iletmesi şeklinde gerçekleşip, çalışanlar iş süreçleri hakkında yeterince bilgilendirilmemektedir (Koçel, 2013).

Bireysel kararlar ön plana çıkar ve grup üyeleri liderin otoritesinden korkabilmektedir. Bu tarz liderlikte, başarı büyük ölçüde liderin karakteri, ona duyulan saygı ve zekâsı ile ilişkilidir. Lider için güçlü bir motivasyon kaynağı olabilir, ancak çalışanların duygularına önem verilmediği için bağlılık duygularının azalmasına yol açabilmektedir. Buna rağmen, liderin tüm kararları alması nedeniyle karar alma süreci hızlıdır (Yukl, 2008; DeCremer, 2007).

Bu liderlik tarzı, örgüt içinde belirli durumlar için uygun olabilmektedir. Otokratik liderlik, belirli koşullar altında hızlı kararlar alınmasını sağlayabilirken, çalışanların katılımını ve motivasyonunu sınırlayabilmektedir.

2.2.2.5. Demokratik liderlik

Demokratik liderlik, otoriter liderliğin aksine, otoritenin tek bir kişi yerine çalışanlarla birlikte paylaşıldığı bir liderlik türüdür. Demokratik liderlikle yönetilen birçok organizasyonda, grup üyeleri bürokratik bir sistem içinde yeteneklerine göre görev alır ve grubun hedef, amaç ve faaliyetlerinin belirlenmesinde aktif rol oynamaktadır. Bu liderlik türünde, lider çalışanlara yol göstermekte, onlara öncülük etmekte, organizasyonda çalışanların katılımını desteklemekte ve teşvik etmektedir. Demokratik liderler, çalışanlarının çoğu ile yakın ilişki içindedir ve cezadan çok ödül vererek onların motivasyonunu artırmaktadır (Şahin, 2004).

Demokratik liderler, çalışanlarını her konuda bilgilendirerek yönetimi "iş birliği" temelinde yapmaya özen göstermektedir. Bu liderlik tarzında, liderler için çalıştıkları ortam ve birlikte çalıştıkları kişiler büyük önem taşımaktadır. Demokratik liderler,

çalışmalarında bütünlük ve uyum içinde oldukları için, ekip üyelerinin her türlü sorunları ve çalışma disiplinleri, iş süreçlerine doğrudan etki etmektedir. Astlarını her konuda destekleyen demokratik liderler, onlarla esnek ve açık bir ilişki kurarak daha verimli bir çalışma ortamı sağlamaktadırlar (Stoner ve Edward, 1992).

Demokratik liderlik, liderin çalışanlarla sürekli etkileşimde bulunmasını ve onların görüşlerini dikkate almasını esas almaktadır. Lider, çalışanların fikirlerini önemsemekte ve karar alma süreçlerine onları dahil etmektedir. Bu da çalışanların kendilerini değerli hissetmelerini ve örgüte olan bağlılıklarını artırmaktadır. Demokratik liderlik, çalışanların motivasyonunu ve iş memnuniyetini artırarak örgütsel başarıyı desteklemektedir. Bu liderler, çalışanlarının yeteneklerini ve potansiyellerini değerlendirir, onlara sorumluluk vererek kendi kendilerine karar alma ve problem çözme becerilerini geliştirmektedir. Bu yaklaşım, yaratıcılığı ve yenilikçiliği teşvik ederek işbirliği ve takım çalışmasını güçlendirmektedir. Demokratik liderlik, otoritenin paylaşılması ve çalışanların katılımının teşvik edilmesi ile karakterize olup, çalışanları daha verimli ve etkin hale getirmektedir.

2.2.2.6. Karizmatik liderlik

Karizmatik liderlik, liderin güçlü kişilik özellikleri sayesinde etki yaratabildiği bir liderlik türüdür. Bu liderlik tarzı, genellikle kriz dönemlerinde ortaya çıkar ve olağanüstü niteliklere sahip, güçlü bireysel özellikleri olan kişilerde görülmektedir. Karizmatik liderlerin ortak özellikleri arasında kendine güven, cesaret, hayranlık uyandırma, ikna etme ve motive etme yeteneği bulunmaktadır. Karizma, takipçilerin lidere güvenmesini ve koşulsuz itaat etmelerini sağlayan bir çekim gücünü ifade etmektedir (Ergeneli, 2006, Akt: Kökçikaran, 2016).

Karizmanın, lidere özgü bir kişisel özellik olduğu düşünülmektedir. Karizmatik liderler, yüksek özgüvene sahip, düşüncelerine güçlü bir inançla bağlı ve insanları etkileme gereksinimi duyan bireylerdir. Bu liderler, kendi düşüncelerine inanmakta ve insanları etkileme ihtiyacı hissetmektedirler (Kırel, 1998, Akt: Kökçikaran, 2016).

Karizmatik liderlerin kendine özgü davranış ve niteliklere sahip olduklarına inanılmaktadır. Bu liderler, takipçilerine ilham veren bir vizyon oluşturmaktadır. Onların bağlılıklarını sağlamakta ve ortak amaçlar doğrultusunda çalışmaktadırlar. Karizmatik liderler, takipçilerinin gereksinimlerini, değerlerini, tercihlerini ve arzularını değiştirebilmektedir. Özetle, karizmatik bir lider, yüksek özgüveni, cesareti, hitabet ve ikna becerisi ile vizyon ve değerleriyle takipçilerini etkileyebilen kişidir (Gül, 2003).

2.2.3. Liderlikte kullanılan güç kaynakları

Liderlik süreçlerinde kullanılan güç kaynakları, liderin belirlediği hedeflere ulaşmak için astları üzerinde etkili ve verimli bir şekilde kullanabileceği güç kapasitesini ifade etmektedir. Güç, genel anlamıyla başkalarını etkileyebilme kapasitesi olarak tanımlanmaktadır ve liderin astları üzerinde etkili olabilme yeteneğini içermektedir.

Liderlerin güç kaynakları ile ilgili birçok sınıflama bulunmaktadır. Bu çalışmada ilk olarak French ve Raven tarafından 1959 yılında kavramsal olarak

tanımlanan “Liderlikte kullanılan beş güç kaynağı” sınıflaması kullanılmıştır (French ve Raven, 1959). Bu güç kaynaklarını temel olarak iki kategoride toplanabilen beş güç kaynağı olarak tanımlamışlardır. Örgütsel güç kaynakları; yasal güç, ödüllendirme gücü ve zorlayıcı güçtür. Kişisel güç kaynakları ise uzmanlık gücü ve karizmatik güçtür (Tin, 2020; Jex ve Britt, 2014; Bakan ve Büyükbeşe, 2010; Güney, 2017).

Yasal Güç (Meşru Güç)

Yasal güç, liderin bulunduğu pozisyon nedeniyle sahip olduğu ve etrafındaki kişileri etkileyebilme kapasitesidir. Bu güç, liderin yasal yetkilerinden kaynaklanır ve genellikle otorite gücü olarak tanımlanmaktadır. Örgütlerdeki hiyerarşik yapı ve statüye dayanarak liderin astları üzerindeki etkisi artmaktadır (Bakan ve Büyükbeşe, 2010). Bu güç, liderin astlarını yönetme ve onları örgütsel hedeflere yönlendirme kapasitesini desteklemektedir (Tin, 2020).

Ödüllendirme Gücü

Ödüllendirme gücü, liderin astlarını ödüllendirerek motive etme ve onların uyumunu sağlama kapasitesidir. Bu güç, liderin tarafsız ve adil bir şekilde ödüller dağıtarak astlarının performansını artırmasına olanak sağlamaktadır (Jex ve Britt, 2014). Ödüllendirme gücü, aidiyet duygusunu artırarak astların örgütsel bağlılığını artırmaktadır (Bakan ve Büyükbeşe, 2010). Aynı zamanda ödüllerin etkili ve adil bir şekilde dağıtılması, liderin güvenilirliğini ve etkinliğini artırmaktadır (Güney, 2017).

Cezalandırma Gücü

Cezalandırma gücü, liderin astlarını itaatsizlik durumunda cezalandırma kapasitesidir. Bu güç, genellikle korkuya dayanır ve liderin yetkilerini kullanarak astlarını kontrol etmesini sağlamaktadır. Cezalandırma gücü, liderin astları üzerinde disiplin sağlama ve örgütsel kurallara uyumu teşvik etme kapasitesini içermektedir. Ancak, bu gücün aşırı kullanımı, çalışanların verimliliğini düşürebilmekte ve örgütsel bağlılığı zedeleyebilmektedir (Bakan ve Büyükbeşe, 2010; Güney, 2017).

Uzmanlık Gücü

Uzmanlık gücü, bireyin sahip olduğu bilgi ve becerilerden kaynaklanan bir güç türüdür. Bu güç, başkalarının belirli bir alanda uzman olarak gördüğü kişiler tarafından elde edilmektedir. Uzmanlık gücü, bireyin belirli bir konuda derinlemesine bilgi sahibi olması ve bu bilgiyi başkalarına aktarabilme yeteneği ile ilgilidir. Liderler, bu tür bir güçü kullanarak takipçilerini etkileyebilmekte ve onları belirli bir yönde motive edebilmektedir. Uzmanlık gücü, özellikle teknik veya karmaşık bilgi gerektiren alanlarda önemlidir. Bu güç türü, liderin bilgi ve deneyimine dayandığı için takipçiler arasında güven ve saygı oluşturmaktadır (French ve Raven, 1959). Uzmanlık gücü, genellikle eğitim, deneyim ve sürekli öğrenme ile artırılabilir.

Karizmatik Güç

Karizmatik güç, bireyin kişisel çekiciliği, karizması ve ilham verici özelliklerinden kaynaklanan bir güç türüdür. Bu tür güç, liderin kişisel cazibesi ve karizmatik yetenekleri ile başkalarını etkileyebilmesi ile ilgilidir (French ve Raven, 1959). Karizmatik liderler, vizyonları ve karizmaları ile astlarını motive ederek onları ortak hedeflere yönlendirebilmektedirler (Aslan, 2009). Karizmatik güç, liderin kişisel özelliklerinden ve başkalarını etkileme yeteneğinden kaynaklanmaktadır. Bu tür bir güç, liderin takipçilerine ilham vermesini ve onları motive etmesini sağlamaktadır (House, 1996). Karizmatik liderler, genellikle güven, coşku ve bağlılık yaratmaktadır. Bu güç türü, bireyin doğal karizması ile doğrudan ilişkilidir, ancak liderlik eğitimleri ve deneyimler ile de geliştirilebilmektedir (Yukl, 2013).

2.2.4. Sosyal ağ analizi kapsamında kırsal alanda liderlik

Liderlik, bazı durumlarda kişinin isteği veya resmi süreçler doğrultusunda değil, doğal ve kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Sosyal ağların ön plana çıkardığı liderlik, çeşitli liderlik türlerinin özelliklerini bir araya getiren bir liderlik türüdür (Emery ve ark., 2013). Bu liderlik biçiminde sosyal ağlardaki etki gücü ile birlikte liderin bireysel özellik ve yetenekleri önemlidir.

Sosyal ağın ön plana çıkardığı liderlik, geleneksel liderlikten farklı olarak, liderin resmi yetkisi olmasa bile grup üzerinde yüksek bir etki gücüne sahip olmasını sağlamaktadır. Bu tür liderler, grup üyelerini olumlu bir şekilde yönlendirebilmektedirler (Beycioğlu, 2018).

Ağda ön plana çıkan lider resmi bir yetkisi olmamasına rağmen kırsal alanda yaşayan üreticilerin desteği, takdiri ile kırsal alandaki üreticileri etkileme gücüne sahiptir.

2.2.4.1. Doğal liderlik

Liderlik, lider ve takipçiler arasında kurulan iletişim ve sosyal etkileşim süreci olarak tanımlanabilmektedir. Bu süreç içerisinde liderler ve üyeler karşılıklı ilişki ağları geliştirmektedirler (Emery ve ark, 2013, akt; Hangül, 2018). Bu ilişki ağları, sosyal ağ analizi ile birlikte doğal liderlik konusunu incelemek için çok önemli hale gelmektedir.

Ağ analizi etkileşim halindeki aktörlerin ağlarını inceleyerek farklı aktörlerin sergilediği informal liderlik rollerini tespit etmektedir. Bazı bireyler, aktörler arasındaki iletişimi ve akışı etkileyecek pozisyonlara (arasındalık merkeziliği) sahip olduğu için doğal lider olarak görülmektedir. Kimi aktörler de ağdaki pozisyonuyla bilginin elde edilmesi, işlenmesi ve dağıtılmasında iletişim merkezi (bilgi merkeziliği) rolünde olabilmektedir (Borgatti ve Johnson, 2013; Marion vd. 2016, akt: Hangül, 2018).

Resmi lider, grup içindeki konumundan dolayı lider durumdadır ve hiyerarşisinden dolayı bir güce sahiptir. Doğal lider ise, herhangi bir resmi unvana veya pozisyona sahip olmamalarına rağmen grup üyelerinin desteği ve takdiri sayesinde etkileme gücüne sahip liderdir. Doğal liderlik, iletişim yoluyla dinamik bir süreç içinde ortaya çıkmaktadır. Bu süreçte, liderin ve takipçilerin kişisel özellikleri, bilgi ve

deneyimleri ile içinde bulunulan durum, liderlik davranışını şekillendirmektedir. Doğal liderler herhangi bir resmi unvana sahip olmadan, grup üyeleri tarafından desteklenen ve takdir gören kişilerdir. Bu kişiler, böylece kırsal alanda yaşayan üreticileri etkileme potansiyeline sahiptir. Doğal liderlik, lider ile takipçilerin kişisel özellikleri, bilgi ve deneyimleri ile mevcut duruma bağlı olarak iletişim yoluyla dinamik bir süreç içinde ortaya çıkmaktadır (Northouse, 2008).

2.2.4.2. Liderlik ve kırsal alan

Kırsal alanda liderlik denildiğinde karşımıza önder çiftçi kavramı çıkmaktadır. Kırsal alanda yaşayan ve yaşadığı ortamda belirli bir kitleye zor kullanmaksızın etki ederek, bu kitleye bir işi yaptırabilme gücü olan kimselere yerel önder denebilmektedir (Özçatalbaş ve Gürgen, 1998). Önder çiftçiler üreticilere gerekli yenilikleri hızlı bir şekilde yayabilme potansiyeli ve kabiliyeti nedeniyle kırsal alanda anahtar konumdaki kişi olarak görülmektedir. Bu çiftçiler, yenilikleri benimseyip uygulayarak diğer çiftçilere örnek olmakta ve onların da bu yenilikleri benimsemelerini sağlamaktadır.

Önderler yetkilerini daha çok kişiliklerinden, onları izleyenlerden ve çevresel koşullardan alır ve genellikle biçimsel olmayan (informal) bir yetkidir. Liderler ise yetkilerini kişiliklerinden ziyade bulundukları hiyerarşik konumdan alır ve biçimsel (formal) bir yetkidir (Özçatalbaş ve Gürgen, 1998). Kırsal alanda önder çiftçiler, üreticiler üzerinde büyük bir etkiye sahip olabilmektedir. Önder çiftçiler, üreticilerin güvenini kazanarak ve bilgi paylaşımında bulunarak kırsal alanlarda liderlik etmektedirler (Eren, 2013).

Kırsal alanda etkili liderlikte; ilişkilere, bireysel farklılıklara ve kırsal toplumların önemli özelliklerine değer verilmelidir. Kırsal alanlarda etkili bir lider olmak için özel bir liderlik tarzı olmalıdır (Avant ve ark, 2013). Kırsal liderlerin, topluluk içindeki sosyal ağları ve ilişkileri güçlendirmeleri önemlidir.

2.2.4.2.1. Kırsal alanda yerel önderler ve özellikleri

Kırsal alanda yerel önderlerin özellikleri koşullara göre büyük ölçüde değişmektedir. Önderlik bireyin kişiliği ile sıkı sıkıya bağlıdır. Kişilik ise biyolojik, psikolojik, sosyolojik ve kültürel yönleri kapsamaktadır. Başarılı bir önder, belirtilen yönlerden üstün özelliklere sahip olan kimsedir. Önder kendini izleyenlere iş yaptırırken zor kullanmamaktadır. Önderlikte baskı değil, inandırma vardır. Bir kişi diğer bir kişiyi etkileyebilmekte ve bu etki kişinin diğer kişiye bağlanmasına veya ondan uzaklaşmasına neden olmaktadır (Flament, 1965; akt: Özçatalbaş ve Gürgen, 1998).

Bu tür önderlerin başlıca özellikleri ise şunlardır:

- Yaşadıkları toplumdaki diğer bireylere oranla dış dünya ile ilişkileri fazladır. Bu ilişkilerin sıklığını belirleyici bir ölçü olarak, köy dışına çıkış sıklığı gösterilebilir. Ayrıca radyo, televizyon ve diğer kitle haberleşme araçlarını, diğer çiftçilere göre daha fazla izlemektedirler. Bu durum onların dış dünya ile olan ilişkilerinin gelişmesini kolaylaştırmaktadır.

- Yerel önderler gelişmiş bir tarım teknolojisini uygulamaya, diğer çiftçilere göre daha istekli olan kimselerdir. Yeni tarım teknolojilerini diğer kimselere göre daha kısa sürede ve yüksek oranda benimseyebilmektedirler. Bu nedenle bu kimseler adeta, kırsal alanda yaşayanlar arasında öncü olmaktadır (Özçatalbaş ve Gürgen, 1998).
- Önderlikle ilgili en önemli özelliklerden biri de önderi izleyenlerin önderi izlemeleri durumunda bazı amaçlarının gerçekleşeceğini ümit etmeleridir. Aksi takdirde önder kendini izleyenlere inandırsa da, izleyenler amaçlarının gerçekleştiğini görmezler ise, öndere olan bağlılık güçlerinde azalmalar olabilmektedir.

2.2.4.2.2. Kırsal alanda önderlik biçimleri

Önder yetkisini kişiliğinden, izleyicilerden ve koşullardan alabilmektedir. Önderin bu tür yetkileri onun, önderlik rolünü de büyük ölçüde belirlemektedir. Önderin etkinliğine göre çeşitli önderlik biçimleri oluşmaktadır (Özçatalbaş ve Gürgen, 1998).

Onay Önderliği (Approval leadership)

Bazı önderlerin onayı olmadan bir işin yapılması güçleşebilir veya mümkün olmaz. Bir işin yapılabilmesi için zorunlu olarak bir önderin onayına gereksinme var ise, bu tür önderliğe onay önderliği denilmektedir. Özellikle demokratik ilişkilerin yerleşmediği toplumlarda, topluma büyük ölçüde egemen olan şahıslar bulunmaktadır. Örneğin Doğu ve Güney Doğu Anadolu bölgelerinde bazı köylerde, köy ağasının, köylüler üzerinde bu tür yetkileri olduğu gözlenmektedir.

Uzmanlık Önderliği (Expert Leadership)

Toplumlarda değişik konularda uzmanlaşmış ve bu uzmanlığını yöresindeki toplumlara kabul ettirmiş kişiler bulunabilmektedir. Örneğin tavukçuluk konusunda çok bilgili olan bir kişi, tavukçuluk yapmak isteyen çiftçileri bu konuda etkileyebilmektedir ya da tavukçulukla ilgili yeniliklerin çiftçilere benimsetilmesi ile ilgili bir tarımsal yayım programı gerçekleştirilmek isteniyorsa, tavukçuluk konusunda uzmanlaşmış kimseler var ise, onlardan yararlanabilmektedir.

Eylem Önderliği (Action Leadership)

Bazı yetenekli kimseler, bir işin yapılmasında müteşebbis (girişimci) olarak kendini kabul ettirmiş olabilmektedir. Özellikle kooperatif kurulması veya köye yol, su gibi tesislerin getirilmesinde geçmişte girişimci olarak ön ayak olan kişilere, eylem önderi denebilmektedir. Yayım hizmetlerinde bu tür kişilerden de yararlanılmalıdır.

Fikir Önderliği (Thought Leadership)

Fikir önderleri, diğer kişilerin eğilimlerini, davranışlarını istenilen bir şekilde etkileyebilen kişilerdir. Bunlar yenilikten yana veya karşı olabilmektedirler. Ancak burada yenilikçi denilen çiftçilerle fikir önderlerini karıştırmamak gerekmektedir. Fikir önderleri içinde bulunduğu toplumun normlarını ve değer yargılarını dikkate almakta ve

onlarla uyum sağlamaktadır. Oysa yenilikçi çiftçi toplumun değer yargılarının dışına taşabilen kişidir.

Otokratik Önderlik (Autocratic Leadership)

Önder ile izleyicileri arasındaki ilişkilerde, önderin aldığı kararı izleyicileri onun bir emri olduğu için yerine getiriyorlarsa, bu tür önderliğe otokratik önderlik denilebilmektedir.

Demokratik Önderlik (Democratic Leadership)

Önder ile izleyicileri arasındaki ilişkilerde, önder görüşlerini açıklar ve izleyicilerin karar vermesini isteyerek onlarla sağlayacağı iş birliği sonucu karar alınır, bu tür önderliğe de demokratik önderlik denilebilmektedir. Özellikle günümüzde yönetici durumunda olan kimselerin, yönettiği grup ile olan ilişkilerinde, çağdaş, demokratik ilişkilerinin geliştirilmesi üzerinde önemle durulması önerilmektedir (Laine, 1963; Özçatalbaş ve Gürgen, 1998)

2.2.4.2.3. Yerel önderlerden yararlanma

Tarımsal yayım servisinde çalışan yetişmiş yayım elemanlarının sayısı her zaman yeterli olmayabilmektedir. Bugün gelişmiş ülkelerde dahi tarımsal yayım servislerinde, kırsal alanda yaşayanları yüz yüze eğitecek miktar ve yetenekte eleman olduğunu söylemek güçtür. Bu nedenle tarımsal yayım programlarının hazırlanmasında ve uygulanmasında yerel önderlerden yararlanmaya gereksinim vardır.

Ayrıca kırsal alanda yaşayan topluluklara, yine onlardan birisi aracılığıyla yaklaşmak, iyi bir yöntem olabilmektedir. Önderin özel nitelikleri yanında iş birliği duygusunun, girişimcilik yeteneğinin ve kitleyi etkileme gücünün de gelişmiş olmasına dikkat etmek gerekmektedir (Özçatalbaş ve Gürgen, 1998).

2.3. Önceki Çalışmalar

Bu alanda yapılmış olan önceki çalışmalar incelenmiş ve araştırma bulguları değerlendirilirken bu bölümden faydalanılmıştır. Bu kapsamda konu ile ilgili yapılmış olan önemli çalışmalar aşağıda gösterilmiştir.

Adenidji (2022), "Benin'de Pamuk Üreticilerinin İklim Değişikliğine Uyumunun Sosyal Ağ Analiziyle Çözümlemesi" başlıklı çalışmada, iklim değişikliğinin Benin'deki pamuk üreticileri üzerindeki etkilerini ve bu üreticilerin iklim değişikliğiyle başa çıkma stratejilerini incelemektedir. Çalışma, sosyal ağ analizi yöntemini kullanarak, iklimle ilgili bilgilerin yayılmasında etkili olan anahtar çiftçileri belirlemekte ve bu çiftçilerin rolünü değerlendirmektedir. Gephi yazılımı kullanılarak gerçekleştirilen çalışmada, üreticilerin pamuk üretim ekosistemindeki önemli rolleri vurgulanmakta ve iklim değişikliğine adaptasyon için stratejik öneriler geliştirilmektedir.

Ağçay (2015), "Liderin Güç Kaynakları Kullanımı İlişkisi Üzerine Bir Araştırma" başlıklı çalışma, yöneticilerin örgütsel amaçları gerçekleştirmek ve

çalışanları olumlu yönde etkilemek amacıyla kullandıkları güç kaynakları ile bu güçlerin çalışanlar tarafından nasıl algılandığını ve bu algılara verilen tepkileri incelemektedir. Çalışmada, yasal gücün en fazla algılanan güç türü olduğu, bunu ödüllendirici güç, uzmanlık gücü, zorlayıcı gücün izlediği bulunmuştur. Araştırma, güç kavramının ve güç algısının örgütlerde yöneticilerin çalışanları yönlendirmesi açısından kritik bir öneme sahip olduğunu vurgulamaktadır.

Akçaöz ve ark (2005), Tarımsal üretimde çiftçilerin tutum ve davranışları: Çiftçilik Amaçları Ölçeği (FOS) isimli çalışmalarının amacı, tarımsal üretimde çiftçilerin risk tutumları ve davranışlarına bağlı olarak Çiftçilik Tutumları Ölçeği'ni (FAS) geliştirmektir. Veriler, Antalya ilinin Merkez, Manavgat ve Serik ilçelerindeki 143 üreticiden anket yöntemiyle toplanmıştır. Çiftçiler, risk seven (%39,9), risk sevmeyen (%53,1) ve riske kayıtsız (%7,0) olmak üzere üç risk tutumu grubuna ayrılmıştır. Faktör analizi sonuçlarına göre, sekiz faktör belirlenmiştir: çevresel amaçlar, risk amaçları, statü amaçları, doğal koşullar, iş ve gelecek amaçları, işletme dışı iş amaçları, çeşitlendirme, farklılaştırma ve başarı amaçları. Araştırmanın bulguları, çiftçilerin karar alma süreçlerinde finansal, sosyo-ekonomik ve psikolojik faktörlerin önemli bir rol oynadığını göstermektedir.

Avant ve ark. (2013), "Leadership and Rural Communities" başlıklı çalışmalarında, kırsal topluluklarda liderliğin önemini ele almışlardır. Araştırma, kırsal bölgelerde yaşayanlara sunulan hizmetlerin iyileştirilmesi amacıyla liderlerin geliştirilmesi ve farklı liderlik tarzlarının incelenmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Çalışma, kırsal alanlardaki uygulamaları desteklemek için dönüşümcü liderlik modelinin uygun olduğunu öne sürmektedir. Dönüşümcü liderlik, liderlerin topluluk üyeleri arasında güven ve iş birliği inşa ederek, bilgi paylaşımını ve topluluk geliştirme süreçlerini daha etkili hale getirdiği ifade edilmiştir.

Aydoğan (2012), "Samsun İlinde Organik ve Konvansiyonel Fındık Yetiştiricilerinin Gübre Kullanımı Konusundaki İletişim Kaynaklarının Sosyal Ağ Analizi ile Karşılaştırılması" başlıklı çalışmada, Samsun ili Terme ve Çarşamba ilçelerindeki organik ve konvansiyonel fındık yetiştiricilerinin gübre kullanımı konusundaki iletişim kaynakları ve sosyal ağlarını incelemektedir. Araştırmanın amacı, bu ağların işleyişini, ağdaki aksaklıkları ve daha iyi işleyen bir ağ geliştirmek için uygulanabilecek yöntemleri ortaya koymaktır. Sosyal ağ analizi yöntemi kullanılarak yapılan çalışmada, organik ve konvansiyonel fındık yetiştiricilerinin gübre kullanımı konusunda çeşitli bilgi kaynakları ve iletişim kanallarını kullandıkları, mevcut köy içi ve köy dışı iletişim ağlarının genel yapısının benzerlikler gösterdiği tespit edilmiştir. Ayrıca, ortak kullanılan bilgi kaynaklarının, alternatif ve yeni bilgilerin köye girmesi ve kullanılması konusunda kısıtlamaya neden olduğu ifade edilmiştir.

Aydoğan (2018), "Tarımsal Yenilik Sistemleri ve İş Birliği Ağları: Samsun İli Çeltik Üreticileri Örneği" başlıklı çalışmada, tarımsal yeniliklerin yayılma sürecini, tarımsal yenilik sistemleri ve sosyal ağ analizi ile incelemiştir. Araştırmanın amacı, çeltik üreticilerinin yenilikleri nasıl benimsediğini ve sosyal ağlar aracılığıyla nasıl yayıldığını açıklamaktır. Çalışmada Samsun ili çeltik üreticilerinden oluşan sosyal ağlar analiz edilmiştir. Anket verileri ve sosyal ağ analizi kullanılarak yapılan bu çalışmada, aktörlerin önem düzeyleri üzerinde; üye olunan örgüt sayısı, tarımsal proje deneyimi, diğer üreticilerle iş birliği yapma durumu ve sosyal statü değişkenlerinin etkili olduğu

belirlenmiştir. Araştırmanın bulguları, sosyal statüsü ve tarımsal projelere katılım düzeyi yüksek olan, diğer üreticiler ile iş birliği yapan ve tarımsal örgütlere katılım düzeyi yüksek üreticilerin tarımsal yeniliklerin yayılmasında daha etkili olduğunu göstermektedir.

Barnes ve Harary (1983), "Graph Theory in Network Analysis" başlıklı çalışmalarında, ağ analizi ve grafik teorisi arasındaki ilişkileri ve bu iki disiplinin nasıl etkileşim içinde olduğunu tartışmaktadırlar. Çalışma, ağ analizinin kabul edilebilir bir uzmanlık alanı olarak kavramsallaşmasını ve grafik teorisinin bu süreçteki rolünü ele almaktadır. Bu araştırma, grafik teorisinin ağ analizi bağlamında nasıl kullanıldığını ve bu teorinin ağ analizinde nasıl bir temel oluşturduğunu açıklamaktadır. Grafik teorisinin kavram ve terminolojisinin ağ analizinde nasıl benimsendiğini, ancak teorik teoremlerin genellikle ihmal edildiğini vurgulamaktadır. Çalışma, ağ analizinin daha etkili olabilmesi için grafik teorisinin teoremlerinin nasıl daha fazla kullanılabileceğine dair öneriler sunmaktadır. Ayrıca, bu iki disiplinin birleşiminin sosyal ağ yapılarının anlaşılmasında ve analizinde sunduğu olanakları göstermektedirler.

Bhagat (2008), "Rural Leadership" başlıklı çalışması, kırsal liderliğin kavramsal boyutunu, önemini ve farklı lider türlerini detaylı bir şekilde açıklamaktadır. Ayrıca, liderlerin seçimi ve eğitimi, etkili liderlik özellikleri ve kırsal kalkınma için liderlerin önemi vurgulanmaktadır. Çalışmada potansiyel liderlerin belirlenmesi ve eğitiminin gerekliliği üzerinde durulmuştur. Çalışma, liderlerin kırsal kalkınma programlarına katılımının, toplulukların kalkınmasında önemli bir rol oynadığını belirtmektedir.

Borgatti ve Halgin (2011), "On Network Theory" başlıklı çalışmalarında, ağ teorisinin gelişimini, tanımlarını ve kullanımındaki eksiklikleri tartışmaktadırlar. Literatür çalışması olarak gerçekleştirilen çalışmada, ağ kuramlaştırmasının model tabanlı yaklaşımlarının yeni kuramların üretilmesini kolaylaştırması üzerinde durulmaktadır. Araştırma, sosyal ağ teorisinin temel kavramlarını açıklayarak, ağ yapılarının bireyler ve gruplar üzerindeki etkilerini açıklayan süreçleri incelemektedir.

Boz ve Özçatalbaş (2010), "Determining Information Sources Used by Crop Producers: A Case Study of Gaziantep Province in Turkey" başlıklı çalışmalarında, Gaziantep ilindeki üreticilerin tarımsal uygulamalar için kullandıkları bilgi kaynaklarını ve bu kaynakların seçiminde etkili olan sosyoekonomik özellikleri araştırmışlardır. Çalışma, Gaziantep ilinin Nurdağı ve İslahiye ilçelerinde 169 üretici ile gerçekleştirilmiştir. Çalışma bulguları, üreticilerin geleneksel bilgi kaynaklarını modern bilgi kaynaklarına göre daha fazla kullandığını göstermektedir. Geleneksel kaynaklar arasında kişisel deneyimler ve diğer üreticiler yer alırken, modern bilgi kaynakları arasında tarım danışmanları, tohum ve gübre bayileri yer almaktadır. Çalışmanın sonuçları, modern bilgi kaynaklarının kullanımını artırmak için eğitim ve tarımsal yayım programlarının önemine dikkat çekmektedir.

Boz ve Verma (2001), "Factors Influencing Adult Volunteer 4-H Leadership in Louisiana" başlıklı çalışmalarında, Louisiana'daki yetişkin gönüllü liderlerin 4-H programına katkılarını ve gönüllü liderliği etkileyen başlıca faktörleri araştırmışlardır. Çalışma, 10 Louisiana ilinden rastgele seçilen 218 yetişkin gönüllü 4-H lideri ile gerçekleştirilmiştir. Bulgular, Louisiana'daki gönüllü liderlerin ABD genelindeki

ortalama gönüllü liderlerle benzerlik gösterdiğini ancak yıl boyunca 4-H gönüllü görevlerine daha az vakit ayırdıklarını ortaya koymaktadır. Çalışma, gönüllü liderlerin çoğunluğunun evli, 31-50 yaş arası kadınlar olduğunu ve motivasyonlarının "bağlılık", "başarı" gibi kavramlar üzerine yoğunlaştığını göstermektedir. Ayrıca, gönüllü liderler için düzenlenen oryantasyon programlarının faydalı olduğu ve gönüllü hizmet için yeterli destek aldıkları belirlenmiştir.

Çapar (2021), "Liderlik Türlerinin İş Tatminine Etkisi: Beyaz Yakalı Çalışanlar Üzerinde Bir Araştırma" başlıklı çalışmada, liderlik türlerinin iş tatmini üzerindeki etkisini farklı sektörlerde yer alan beyaz yakalı çalışanlar üzerinde araştırmıştır. Bu çalışma, bankacılık, hizmet, turizm, perakende ve ilaç gibi çeşitli sektörlerde aktif olarak çalışan 357 beyaz yakalı çalışanı kapsayan anket verileri ile gerçekleştirilmiştir. Faktör analizi yöntemi kullanılarak yapılan bu araştırmanın bulguları, dönüşümcü liderlik türünün iş tatmini üzerinde anlamlı ve pozitif bir ilişkiye sahip olduğunu, otokratik liderlik ile iş tatmini arasında ise negatif yönde bir ilişki bulunduğunu ortaya koymuştur.

Ceylan ve ark. (2010), "Determination of Effective Factors on Adoption of Integrated Pest Management Practices" başlıklı çalışma, Antalya ilinde entegre zararlı yönetimi (IPM) uygulamalarının benimsenmesini etkileyen faktörleri incelemektedir. Lojistik regresyon modeli kullanılarak yapılan analizlerde, çiftçilerin eğitim seviyesi, tarım dışı gelir, bilgi kaynakları, yaş ve eğitim süresi gibi faktörlerin entegre zararlı yönetimi uygulamalarını benimsemeyi önemli ölçüde etkilediği belirlenmiştir. Özellikle, eğitim süresi arttıkça entegre zararlı yönetimi uygulamalarının benimsenme olasılığının 6,75 kat arttığı tespit edilmiştir. Bu bulgular, entegre zararlı yönetimi uygulamalarının yaygınlaştırılması için çiftçilerin eğitim düzeyinin artırılması gerektiğini göstermektedir.

Çiftçi (2020), "Antalya İli Manavgat İlçesinde Susam Yetiştiricilerinin Girdi Kullanımında Bilgi Kaynaklarının Sosyal Ağ Analizi İle Karşılaştırılması" başlıklı çalışmada, susam üretiminde kullanılan girdilerin daha bilinçli ve etkin kullanımını sağlamak üzere, bilgi kaynakları sosyal ağ analiziyle belirlenerek, girdi kullanımıyla ilgili merkez aktörler saptanarak Manavgat ilçesinde susam üretiminin sürdürülebilirliğini sağlamayı amaçlamıştır. Sosyal ağ analizi yöntemi kullanılarak yapılan bu çalışmada, susam üreticilerinin bilgi kaynakları belirlenmiş ve bu bilgiye erişimde kullandıkları iletişim ağının yapısı incelenmiştir. Araştırmanın bulguları, ağda yer alan merkezi aktörler ile diğer aktörler arasındaki etkileşim ve bilgi paylaşım ağlarının önemini vurgulamaktadır. Girdi kullanımında verimlilik ve daha düşük maliyetler için sosyal ağ analizi sonuçlarına göre, iletişim ağlarındaki merkezi aktörlerin faaliyetlerinin desteklenmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Çukur ve ark (2019), "Analysis of the Factors Affecting the Adoption of Organic Farming in Turkey: The Case of Samsun Province" başlıklı çalışma, Samsun ili Bafra ilçesinde organik tarımın benimsenmesini etkileyen faktörleri araştırmıştır. Toplam 54 çiftçiyle yapılan anket verilerine göre, organik tarımı benimsemeye en önemli faktörlerin sağlık ve çevre koruma olduğu belirlenmiştir. Çiftçilerin çoğunluğu, organik tarıma başladıktan sonra en az beş yıl bu yöntemi kullanmıştır ve gelecekte de organik tarıma devam etmek istemektedirler. Araştırma, organik tarımın sürdürülebilirliği için teknik bilgiye, yasal düzenlemelere ve desteklere ihtiyaç

duyulduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca, organik ürünlerin tüketici bilincinin artırılması ve organik pazarların yaygınlaştırılması gerektiği vurgulanmıştır.

Çukur ve Çukur (2019), "A Research on the Determination of the Factors Affecting the Implementations of Agricultural Innovations by Beekeepers in Muğla Province, Turkey" başlıklı çalışma, Muğla ilinin Milas ilçesinde arıcılık yapan çiftçilerin tarımsal yenilikleri benimsemelerini ve uygulamalarını etkileyen faktörleri belirlemeyi amaçlamaktadır. 62 çiftçi ile yapılan anketler ve lojistik regresyon analizi sonuçlarına göre, genç çiftçiler, üretimle ilgili sorun yaşayanlar, kooperatif ortağı olanlar ve bal depolamayan çiftçiler tarımsal yenilikleri daha fazla benimsemektedir. Çiftçilerin büyük bir kısmı, hastalık ve zararlı kontrolü konusunda bilgiye ihtiyaç duymakta ve en çok Tarım ve Orman İlçe Müdürlüğü, Arıcılar Birliği ile arkadaş ve akrabalarından bilgi almaktadır. Tarımsal yeniliklerin benimsenmesini teşvik etmek için genç çiftçilere, kooperatif ortaklarına ve üretim sorunları yaşayan çiftçilere yönelik yayım faaliyetlerinin artırılması gerektiği vurgulanmıştır.

Demiryürek ve Aydoğan (2010), "Social Network Analysis with Pajek" başlıklı çalışmalarında, Sosyal Ağ Analizi kavramı gözden geçirilerek Pajek programı ile uygulaması gösterilmiştir. Araştırma, sosyal ağ analizinin insanlar, gruplar ve organizasyonlar arasındaki ilişkileri incelemeye en önemli yöntemlerden biri olduğunu vurgulamaktadır. Çalışmada, Pajek programının yalnızca ağları görselleştirmekle kalmayıp, aynı zamanda önemli analitik yeteneklere sahip olduğu, çeşitli merkezîyet ölçümlerini hesaplayabildiği ve yapısal boşlukları tanımlayabildiği de temel bulgular arasında yer almaktadır.

Demiryürek ve ark. (2015), "The Comparison of Pest Management Information Systems and Communication Networks for Organic and Conventional Hazelnut Producers in Samsun Province of Turkey" başlıklı çalışmalarında, organik ve konvansiyonel fındık üreticilerinin iletişim ağları ile bilgi sistemlerini karşılaştırmayı amaçlamışlardır. Sosyal ağ analizi yöntemi kullanılarak gerçekleştirilen araştırmada, organik fındık üreticilerinin konvansiyonel üreticilere göre daha büyük arazilere sahip oldukları, iş gücü ihtiyaçlarının daha fazla olduğu ve bir tarım kuruluşuna üye oldukları ortaya konulmuştur. Ayrıca, organik üretim yapan üreticilerin önde gelen çiftçiler olduğu, kendi aralarında deneyim ve yerel bilgiyi paylaştıkları ve bu bilginin bilimsel verilerle desteklenmesi gerektiği tespit edilmiştir.

Demiryürek (2014), "Tarımsal Bilgi ve Yenilik Sistemleri ve Sosyal İletişim Ağları" başlıklı çalışmada, tarımsal yayım çalışmalarının etkinliğini artırmanın yollarından birinin çiftçilerin mevcut iletişim ağlarını ortaya koyarak bunları geliştirmek olduğunu belirtmiştir. Sosyal ağ analizi yöntemi kullanılarak yapılan bu araştırmada, çiftçilerin yeni teknolojiler ve doğal kaynakların yönetimi konusundaki bilgilerini paylaştıkları bilgi kanallarının yapısı incelenmiştir. Araştırma, tarımsal yayım çalışmalarında bilginin en kolay ve etkili şekilde çiftçilere nasıl ulaştırılabileceği konusunu da sosyal ağ analizi kapsamında değerlendirmiştir.

Demiryürek ve Aydoğan (2010), "Türkiye'nin Organik Tarım ve Gıda Ürünleri İhracatının Sosyal Ağ Analizi ile Ortaya Konulması" başlıklı çalışmalarında, Türkiye'nin organik tarım ve gıda ürünleri ihracatı sosyal ağ analizi yöntemiyle incelenmiştir. Çalışmada, PAJEK programı kullanılarak Türkiye'nin organik ürünlerini

ihraç ettiği ülkeler, ürün çeşitleri ve ihracat değerleri grafiksel olarak analiz edilmiştir. Araştırmada, Türkiye'nin organik tarım ürünleri ihracatında mevcut olan sosyal ağ yapısını belirlemeyi ve bu yapı içerisindeki aksaklıkları ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Bulgular, organik tarım ürünlerinin ihracatında belirli ülkelere yoğunlaştığını ve bu ülkeler arasındaki bilgi akışının önemli olduğunu göstermektedir. Çalışmada, ihracat ağındaki eksiklikler ve bu eksikliklerin nasıl giderilebileceğine dair stratejik öneriler de sunulmuştur. Araştırma, Türkiye'nin organik tarım sektörünün uluslararası pazarda daha rekabetçi olabilmesi için ağ yapılarının nasıl optimize edilebileceği konusunda bilgiler sağlamaktadır.

Emery ve arkadaşları (2013), sosyal ağ analizi kullanarak liderlerin kişisel özelliklerini incelemişlerdir. Çalışmada, liderlerin kişisel özelliklerinin ve liderlik stillerinin sosyal ağlar içindeki etkileşimlerini nasıl etkilediği gösterilmektedir. Araştırmada, görev odaklı liderlerin şeffaflık, dışadönüklük ve göreve sadakat gibi özellikler gösterdiğini, ilişki odaklı liderlerin ise uyum ve uzlaşmacılık gibi özelliklerinin daha belirgin olduğu bulunmuştur. Çalışmada görev odaklı liderlerin, genellikle belirli hedeflere ulaşma ve görevlerin tamamlanması konusuna odaklanırken, ilişki odaklı liderlerin ise ekip üyeleri arasında uyumu ve iş birliğini teşvik etmeye çalıştığı ifade edilmiştir.

Hansen ve Overton (2014), "Finding Local Resources: A Network Analysis and Knowledge Map of the Agricultural Sector in Alamance County, NC" başlıklı çalışmalarında, Kuzey Carolina kırsalında hapisaneden çıkan kadınlara barınma ve kariyer eğitimi veren bir kuruluşun, kadınların yeni topluluklarına katıldıklarında bilgi ve istihdam kaynaklarına erişimde zorluklarla karşılaşabilecekleri düşüncesiyle gerçekleştirdikleri çalışmayı ele almışlardır. Sosyal ağ analizi kullanılarak yapılan bu araştırmada, yerel tarımsal kaynakları belirlemek ve haritalamak amacıyla 20 yerel topluluk üyesiyle görüşülmüştür. Çalışma, bölgedeki yerel çiftliklerin pazarlama, iletişim ve yerel bilgiden yararlanma gibi kalıcı zorluklarını belirlemiştir. Çiftliklerin sosyal sermayelerine ve yerel bilgilerine erişim sağlamak için anahtar konumdaki kişilerle ilişki kurmaları gerektiği saptanmış ve tarımsal kaynakların yerini göstermek üzere web tabanlı bir bilgi haritası geliştirilmiştir.

İmran ve Özçatalbaş (2017), Pakistan'ın Muzaffargarh Bölgesindeki Pamuk Yetiştiricilerinin Bilgi Kaynakları ve Memnuniyeti" başlıklı çalışmada; çalışma alanındaki çiftçilerin çoğunluğunun özel sektörden (pestisit şirketleri) yayım hizmetleri almakta oldukları saptanmıştır. Çalışmada çiftçilerin çoğunluğunun kamu veya özel yayım hizmetlerinden tam olarak memnun olmadığı, ancak çiftçilerin özel pestisit şirketlerinden kısmen memnun olduklarını ifade ettiği sonucuna varılmıştır. Bu bulgulara göre, hem özel hem de kamu sektörü tarafından yayım hizmetlerinin kalitesini iyileştirmek için kararlı çabalar gerekmekte olduğu yönünde öneriler geliştirilmiştir.

Kesimli (2013), "Liderlik Davranış Türleri" başlıklı çalışmada, liderlik literatüründe yer alan çeşitli liderlik davranış türlerini özetlemektedir. Bu çalışma; literatürde çok sayıda bulunan liderlik davranışlarından bazı liderlik davranış türlerini kısaca ele almaktadır. Literatür taraması sonucunda çağdaş işletmelerde öne çıkan liderlik davranış türlerinin bazılarının tanımları verilmiş ve bunlara ilişkin akademisyenlerce geliştirilen modellere kısaca yer verilmiştir.

Karaman (2015), liderlik süreçleri ve sosyal ağ analizini ele aldığı çalışmada, grup içindeki tavsiye ağlarını incelemiş ve atanan liderle sosyal ağın öne çıkardığı doğal liderin farklı kişiler olduğunu bulmuştur. Bu farklılığın, kişilik özellikleri, iletişim becerileri ve duygusal zeka gibi çeşitli faktörlerden kaynaklandığını açıklamıştır. Çalışmada, doğal liderlerin genellikle yüksek duygusal zeka, etkili iletişim becerileri ve güçlü kişilik özelliklerine sahip olduğunu ve bu liderlerin grup üyeleri tarafından daha fazla güven duyulan ve rehberlik edilen kişiler olduğunu belirtmiştir. (Karaman, 2015; akt: Ören, 2023).

Kılıç ve ark. (2020), "Comparison of Leadership Styles of University Students in Terms of Their Demographic Characteristics" başlıklı çalışmalarında, Kurt Lewin'in liderlik tarzları çalışmasıyla üniversite öğrencilerinin liderlik tarzlarını belirlemek ve liderlik tarzlarının demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemeyi amaçlamışlardır. Tanımlayıcı istatistikler ve Ki-kare analizi kullanılarak yapılan bu çalışmada, Ondokuz Mayıs Üniversitesi öğrencileri ile yapılan ankette katılımcıların %49,2'sinin demokratik lider, %34,9'unun otokratik ve %15,9'unun ise serbestlik tanıyan liderler olarak belirlendiği tespit edilmiştir.

Kutlar ve Akçaöz (2022), "Inclinations of Greenhouse Farmers in Turkey toward Agricultural Insurance" başlıklı çalışma, Antalya'nın Aksu, Serik ve Kumluca ilçelerinde seracılık yapan çiftçilerin tarım sigortası kullanma eğilimlerini ve bu eğilimleri etkileyen faktörleri incelemektedir. Çalışmada, 100'ü tarım sigortası olan ve 100'ü tarım sigortası olmayan 200 çiftçiyle anket yapılmıştır. Sigorta yaptıran çiftçilerin, sigorta yaptırma nedenleri arasında ürünlerini sigortalama, potansiyel kayıplardan kaçınma, gelirlerini güvence altına alma ve afet riskinin varlığı gibi sebepler bulunmaktadır. Sigorta yaptırmayan çiftçilerin temel gerekçeleri ise arazi kayıt ve paylaşım problemleri olarak belirtilmiştir. Çalışma bulguları, çiftçilerin sosyo ekonomik özelliklerinin (eğitim durumu, yaş grubu, gelir vb.) tarım sigortası kullanma eğilimlerini etkilediğini göstermektedir.

Meshram ve ark (2022), "Rural Leadership" başlıklı çalışma, sürdürülebilir tarımsal kalkınma için etkili kırsal liderlerin seçimi konusunda tarımsal yayım çalışanlarının dikkate alması gereken kriterleri belirlemeyi amaçlamaktadır. Liderlik, kırsal alanlarda önemli bir sosyal olgu olarak kabul edilmekte ve küçük gruplar arasında yüksek etkileşim gerektirmektedir. Çalışma, kırsal liderlerin nitelikleri, özellikleri, liderlik türleri ve liderlerin rolleri üzerine odaklanmaktadır. Kırsal liderlerin, tarımsal yeniliklerin benimsenmesi ve toplumsal kalkınma programlarının uygulanmasında önemli rol oynadığı vurgulanmaktadır. Çeşitli liderlik türleri incelenmiş ve liderlerin, grubun çabalarını koordine etmek, kalkınma programlarını planlamak ve uygulamak gibi önemli işlevleri olduğu belirtilmiştir.

Özaydın ve Çelik (2020), "Liderlik Tarzları ve Görev Performansının Tarım İşletmelerinde Yenilik Stratejileri Üzerine Etkisi (Çumra İlçesi Örneği)" başlıklı çalışmalarında, Konya ili Çumra ilçesi tarım işletmelerinde yöneticilerin liderlik tarzları ve çalışanların görev performansının işletmelerde yenilik stratejileri üzerindeki etkisini belirlemeyi amaçlamışlardır. Araştırma, liderlik tarzlarını otokratik, tam serbesti tanıyan ve dönüşümcü liderlik olarak üç alt boyutta, görev performansını ise tamamlayıcılık ve düzenleyicilik görev performansı olarak iki alt boyutta incelemiştir. Yenilik stratejileri

ise saldırgan, taklitçi, savunmacı, bağımlı, fırsatçı ve geleneksel olarak altı alt boyutta değerlendirilmiştir. Faktör analizine göre, liderlik tarzlarının, görev performansının ve yenilik stratejilerinin faktör analizi için uygun olduğu ve liderlik tarzları ile görev performanslarının yenilik stratejileri üzerinde etkili olduğu bulunmuştur.

Özçatalbaş (1994), " GAP Bölgesinde (Şanlıurfa'da) Tarımsal Yayımın Analizi ve Etkin Bir Yayım Çalışması İçin Gerekli Koşulların Saptanması Üzerine Bir Araştırma " başlıklı çalışmada, Şanlıurfa ilinde yürütülmekte olan tarımsal yayım faaliyetlerinde ortaya çıkan sorunlar ışığında, etkin bir yayım çalışmasını gerçekleştirebilmek için, araştırma birimleri ile yayım birimleri arasındaki ilişkileri ve üretici bağlarını geliştirmenin koşullarını ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışmada ağ içerisinde yer alan aktörler arasındaki ilişkilerin artırılması gerektiği ifade edilmiştir.

Özçatalbaş (1999), "Türkiye'de Tarımsal Yayımın Yönetimine Farklı Bir Bakış" başlıklı çalışması, Türkiye'deki tarımsal yayım sisteminin yönetiminde yenilikçi yaklaşımlar ve mevcut sistemin etkinliğini artırmaya yönelik öneriler sunmaktadır. Çalışmada, tarımsal yayım hizmetlerinin etkinliğini artırmak için önerilen stratejiler ve tarımsal yayımın modernizasyonu ile ilgili önemli noktalar ele alınmaktadır. Ayrıca, tarımsal yayımın çiftçiler üzerindeki etkileri ve yayım hizmetlerinin iyileştirilmesi için gerekli yapısal değişiklikler tartışılmaktadır.

Tang ve Jones (2013), "Local Leadership for Rural Tourism Development: A Case Study of Adventa, Monmouthshire, UK" başlıklı çalışmalarında, Monmouthshire'daki küçük ölçekli kırsal turizm işletmeleri arasında uygulanan LEADER+ programının liderlik için etkisini analiz etmektedir. Çalışma tek vakanın derinlemesine analizi yöntemiyle yürütülmüş olup 'temel vaka çalışması' olarak adlandırılmaktadır. Çalışma, Adventa projesi'nin kırsal turizmin gelişimi için en iyi uygulama örneği olarak tanımlanmasını ve liderlik rolünü, özgünlük ve yerel üreticilerin kullanımını teşvik ettikleri çeşitli turizm projeleri üzerinden ele almaktadır. Bu projeler, gıda ürünleri hakkında farkındalık yaratmak, yerel kırsal ekonomideki diğer sektörlerle bağlantıları artırmak ve kırsal turizmin küçük ölçekli işletmeler arasında yaygınlaşmasını teşvik etmek üzerine odaklanmaktadır.

Tin (2020), "Algılanan Liderlik Türlerinin Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini Üzerindeki Etkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma" başlıklı çalışmada, banka çalışanlarının algıladıkları liderlik türlerinin örgütsel bağlılık ve iş tatmini üzerindeki etkisini ortaya koymayı amaçlamıştır. Çoklu regresyon analizi ve Pearson korelasyon yöntemi kullanılarak yapılan bu çalışmada, Türkiye'de faaliyet gösteren özel, yabancı ve kamu bankalarının 414 çalışanı üzerinde anket gerçekleştirilmiştir. Yapılan analiz sonucunda, iş tatmini, içsel tatmin ve dışsal tatmin ile dönüşümcü liderlik ve etkileşimci liderlik algısı arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca, serbestlik tanıyan liderlik algısı ile örgütsel bağlılık, duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık arasında da pozitif bir ilişki belirlenmiştir.

Quiedeville ve ark (2018), "Using Social Network Analysis to Evaluate the Impacts of the Research: on the Transition to Organic Farming in The Camargue" başlıklı çalışmalarında, Güney Fransa'daki Camargue bölgesinde organik tarıma geçiş sürecinde aktörlerin rolünü ve ilişkilerini değerlendirmek için Sosyal Ağ Analizini (SAA) kullanmıştır. Çalışmada, yenilik süreçlerindeki aktörlerin ağdaki rolleri, iletişim

kanalları ve bağlantılar incelenmiştir. Çalışma sonucunda, ağ kalitesi ve inovasyon gelişimi arasında olumlu bir bağlantının varlığı ortaya konulmuştur. SAA, aktörlerin etkilerini ve ilişkilerini derinlemesine analiz etmek için etkili bir araç olarak görülmektedir.

Williams ve Lindsey (2011), "Rural Leaders and Leadership Development in Pennsylvania" başlıklı araştırmalarında, kırsal kesimde yaşayan bireylerin liderlik rollerini nasıl üstlendiğini ve toplumlarını etkileyen artan zorluklarla başa çıkmak için becerilerini nasıl geliştirdiklerini ortaya koymayı amaçlamışlardır. Görüşmeler ve odak grup çalışmaları yöntemiyle gerçekleştirilen bu araştırmada, genel liderlik modelleri ve ilkeleri ile ilgili literatür incelenmiş ve kırsal alandaki liderlerle derinlemesine görüşmeler yapılmıştır. Çalışma, liderlik becerileri, kariyer geçmişleri ve liderlik deneyimleri üzerine odaklanmıştır. Kırsal alanda etkili liderlik için formal ve informal eğitimin önemi vurgulanmış, liderlik geliştirme programlarına katılım ve bölgesel liderlik ağlarının önemi üzerinde durulmuştur. Bölgesel liderlik ağlarının, liderlerin coğrafi olarak birbirleriyle etkileşime girerek ve farklı seviyelerde farklı bakış açılarına sahip kişilerin birbirlerinin başarı ve başarısızlıklarından öğrenerek toplulukların gelişimini farklı seviyelere taşımasına olanak sağladığı belirtilmiştir.

Yelda Tezcan (2006), "Liderlik Özellik ve Davranışlarının Belirlenmesi" çalışmasında, liderlik ve çalışan motivasyonu arasındaki ilişki incelenmiştir. Yüksek lisans tezi olarak gerçekleştirilen bu araştırmada, liderlik özellikleri ve davranışlarının çalışan motivasyonu üzerindeki etkileri değerlendirilmiştir. Araştırmada, liderlik teorileri ve modelleri üzerine geniş bir literatür taraması yapılmış, ardından liderlik özellikleri ve davranışları detaylı bir şekilde analiz edilmiştir. Çalışma, farklı liderlik stillerinin ve özelliklerinin çalışanların motivasyonu üzerindeki etkilerini belirlemeye yönelik anketler ve derinlemesine mülakatlar kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bulgular, etkili liderlik davranışlarının çalışanların motivasyonunu artırmada önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Özellikle, dönüştürücü liderlik ve destekleyici liderlik tarzlarının, çalışanların iş tatmini ve performansını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Yiğit ve Karaman (2021), "Yaş Meyve ve Sebze Ticaretinde Tüccar ve Komisyoncuların Sosyal Ağ Analizi: Antalya İli Örneği" başlıklı çalışmalarında, yaş meyve ve sebze arz zincirinde yer alan komisyoncu ve tüccarların ticari ilişkilerini sosyal ağ analizi ile incelemişlerdir. Araştırmanın amacı, komisyoncu ve tüccarların iletişim araçlarını kullanarak gerçekleştirdikleri etkileşimleri açıklamaktır. Çalışmada Antalya Yaş Meyve ve Sebze Toptancı Halinde faaliyet gösteren 30 tüccar ve 30 komisyoncu ile yapılan anket verileri kullanılmıştır. Çalışma, tüccarların %60,0'ının toptancı hali dışında geniş bir ağa sahip olduğunu, sadece %23,0'ının ağlarının toptancı hali ile sınırlı olduğunu göstermiştir. Çalışmada tüccarlar arasında internet ve telefon kullanımının yaygın olduğu, komisyoncuların ise interneti pazarlama faaliyetlerinde kullanmayı tercih etmediği belirlenmiştir. Bu çalışma, sosyal ağların taze meyve ve sebze ticaretinde önemli bir rol oynadığını ve iletişim araçlarının ürün pazarlamasında etkili olduğunu göstermektedir.

Yoğun (2016), "Liderlik Türleri: Kamu ve Özel Eğitim Kurumlarında Karşılaştırılmalı Bir Araştırma" başlıklı çalışmalarında, kamu ve özel eğitim kurumlarında yöneticilerin liderlik özelliklerinin karşılaştırılmalı olarak incelenmesi

amaçlanmıştır. Araştırmada liderlik ile ilgili literatüre dayalı bir araştırma yapılmış ve uygulama kısmında 375 kamu eğitim kurumu ve 74 özel eğitim kurumundan elde edilen veriler kullanılmıştır. Bulgular, hem kamu hem de özel okullarda çalışan yöneticilerin hümanist liderlik algı ortalamalarının diğer liderlik türlerinden anlamlı şekilde yüksek çıktığını ortaya koymuştur.

Zamani ve Karami (2006), "Rural Leadership and Sustainable Agriculture: Criteria for Recruiting Leaders" başlıklı çalışması, kırsal liderliğin sürdürülebilir tarımsal kalkınmadaki rolünü ele almaktadır. Çalışmada, uzun vadeli tarımsal kalkınmanın devam etmesi için motivasyon ve bağlılığın kırsal liderlikte gerekli olduğu vurgulanmaktadır. Araştırmada, tarımsal yayım çalışanlarının etkili kırsal liderleri seçerken dikkate almaları gereken kriterler belirlenmiştir. Bu kriterler, kişilik özellikleri, teknik beceriler, sosyo-ekonomik özellikler ve profesyonel özellikler olmak üzere dört ana grupta kategorize edilmiştir. Çalışma, güçlü etik değerlere, tarım bilgisine sahip ve başkalarını motive edip yönlendirebilen liderlerin seçilmesinin önemini vurgulamaktadır. Ayrıca, sürdürülebilir tarımsal uygulamaları teşvik eden başarılı liderlik geliştirme programları için öneriler sunulmaktadır.

3. MATERYAL VE METOT

Bu bölümde, araştırmanın kapsamı, veri toplama yöntemi, örneklem büyüklüğü, araştırma soruları, araştırma hipotezleri, örnek seçiminde başvuru kriterler ve çalışma kapsamında kullanılan istatistiksel yöntemler hakkında detaylı bilgiler verilmektedir. Ayrıca, sosyal ağ analizi ve faktör analizi gibi kullanılan analiz teknikleri de ayrıntılı bir şekilde açıklanmaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmanın amacı, Antalya ilinde kırsal alanda örtüaltı üretim sisteminde liderlerin sosyal ağ analizi ile belirlenmesi, kırsal alanda algılanan liderlik türlerinin ve lider olmayı etkileyen faktörlerin tespit edilmesidir. Araştırmada, örtüaltı üreticilerinin oluşturduğu ağlar, ağda yer alan aktörler, ve aktörlerin birbirleri arasındaki etkileşimleri ve bilgi paylaşım ağının ortaya konulması amaçlanmıştır.

Çalışma kapsamında **Antalya İlinde örtüaltı üretimin yoğun olarak yapıldığı Serik, Aksu ve Kumluca ilçelerindeki** üreticiler ile görüşmeler yapılmıştır. Bu kapsamda, öncelikle üreticilerin başvurdukları bilgi kaynakları ve kendi aralarındaki iletişim ağları belirlenmiş, önder çiftçiler tespit edilmiştir. Daha sonra, kırsal alanda görülen liderlik türleri ve temel karakteristik özellikleri, etrafındaki etki halkası ile birlikte belirlenmiştir. Ayrıca, üreticilerin kullandığı bilgi kaynaklarından hareketle mevcut bilgi akışındaki eksiklikler ve sorunlar tespit edilmiştir.

Bu çalışmada, üreticilere yenilikleri hızlı bir şekilde yayabilen anahtar konumundaki önder/lider çiftçilerin belirlenmesi ile üretimin sürdürülebilirliğini sağlamak ve verimliliği artırmak için gerekli bilginin hangi kanallar aracılığıyla en hızlı ve etkili şekilde iletileceğine yönelik bulgular elde edilmiştir.

Bu amaca ulaşmak için araştırmada:

- Üreticilerin sosyo-ekonomik özellikleri tespit edilmiş,
- Bilgi kaynakları tespit edilmiş,
- Üreticilerin üretimde kullandığı iletişim ağlarının yapıları ortaya çıkarılmış,
- Anahtar çiftçiler, lider çiftçiler ve diğer aktörler belirlenmiş,
- Aile bireylerinin ve diğer aktörlerin üretim sürecindeki etkileri belirlenmiş,
- Üreticilerin oluşturdukları ağlardaki lider çiftçi, kurum ve kuruluşlar sosyal ağ analizi ile incelenmiş,
- Üreticilerin iletişim ağındaki bilgi paylaşımını kolaylaştıran unsurlar ve yeniliklerin üreticiler arasında nasıl yayıldığı tespit edilmiştir.

3.2. Araştırma Soruları

Araştırma soruları şöyledir:

- 1) Kırsal alanda yaygın olarak algılanan liderlik türleri nelerdir?
- 2) Kırsal alanda lider (Önder) çiftçilerin üretim sürecindeki bilgi akışındaki rolleri nelerdir?
- 3) Sosyal ağlar örtüaltı üretim sisteminde bilgilerin yayılmasında etkili midir?
- 4) Tarımsal bilgilerin yayılmasında hangi aktörler etkilidir?

3.3. Araştırma Hipotezi

Araştırmanın amacına ulaşması bakımından araştırma hipotezi aşağıdaki gibidir.

Ho: Tarımla ilgili bilgi kaynağı olma ile liderlik türleri arasında farklılık yoktur.

H1: Tarımla ilgili bilgi kaynağı olmada liderlik türleri arasında farklılık vardır.

3.4. Araştırma Alanının Seçilmesi

Araştırma, Antalya ilinde örtüaltı üretim sistemlerinin yaygın olduğu ilçeler ve köylerinde gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda Antalya kırsal alanlarında yaygın olarak örtüaltı üretim faaliyeti gerçekleştirilen 3 ilçede anket çalışması yapılmıştır. Bu ilçeler, Antalya ilinin toplam örtüaltı tarım alanının büyük bir kısmını oluşturmaktadır ve bu nedenle çalışmanın amacı doğrultusunda en uygun olan alanlar olarak belirlenmiştir. Serik, Aksu ve Kumluca ilçeleri, örtüaltı üretim faaliyetlerinin en yoğun yapıldığı ilçelerdir ve Antalya ilinin örtüaltı tarım alanlarının %43,4'ünü kapsamaktadır.

3.4.1. Örtüaltı Tarım Alanları

Çizelge 3.1’de, 2021 yılı Serik, Aksu ve Kumluca ilçelerindeki örtüaltı tarım alanları verilmiştir. Serik, Aksu ve Kumluca ilçeleri, Antalya ilindeki örtüaltı üretim sistemlerinin önemli ilçeleri olarak öne çıkmaktadır. Bu üç ilçenin örtüaltı tarım alanlarının toplamı, Antalya ilinin toplam örtüaltı tarım alanının %43,42'sini oluşturmaktadır.

Çizelge 3.1. Antalya ili örtüaltı tarım alanları

İlçeler	Örtüaltı Tarım Alanı 2021 (Da)	Oran (%)
Serik	53.856	16,47
Aksu	49.538	15,15
Kumluca	38.585	11,80
Serik, Aksu Kumluca Toplam	141.979	43,42
Antalya İli Toplam Örtüaltı Tarım Alanı	326.966	100,00

Kaynak: TÜİK, 2021

3.5. Örnekleme ve Veri toplama Yöntemi

3.5.1. Örnekleme yöntemi

Araştırmada, anket uygulaması için görüşülen üreticiler, Kartopu Örnekleme Yöntemi (Snowball Sampling) kullanılarak belirlenmiştir. Bu yöntem, öncelikle küçük bir katılımcı grubunun seçilerek grubun diğer potansiyel katılımcıları önermesi ile uygulanmaktadır (Balcı, 2010; Goodman, 1961). Bu şekilde, örtüaltı üretim yapan üreticiler arasındaki sosyal ağlar ve liderlik süreçleri hakkında daha ayrıntılı bilgi edinilmiştir. Kartopu örnekleme yöntemi, özellikle kırsal alanlarda ve yerel bilgiye sahip üreticilerin tespit edilmesi gereken durumlarda etkili bir yöntem olarak kullanılabilir.

3.5.2. Veri toplama yöntemi

Veri toplama süreci, yüz yüze anket uygulamasıyla gerçekleştirilmiş ve örtüaltı üretim yapan çiftçilerle görüşülmüştür. Anketler, üreticilerin tarımsal bilgiye nereden eriştiklerini, hangi kaynakları kullandıklarını ve bu bilgileri nasıl değerlendirdikleri konularına odaklanmış olup; resmi kuruluşlar, üniversiteler, tarım danışmanları, diğer çiftçiler ve aile üyeleri gibi bilgi kaynaklarına yer verilmiştir.

Bilgi paylaşımı ve bu süreçte kullanılan ağlar araştırılmış, bilgi akışının ve paylaşım ağlarının haritalandırılması amaçlanmıştır. Sosyal ağ analizi (SAA) ile üreticiler arasındaki ilişkiler ve bu ilişkilerin yapısı incelenmiş, bilgi akışındaki ana aktörler ve ağ üyeleri belirlenmiştir. Anket formu, üreticilerin sosyo-ekonomik özelliklerini, tarımsal bilgiye erişim yöntemlerini ve iletişim ağlarını ortaya koyacak şekilde tasarlanmış; sosyo-ekonomik özellikler, bilgi kaynakları, iletişim ağları ve kırsal alanda lider olarak görülen üreticilerin özellikleri gibi başlıklar altında toplanmıştır.

3.6. Veri Analizi Yöntemi

Çalışma Antalya ilinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmanın ana materyalini birincil ve ikincil veri kaynakları oluşturmaktadır. Tarımsal üretim yoğunluğu ile ilgili göstergeler için Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ve Tarım ve Orman Bakanlığı'ndan alınan veriler kullanılmıştır ve ayrıca daha önce yapılan bilimsel araştırmalardan da ikincil veriler kapsamında yararlanılmıştır.

Bu araştırmada, kırsal alanda faaliyet gösteren üreticilerin sosyo-ekonomik özellikleri, tarımsal faaliyetleri, bilgi kaynakları, tarımsal yenilikleri benimseme tutumları ve liderlik algıları gibi çeşitli faktörleri değerlendirmek için nicel veri analizi yöntemleri kullanılmıştır. Veriler, anket yöntemiyle toplanmıştır. Anket yöntemiyle toplanan veriler analiz edilmiştir.

Verilerin analizinde öncelikle, tanımlayıcı istatistikler (frekans, yüzde, ortalama ve standart sapma) kullanılarak üreticilerin sosyo-ekonomik özellikleri ve tarımsal faaliyetleri incelenmiştir. Ardından, çapraz tablolar oluşturularak farklı değişkenler arasındaki ilişkiler ve dağılımlar analiz edilmiştir. Bu analizler kapsamında, üreticilerin eğitim düzeylerine göre yaş dağılımları, işletme gelirleri, kooperatif ortaklık durumları, ÇKS kayıt durumları, tarım sigortası yaptırmaları, ÖKS kayıt durumları, işletme

kaydı tutma durumları ve tarımsal desteklerden yararlanma durumları incelenmiştir. Ayrıca, üreticilerin serada sebze yetiştiriciliği ile ilgili bilgi ihtiyaçları, sebze yetiştiriciliğinde deneyim süreleri, tarımsal yenilikleri uygulama durumları, yeni tarımsal yatırım ve teknolojilere karşı tutumları, serada sebze yetiştiriciliği bilgi kaynakları ve bu kaynaklarla görüşme sıklıkları incelenmiştir.

Farklı değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek amacıyla çapraz tablolar oluşturulmuştur. Ayrıca, korelasyon analizleri yapılarak değişkenler arasındaki ilişkilerin gücü ve yönü incelenmiştir. Bu kategorilerdeki farklılıkları değerlendirmek için Ki-kare testi kullanılmış ve gözlenen ile beklenen frekanslar arasındaki farkları değerlendirilmiştir. Analizlerde P-değeri 0,05'ten küçük olan sonuçlar istatistiksel olarak anlamlı kabul edilmiştir. Çalışma bulgularında, istatistiksel anlamlılık düzeyleri belirtilmiş ve çizelgeler halinde sunulmuştur.

Çalışma alanındaki üreticilerin bilgi kaynakları ve kendi aralarındaki iletişim ağlarının ortaya konularak üreticiler arasındaki ilişkilerin analiz edilmesi ve önder çiftçilerin belirlenmesi için Sosyal Ağ Analizi (SAA) kullanılmıştır. Liderlik Türlerinin Belirlenmesi için ise Faktör Analizi kullanılmıştır.

3.6.1. Sosyal ağ analizi

Sosyal ağ analizi (SAA) üreticilerin sosyal ağlarını incelemek için özellikle son yıllarda yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır (Gürsakaç, 2009). Sosyal ağ analizi (SAA), özellikle kırsal alanlarda liderlik ve bilgi akışını incelemek için uygun bir yöntemdir. Kırsal alanlarda tarımsal yeniliklerin yayılması, çiftçiler arasındaki sosyal ağlar ve bu ağlardaki liderlerin rolü ile yakından ilişkili olarak kullanılmaktadır. Bu çalışmada, Antalya ilindeki örtüaltı üretim sisteminde lider çiftçilerin ve diğer aktörlerin sosyal ağlarını incelemek amacıyla sosyal ağ analizi (SAA) kullanılmıştır. Veriler, yüz yüze anketlerle örtüaltı üretim yapan üreticilerden toplanmış ve sosyal ağ analizine uygun hale getirilmiştir.

Bu kapsamda kullanılan aktif ağları oluşturmak için UCINET, R, Pajek, Gephi gibi yazılım programları bulunmaktadır. Bu çalışmada Gephi yazılım programı kullanılmıştır. Gephi yazılımları kullanılarak ağın yapısı, lider üreticilerin merkezilik ölçümleri, ağ yoğunluğu ve kümelenme katsayıları analiz edilmiştir. Bu analiz sonucunda, kırsal alanda lider üreticilerin bilgi akışında nasıl rol oynadığı ve tarımsal yeniliklerin ve bilgilerin yayılmasında hangi konumda olduğu belirlenmiştir.

Lider çiftçiler, bilgi akışında ve yeniliklerin hızlı yayılmasında önemli rol oynarken, ağın yoğunluğu ve kümelenme katsayıları bilgi paylaşımının etkinliğini göstermiştir. Bu bulgular, tarımsal bilgi ve yeniliklerin daha hızlı ve etkili bir şekilde yayılmasını sağlamak için stratejiler geliştirilmesinde kullanılabilir. Sosyal ağ analizi, kırsal alanda liderlik ve bilgi akışının anlaşılmasında önemli bir araç olup, tarımsal yeniliklerin ve bilgilerin yayılmasını hızlandırmak için önemli bir araç olarak kullanılabilir.

3.6.2. Faktör analizi

Faktör analizinde amaç çok fazla sayıda sürekli değişkenden boyut indirgeyerek az sayıda faktörler elde edilmesidir. Değişkenlerden kendi aralarında anlamlı korelasyonlara sahip olanlar gruplanarak faktörler oluşmaktadır. Böylelikle çok sayıda değişken bağımsız faktörlere indirgenmektedir. Dolayısıyla faktör analizinin en temel varsayımı değişkenler arasındaki korelasyon matrisinin birim matristen farklı olması gerekliliğidir. Bu analizde, korelasyon matrisinin birim matrise eşitliğini gösteren sıfır hipotezi Barlett küresellik testi ile test edilmiş ve bu hipotez reddedilmiştir.

Değişkenler arasında korelasyon katsayılarının kısmi korelasyon katsayılarına oranlanmasıyla elde edilen Kaiser- Meyer- Olkin (KMO) değeri de verilerin faktör analizine uygunluğunu gösteren başka bir istatistiktir. 0-1 aralığında değer alan bu istatistik 1'e yakınsa verilerin faktör analizi için çok uygun olduğu kabul edilmektedir. 0,5'in altında olan KMO değeri, veri setinin faktör analizine uygun olmadığı şeklinde yorumlanmaktadır (Mert, 2016). Dolayısıyla öncelikle, Barlett küresellik testi ve KMO değeri ile veri setinin uygunluğu incelenmiştir. Barlett's küresellik testinde $p < 0,01$ 'den küçük olması beklenmektedir.

Faktör analizinde değişim oranlarını göstermek için, başlangıç çözüm istatistiklerinde 0,4'ün altında olan değerler analizden çıkartılarak yeniden faktör analizi yapılmıştır. Başlangıçta boyut indirgemeden önce her bir değişkenin bilgi miktarı 1 olarak kabul edilmektedir. Boyut indirgendikten sonra bilgi düzeyinin ne olanda açıklama gücünün kaldığı gösterilmiştir.

Varyans açıklama oranlarının sonucunda kaç faktör elde edildiği ve açıklama oranları tablo ile gösterilmiştir. Çalışmada faktör sayısı belirlenirken özdeğeri 1'den büyük özdeğer kriteri seçildiğinden 1'den büyük özdeğer sayısı kadar faktör elde edilmiştir.

Çizelgede yer alan Rotation Sums of Squared Loadings kısmında her bir faktörün sırasıyla varyans açıklama oranı gösterilmiştir. Varyans açıklama oranının yüksek olması ölçeğin güçlü olduğunu göstermektedir.

Faktör analizi ile ilgili olarak en son faktör yükleri tablosuna bakılmıştır. Her bir değişkenin hangi faktörde bulunacağı tespit edildiğinden analizin en önemli sonucu bu kısımdır. Her bir değişkenin faktördeki yükleri bu tabloda verilmiştir. Her bir değişken için faktör yükü mutlak değerce en büyük olan, değişkenin atanacağı faktörü göstermektedir.

Her bir değişkenin faktör yükü karışık olarak verilmektedir. Bu çalışmada tüm değişkenler atandıkları faktöre göre 1.nci faktörden itibaren son faktöre kadar sıralanıp yeniden tablo oluşturulmuştur. Faktör sayısı ve değişkenlerin hangi faktörlere atandığı belirlendikten sonra faktörler isimlendirilmiştir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölümde araştırmada elde edilen bulgular, örtüaltı üreticilerinin sosyo-ekonomik özellikleri, liderlik algıları ve bilgi akışı ağlarına ilişkin önemli veriler sunmaktadır. Üreticilerin aile yapıları, eğitim düzeyleri, işletme gelirleri gibi sosyo-ekonomik özellikleri, tarımsal faaliyetlerin sürdürülebilirliği açısından ele alınmış ve bu değişkenlerin tarımsal üretim süreçlerindeki etkileri incelenmiştir. Sosyal ağ analizi ile üreticiler arasındaki bilgi paylaşımının yapısı ortaya konulmuştur. Ayrıca, faktör analizi yardımıyla, üreticilerin algıladıkları liderlik türleri belirlenerek bu liderlik türlerinin tarımsal faaliyetlerdeki etkileri değerlendirilmiştir.

4.1. Üreticilerin Sosyo-Ekonomik Özellikleri

Bu bölümde araştırma kapsamında anket uygulanan üreticilerin sosyo-ekonomik özellikleri incelenmiştir.

4.1.1. Aile genişliği

Çizelge 4.1, üreticilerin aile genişliği dağılımını göstermektedir. Aile genişliği, işletmenin karar alma süreçlerinde, faaliyetlerinin kapsamını ve yapısını şekillendirmede önemli bir rol oynar (Demir ve Gözübüyük, 2012). Kırsal alanlarda yaşam koşullarının zorlaşmasıyla birlikte, geniş aileler yerlerini daha küçük ailelere bırakmaktadır. Özellikle tarım sektöründe faaliyet gösteren aileler, geçmişte işgücünü aile içinden karşılamayı tercih ederken, günümüzde modernleşme süreciyle birlikte, işgücü ihtiyacının aile içinden karşılanma gerekliliği azalmıştır. Bu durum, küçük ailelerin yaygınlaşmasına neden olmuştur.

Yavuz'un (2010) Ankara ilinin Polatlı ilçesinde gerçekleştirdiği çalışmasında, üreticilerin tarım sigortası yaptırma kararlarını etkileyen unsurlar incelenmiştir. Araştırma, aile birey sayısının genellikle 2 ile 5 kişi arasında değiştiğini ve bölgede çekirdek aile yapısının giderek daha yaygın hale geldiğini ortaya koymuştur. Aydoğan'ın (2018) Samsun'da yaptığı çalışmasında, yenilikçilik seviyesi yüksek olan üreticilerin aile büyüklüğünün ortalama 5 kişiden oluştuğu, buna karşılık yenilikçilik düzeyi düşük olan işletmelerin aile büyüklüğünün ise ortalama 4 kişiden oluştuğu belirtilmiştir.

Üreticilerin %15,4'ünde ailedeki birey sayısı 1-2 kişi aralığında, %61,5'inde 3-4 kişi aralığında, %23,1'inde ise 5 kişi ve üzerindedir. Ortalama aile genişliği 3,78'dir. Küçük aile yapısının yaygınlaşmasına rağmen daha büyük ailelere sahip olan üreticilerin sayısının daha küçük ailelere sahip olanlardan fazla olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.1. Üreticilerin aile genişliği dağılımı

Ailedeki birey sayısı	Sayı	Oran (%)
1-2	16	15,4
3-4	64	61,5
5 ve üzeri	24	23,1
Toplam	104	100,0

4.1.2. Ailede işgücü varlığı

Çizelge 4.2 üreticilerin aile işgücü varlığını göstermektedir. Üreticilerin aile işgücü varlığı incelendiğinde, %36,5'inde ailede tek kişi, %46,2'sinde iki kişi, %17,3'ünde ise üç veya daha fazla kişinin çalıştığı görülmektedir. Ortalama aile işgücü varlığı 1,8'dir. Bu dağılım, işgücünün hala aile içinden karşılandığını göstermektedir.

Aydoğan'ın (2018) araştırmasında, yenilikçilik gruplarına göre aile üyelerinin işletmelerde çalışma durumu karşılaştırıldığında gruplar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadığını tespit etmiştir. Her iki grupta da aile üyelerinin büyük bir kısmının tarımsal faaliyetlerde çalışarak işletmeye iş gücü sağladığı gözlemlenmiştir. Aydoğan'ın bulgularına göre, düşük yenilikçilik düzeyine sahip işletmelerde ortalama 2 aile üyesi, yüksek yenilikçilik düzeyine sahip işletmelerde ise ortalama 3 aile üyesi işletme faaliyetlerine katılmaktadır.

Çizelge 4.2. Üreticilerin aile işgücü varlığı

Kişi sayısı	Sayı	Oran (%)
1	38	36,5
2	48	46,2
3 ve üzeri	18	17,3
Toplam	104	100,0

4.1.3. Medeni durum

Çizelge 4.3, üreticilerin medeni durumuna göre dağılımını göstermektedir. Üreticilerin %80,8'inin evli, %19,2'sinin ise bekar olduğu görülmektedir. Bu dağılım incelendiğinde kırsal alanlarda evliliğin hala yaygın olduğu görülmektedir. Tarım gibi aile işletmeciliğinin yaygın olduğu alanlarda evlilik oranının yüksek olması işgücü açısından önemli görülmektedir.

Çizelge 4.3. Üreticilerin medeni durumuna göre dağılımı

Medeni Durum	Sayı	Oran (%)
Evli	84	80,8
Bekar	20	19,2
Toplam	104	100,0

4.1.4. Çocuk sayısı

Çizelge 4.4, üreticilerin çocuk sayısı dağılımını göstermektedir. Üreticilerin çocuk sayısına bakıldığında, çocuksuz ailelerin oranı %26,9, bir çocuklu ailelerin oranı %19,2, iki çocuklu ailelerin oranı %35,6 ve üç çocuklu ailelerin oranı ise %18,3 olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.4. Üreticilerin çocuk sayısı dağılımı

Çocuk Sayısı	Sayı	Oran (%)
0	28	26,9
1	20	19,2
2	37	35,6
3	19	18,3
Toplam	104	100,0

4.1.5. Cinsiyet

Çizelge 4.5, üreticilerin cinsiyete göre dağılımını göstermektedir. Buna göre üreticilerin %99,0'ı erkek, %1,0'ı ise kadındır. Bu veriler, görüşülen üreticilerin önemli ölçüde erkek ağırlıklı olduğunu göstermektedir. Benzer şekilde, Elmalı ilçesindeki serada sözleşmeli tarımın benimsenmesi ve yayılmasını etkileyen faktörlerin analizine dayanan başka bir çalışmada (Gürkan, 2017), üreticilerin %88,0'ının erkek, %13,0'ının ise kadın olduğu belirtilmiştir.

Çizelge 4.5. Üreticilerin cinsiyete göre dağılımı

Cinsiyet	Sayı	Oran (%)
Erkek	103	99,0
Kadın	1	1,0
Toplam	104	100,0

4.1.6. Yaş

Çizelge 4.6, üreticilerin ve eşlerinin yaş dağılımını göstermektedir. Üreticilerin en düşük yaş değeri 21, en yüksek yaşı değeri ise 78'dir. Üreticilerin ortalama yaşı ise 41,5 yıl olarak hesaplanmıştır. Üreticilerin eşlerinin en düşük yaş değeri 20, en yüksek yaşı değeri ise 75'tir. Üreticilerin eşlerinin ortalama yaşı ise 42,1 yıl olarak hesaplanmıştır.

Gürkan'ın (2017) Elmalı ilçesindeki serada sözleşmeli tarımın benimsenmesi ve yayılmasını etkileyen faktörlerin analizine dayanan çalışmasında ise üreticilerin ortalama yaşı 50 olarak bulunmuştur. Gürkan'ın çalışmasında yer alan üreticilerin ortalama yaşı daha yüksek bulunmuştur. Sarıkaya'nın (2022) Antalya ili Aksu ilçesinde üreticilerin iyi tarım uygulaması (İTU) eğilimlerini analiz ettiği çalışmasında ortalama yaş 45 olarak bulunmuştur.

Çizelge 4.6. Üreticilerin ve eşlerinin yaş dağılımı (Yıl)

	Üretici Yaş	Eşi Yaş
Ortalama	41,5	42,1
En düşük	21,0	20,0
En yüksek	78,0	75,0

4.1.7. Eğitim durumu

Çizelge 4.7, üreticilerin ve eşlerinin eğitim durumunu göstermektedir. Üreticilerin %54,8'i ilköğretim, %25,0'ı lise ve %20,2'si üniversite ve üstü eğitim seviyesine sahiptir. Üreticilerin eşlerinin %58,0'ı ilköğretim mezunu, %22,0'ı lise mezunu ve %20,0'ı üniversite ve üstü eğitim seviyesine sahiptir. Üreticilerin büyük çoğunluğunun ilköğretim mezunu olduğu ve daha yüksek eğitim seviyesine sahip üreticilerin daha az olduğunu görülmektedir.

Sarıkaya'nın (2022) Antalya İli Aksu İlçesi'nde üreticilerin eğitim durumları ile iyi tarım uygulamalarına (İTU) yönelimleri çalışmasında üreticilerin %43,0'ı ilköğretim mezunu, %23,0'ı ortaokul mezunu ve %34,0'ı lise veya üniversite üzeri eğitim seviyesine sahip olduğunu görülmektedir. Çalışma, daha yüksek eğitim seviyesine sahip üreticilerin İTU yapma eğiliminin daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur.

Kırsal alanda tarımsal üretim faaliyetlerinin yürütülmesinde eğitimin önemine yönelik birçok çalışma bulunmaktadır. Buna göre kırsal alanda tarımsal üretim faaliyetlerinin yürütülmesinde, üretici tutum ve davranışlarının belirlenmesinde eğitimin önemli bir faktör olduğu (Özçatalbaş ve Gürgeç 1998) ve Gaziantep ilinde yapılan araştırmada, üreticilerin bilgi kaynaklarını etkin ve verimli kullanmada eğitim faktörünün önemli olduğu belirtilmiştir (Boz ve Özçatalbaş, 2010).

Çizelge 4.7. Üreticilerin ve eşlerinin eğitim durumu

	Üretici		Eşi	
Eğitim Durumu	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
İlköğretim Mezunu	57	54,8	45	58,4
Lise Mezunu	26	25,0	17	22,1
Üniversite ve üstü	21	20,2	15	19,5
Toplam	104	100,0	77	100,0

4.1.8. İşletmede çalışma süresi

Çizelge 4.8, üreticilerin ve eşlerinin işletmede çalışma sürelerini göstermektedir. Araştırma kapsamında ele alınan 104 üreticinin işletmede çalışma süreleri incelenmiştir. İşletmede üreticilerin çalışma süresinin ortalaması yaklaşık 10 ay olduğu, çalışma süresi aralığının ise 5 aydan 12 aya kadar değiştiği görülmektedir. İşletmede üreticilerin eşlerinin çalışma süresinin ortalaması 9,6 ay olarak hesaplanmıştır. Çalışma süresi ise 5 ile 10 ay arasında değişmektedir.

Çizelge 4.8. Üreticilerin ve eşlerinin işletmede çalışma süresi

	Üretici	Eşi
Ortalama	9,9	9,6
En düşük	5,0	5,0
En yüksek	12,0	10,0

4.1.9. İşletme geliri

Çizelge 4.9, üreticilerin işletme gelirlerini göstermektedir. Araştırma kapsamında görüşülen üreticilerin gelir kaynakları tarım ve tarım dışı işlerden elde edilen gelirlerden oluşmaktadır. Üreticilerin tarım ile ilgili işlerden elde ettikleri gelirleri üzerine yapılan analizler, işletme gelirlerinin önemli ölçüde değişkenlik gösterdiğini ortaya koymaktadır. Yıllık İşletme gelirin ortalaması 2.134.430 TL olarak hesaplanmıştır. Gelir aralığı ise 80.000TL ile 25.200.000 TL arasında değişmektedir.

Çizelge 4.9. Üreticilerin işletme geliri

İşletme Geliri	
Ortalama	2.134.430
En düşük	80.000
En yüksek	25.200.000

4.1.10. İşletme dışı çalışma durumları

Çizelge 4.10, üreticilerin ve eşlerinin işletme dışı çalışma durumlarını göstermektedir. Araştırma kapsamında görüşülen üreticilerin %77,9'u sadece kendi işletmelerinde çalışırken, %22,1'i işletme dışında da çalışmaktadır. İşletme dışında çalışan üreticilerin oranının düşük olması, tarım üreticilerinin ana gelir kaynağının kendi işletmeleri olduğunu göstermektedir. İşletme dışı çalışan üreticilerin varlığı ise, tarım dışı sektörlerdeki iş fırsatlarının bazı üreticiler için önemli bir ek gelir kaynağı olabileceğini göstermektedir.

Üreticilerin eşlerinin %5,9'u işletme dışında çalışırken, %94,1'i işletme dışında çalışmamaktadır. Eşlerin büyük çoğunluğunun işletme dışında çalışmaması, kırsal kesimdeki geleneksel aile yapısının devam ettiğini göstermektedir

Çizelge 4.10. İşletme dışı çalışma durumu

	Üretici		Eşi	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Evet	23	22,1	5	5,9
Hayır	81	77,9	79	94,1
Toplam	104	100,0	84	100,0

Çizelge 4.11, üreticilerin işletme dışındaki yaptıkları iş dağılımını göstermektedir. Buna göre, üreticilerin %26,0'ı tarımla ilgili işler (girdi bayi, ticaret vb.) yaparken, %74,0'ı tarımla ilgili olmayan mesleklerde (esnaf, psikolog, şoför, işçi vb.) çalışmaktadır. Tarımsal üreticilerin ekonomik sürdürülebilirliklerini sağlamak için çeşitli iş kollarında ek gelir kaynağına yöneldikleri görülmektedir.

Çizelge 4.11. Üreticilerin işletme dışındaki yaptıkları iş dağılımı

Yapılan İş	Sayı	Oran (%)
Tarımla ilgili (girdi bayi, ticaret vd)	6	26,0
Tarımla ilgili olmayan (esnaf, psikolog, şoför, işçi vd.)	17	74,0
İşletme dışı toplam	23	100,0

4.1.11. Üreticilerin emeklilik ve sosyal güvenlik durumları

Çizelge 4.12, üreticilerin emekli maaş alma durumunu göstermektedir. Araştırma kapsamında görüşülen üreticilerin %13,5'i emekli maaş almaktadır, %86,5'i ise almamaktadır.

Çizelge 4.12. Emekli maaşı alma durumu

Emekli maaş alma durumu	Sayı	Oran (%)
Emekli maaşı alıyor	14	13,5
Emekli maaşı almıyor	90	86,5
Toplam	104	100,0

Çizelge 4.13, üreticilerin ve eşlerinin sosyal güvenlik durumunu göstermektedir. Araştırma kapsamında görüşülen üreticilerin %82,7'si Bağkur kapsamında, %17,3'ü ise SSK kapsamında güvence altındadır. Araştırma kapsamında görüşülen üreticilerin eşlerinin %10,0'ının sosyal güvencesi bulunurken, %90,0'ının ise sosyal güvencesi bulunmamaktadır.

5510 sayılı Kanunun 4 üncü maddesinin (b) bendinin 4 numaralı alt bendine göre, tarımsal faaliyetle uğraşan çiftçiler Tarım Bağ-Kur sigortalısı olmak zorundadır. Bu kapsamda, ziraat odalarına kayıtlı olan çiftçiler ile ziraat odalarının bulunmadığı bölgelerde tarım il/ilçe müdürlüklerine kayıtlı olan çiftçiler, 4b kapsamında sigortalı sayılmaktadır (T.C. Resmi Gazete, 2008). Bu düzenleme, tarım sektöründe çalışanların sosyal güvenlik kapsamına alınmasını sağlamakta ve tarımsal faaliyetlerin kayıt altına alınmasını teşvik etmektedir.

Çizelge 4.13. Sosyal güvenlik durumu

Sosyal Güvenlik	Üretici Sayı	Oran (%)	Eşi Sayı	Oran (%)
Bağkur	86	82,7	5	4,9
SSK	18	17,3	5	4,9

4.1.12. Yabancı iş gücü varlığı

Çizelge 4.14, üreticilerin yabancı iş gücü varlığını göstermektedir. Araştırma kapsamında görüşülen üreticilerin yabancı iş gücü varlığı kadınlarda ortalama 3,6, erkeklerde 2,4 toplamda ise 6'dır.

Çizelge 4.14. İşletmelerde yabancı iş gücü varlığıE

	Ortalama	En düşük	En yüksek
Kadın	3,6	0	25
Erkek	2,4	0	15
Toplam	6,0	0	40

4.1.13. Tarımsal faaliyetlerle ilgili karar almada etkili kişiler

Çizelge 4.15, üreticilerin tarımsal faaliyetlerle ilgili karar alma süreçlerine etki eden kişileri ve bu süreçlerde geleneksel ile modern bilgi kaynaklarının kullanım biçimlerini göstermektedir.

İşletme ile ilgili genel kararlarda, çoğunlukla işletme sahipleri (%64,4) bireysel olarak karar almaktadır. Eşlerin bu kararlara etkisi %11,5 iken, aile üyelerinin kararları %23,0 oranında etkili olmaktadır. Bu sonuç işletme genel yönetiminin büyük ölçüde işletme sahibinin sorumluluğunda olduğunu göstermektedir. Yatırım yapma veya işletmeyi genişletme gibi maliyetli kararların alınmasında, üreticilerin %58,6'sı kararlarını bağımsız olarak alırken, %28,8'i aile bireyleriyle birlikte, %11,5'i ise eşi ile birlikte karar almaktadır. Girdi alımı ile ilgili kararları üreticilerin %61,5'i bireysel olarak, %13,5'i eşi ile birlikte, %25,0'ı ise aile bireyleri ile birlikte almaktadır. Hangi ürünün üretileceği ve yetiştirileceği konusunda, üreticilerin yaklaşık %59,0'ı bireysel olarak karar alırken, %15,0'ı eşi ile birlikte, %22,0'ı ise aile bireyleri ile birlikte ortak karar almaktadır. Hangi ürünün üretileceği ve yetiştirileceği konusunda üreticilerin %4,0'ı ise modern bilgi kaynaklarını kullanmaktadır. Üreticiler ürünlerin satılacağı yer konusunda büyük ölçüde (%62,5) bireysel olarak karar alırken, bu kararlarda eşlerin etkisi %11,6, aile bireylerinin birlikte karar alma oranı ise %21,2'dir. Ürünlerin satılacağı yer konusunda üreticilerin %95,2'si geleneksel bilgi kaynaklarını kullanırken %4,8'i modern bilgi kaynaklarını kullanmaktadır. İşletme dışı işlerle ilgili kararlar alınırken, tarımsal üreticilerin %51,9'u bu tür kararları bireysel olarak almaktadır. Bu kararlarda eşlerin etkisi %20,2, aile bireylerinin birlikte karar alma oranı ise %26,9'dur.

Çizelge 4.15. Üreticilerin tarımsal faaliyetlerle ilgili karar almasında etkili kişiler

	Geleneksel Bilgi Kaynakları						Modern Bilgi Kaynakları		Toplam	
	Kendisi		Kendisi ve eşi		Aile üyeleri birlikte					
Karar Tipi	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran%
1. Genel olarak işletme ile ilgili kararlar	67	64,43	12	11,53	24	23,08	1	0,96	104	100,0
2. Yeni bir yatırım yapma/büyütme kararları (yeni sera kurma, arazi alma vb)	61	58,65	12	11,53	30	28,86	1	0,96	104	100,0
3. İşletme ile ilgili ekonomik kararlar (girdi alımı, miktarı vb.)	64	61,54	14	13,46	26	25,00	.	.	104	100,0
4. Hangi ürünün üretileceği	61	58,65	15	14,42	24	23,08	4	3,85	104	100,0
5. Hangi ürünün yetiştirileceği	62	59,61	15	14,42	23	22,12	4	3,85	104	100,0
6. Ürünün satılacağı yer	65	62,50	12	11,53	22	21,16	5	4,81	104	100,0
7. İşletme dışı işlerle ilgili kararlar	54	51,92	21	20,19	28	26,93	1	0,96	104	100,0

4.1.14. İşletmelerde üretim deseni

Çizelge 4.16, işletmelerde üretim desenini göstermektedir. Biber, toplamda %56,7 oranında en çok yetiştirilen birinci ürün olurken, domates %30,8 ile ikinci sıradadır. Daha az yaygın olarak patlıcan %7,7, salatalık %3,8, kabak ve brokoli ise sadece %1,0 oranında birinci ürün olarak yetiştirilmektedir. İkinci ürün olarak yetiştirilme durumlarına bakıldığında; biber, domates ve salatalık, sırasıyla %33,3, %25,0 ve %25,0 oranlarında yetiştirilmektedir. Biber hem birinci hem de ikinci ürün olarak yüksek oranlarda yetiştirilmektedir. Salatalık, patlıcan ve domates gibi diğer sebzeler de birinci ve ikinci ürünler olarak yer almaktadır.

Çizelge 4.16. Üretim deseni

Yetiştirilen Ürün	1. Ürün		2. Ürün		3. Ürün	
	Sayı	Oran(%)	Sayı	Oran(%)	Sayı	Oran(%)
Biber	58	56,7	8	33,3	-	-
Domates	32	30,8	6	25,0	-	-
Patlıcan	8	7,7	3	12,5	1	25,0
Salatalık	4	3,8	6	25,0	3	75,0
Kabak	1	1,0	-	-	-	-
Brokoli	1	1,0	1	4,2	-	-
Toplam	104	100,0	24	100,0	4	100,0

*Birden fazla cevap alınmıştır.

4.1.15. İşletmelerde arazi genişliği ve toplam üretim miktarı

Çizelge 4.17, üreticilerin arazi genişliklerini, toplam üretim miktarlarını ve arazilerin birinci, ikinci ve üçüncü ürün olarak kullanımlarını göstermektedir. Arazilerin ortalama genişliği 18,3 dekar olarak bulunmuştur. Üreticilerin ürettikleri toplam ortalama ürün miktarını 181,4 ton'dur. Araştırma kapsamında görüşülen üreticilerin arazi genişlikleri, ürünlere göre önemli ölçüde farklılık göstermektedir.

Gürkan'ın (2017) Elmalı ilçesindeki çalışmasında ortalama arazi genişliği 14 dekar olarak tespit edilmiştir. Gürkan'ın araştırmasında işletme genişlikleri 3 ila 54 dekar arasında değişmekte olup, ortalama 14 dekar olarak hesaplanmıştır. Araştırmada yer alan işletmelerin %66,0'ının 10 dekar ve üzeri araziye sahip olduğu, özellikle sözleşmeli tarım yapan üreticilerin daha büyük arazilere sahip olduğu belirtilmiştir.

Birinci ürün için arazilerin ortalama genişliği 14,4 dekar'dır. Arazi genişlikleri 1 ile 160 dekar arasında değişmektedir. Birinci ürün için genellikle değişken büyüklüklerde ve daha büyük arazilerin kullanıldığı görülmektedir. İkinci ürün için arazilerin ortalama genişliği 8,1 dekar olup arazi genişliği 2 ile 65 dekar arasında değişmektedir. İkinci ürünler için kullanılan araziler genellikle daha küçük alanlardan oluşmaktadır. Üçüncü ürün için arazilerin ortalama genişliği 3,9 dekar olup arazi genişliği 3 ile 5 dekar arasındadır. Bu da üçüncü ürünlerin çok daha küçük ve sınırlı alanlarda yetiştirildiğini göstermektedir.

Genel olarak, birinci ürün için daha geniş araziler kullanılırken, bu ürünler de en yüksek toplam üretim miktarına sahiptir. İkinci ve üçüncü ürünler için kullanılan arazi boyutları azalırken, bu ürünlerin toplam üretim miktarları da daha düşüktür. Birinci ürün için ortalama arazi genişliği 14,4 dekar iken, toplam üretim miktarı ortalama 160,8 tondur. İkinci ürünler için ortalama arazi genişliği 8,1 dekar, toplam üretim miktarı 84,8 tondur. Üçüncü ürünlerde ise ortalama arazi genişliği 3,9 dekar ve toplam üretim miktarı 32,3 tondur.

Çizelge 4.17. İşletmelerde arazi genişliği ve toplam üretim miktarı

Arazi genişliği (da)	1. Ürün	2. Ürün	3. Ürün
Ortalama	14,4	8,1	3,9
En düşük	1,0	2,0	3,0
En yüksek	160,0	65,0	5,0
Toplam üretim miktarı(ton)	1. Ürün	2. Ürün	3. Ürün
Ortalama	160,8	84,8	32,3
En düşük	3,0	5,0	24,0
En yüksek	1350,0	650,0	40,0

*Birden fazla cevap alınmıştır.

4.1.16. Mülkiyet durumu, satış yöntemleri ve satış kanalları

Çizelge 4.18, işletmelerde arazi mülkiyet durumunu göstermektedir. Mülk arazinin %83,7 oranı ile en yaygın mülkiyet biçimi olduğu, kiralık arazi kullanımının %9,6 oranı ile daha az yaygın olduğu görülmektedir. Üreticilerin mülkiyet şekillerinde ortakçılığın payı %1,9, mülk arazi ile birlikte kira arazinin payı ise %4,8'dir. Ortakçılık yapanlar %50,0 oranı ile bu faaliyeti gerçekleştirmektedir.

Çizelge 4.18. İşletmelerde arazi mülkiyet durumu

Mülkiyet	Sayı	Oran (%)
Mülk arazi	87	83,7
Ortakçılık (%50 / %50)	2	1,9
Kira arazi	10	9,6
Mülk arazi + Kira arazi	5	4,8
Toplam	104	100,0

Çizelge 4.19, ürünlere göre satış yöntemlerini göstermektedir. Birinci ürün için satışların %90,4'ü vadeli, %9,6'sı peşin olarak yapılırken, ikinci üründe vadeli satış oranı %95,8, peşin satış oranı ise %4,2'dir. Üçüncü üründe ise tüm satışlar vadeli olarak gerçekleşmektedir. Bu veriler, tarım ürünleri satışında vadeli satışın yaygın olarak kullanıldığını göstermektedir.

Çizelge 4.19. Ürünlere göre satış yöntemleri

Satış şekli	1. Ürün Sayı	Oran(%)	2. Ürün Sayı	Oran(%)	3. Ürün Sayı	Oran(%)
peşin	10	9,6	1	4,2	1	20,0
vadeli	94	90,4	23	95,8	4	80,0
Toplam	104	100,0	24	100,0	5	100,0

*Birden fazla cevap alınmıştır.

Çizelge 4.20, üreticilerin ürün satış kanallarını göstermektedir. Üreticilerin %89,5'i ürünlerini komisyoncuya satmaktadır. Komisyoncuların en yaygın tercih edilen satış kanalı olduğu görülmektedir. Üreticilerin %5,7'si ihracatçılara, %2,9'u süpermarketlere, %1,9'u ise doğrudan iç pazara kendileri ürünlerini satmaktadır.

Çizelge 4.20. İşletmelerde ürün satış kanalları

Ürün satış kanalları	Sayı	Oran (%)
Komisyoncu	93	89,5
İhracatçı	6	5,7
Süpermarket	3	2,9
Doğrudan iç pazara	2	1,9
Toplam	104	100,0

4.1.17. Üreticilerin örtüaltı sebze yetiştiriciliği deneyim süresi

Çizelge 4.21. üreticilerin örtüaltı sebze yetiştiriciliği deneyim sürelerini göstermektedir. Üreticilerin bu alandaki deneyim süresi ortalama 19,6 yıl olarak hesaplanmıştır. Deneyim süresi 2 ile 58 yıl arasında değişmektedir.

Sarıkaya'nın (2022) Antalya ili Aksu ilçesinde üreticilerin iyi tarım uygulaması (İTU) eğilimlerini analiz ettiği çalışmasında ortalama deneyim süresi 23 yıl olarak bulunmuştur. Güzel'in (2023) Antalya ilinde turuncgil üretiminde kredi kullanımı ve

finansman riski yönetimi üzerine yaptığı çalışmada, üreticilerin ortalama deneyim süresinin 30 yıl olduğu belirtilmiştir.

Bu araştırma bulguları ile diğer çalışma bulguları karşılaştırıldığında üreticilerin önemli bir deneyime sahip olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.21. Üreticilerin örtüaltı sebze yetiştiriciliği deneyim süresi(N:104)

Örtüaltı sebze yetiştiriciliği deneyim süresi (yıl)	
Ortalama	19,6
En düşük	2,0
En yüksek	58,0

4.1.18. Tarımsal kooperatif/ziraat odası ortaklık/üyelik durumu ve yararlanılan hizmetler

Çizelge 4.22. üreticilerin kooperatife ortak ve ziraat odasına üye olma durumunu göstermektedir. Üreticilerin %69,2'si herhangi bir kooperatife ortak değildir. Geri kalan %30,8'i ise kooperatife ortaktır. Üreticilerin %26,0'ı ziraat odasına üye değildir. Üreticilerin %74,0' ının ise ziraat odasına üyeliği bulunmaktadır.

Çizelge 4.22. Kooperatife ve ziraat odasına ortak/üye olma durumu

	Ortak/Üye değil		Ortak/Üye		Toplam	
	Sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)
Kooperatife ortak olma durumu	72	69,2	32	30,8	104	100,0
Ziraat Odasına üye olma durumu	27	26,0	77	74,0	104	100,0

Çizelge 4.23. üreticilerin kooperatiflerden yararlandıkları hizmetleri göstermektedir. Üreticilerin %90,6'sı girdi alımı hizmetinden, %3,1'i tüm hizmetlerden yararlanmakta ve %6,3'ü ortak olmasına rağmen herhangi bir hizmetten yararlanmamaktadır.

Çizelge 4.23. Üreticilerin kooperatifte yararlandıkları hizmetler

Kooperatiften Yararlanılan Hizmetler	Sayı	Oran (%)
Girdi	29	90,6
Tüm hizmetler	1	3,1
Yararlanmıyor	2	6,3
Toplam	32	100,0

Çizelge 4.24. Ziraat odasından yararlanılan hizmetleri göstermektedir. Ziraat odasının hizmetlerinden yararlanan üreticilerin %96,1'i belge alımı hizmetinden, %2,6'sı girdi alımı hizmetinden, %1,3'ü ise yurt dışı fuarlara katılım hizmetlerinden yararlanmaktadır. Bu bulgular, ziraat odasının en yaygın olarak kullanılan hizmetinin belge

almak olduğunu göstermektedir. Üreticiler, faaliyetlerini sürdürebilmek veya resmi işlemler için gerekli olan belgeleri almak amacıyla ziraat odasına başvurmaktadır. Bu da ziraat odasının belge temini konusunda önemli bir rol oynadığını göstermektedir. Ziraat odasının diğer hizmetleri çok düşük bir kullanım oranına sahiptir.

Çizelge 4.24. Ziraat odasından yararlanılan hizmetler

Ziraat odasından yararlanılan hizmetler	Sayı	Oran (%)
Belge alımı	74	96,1
Girdi alımı	2	2,6
Yurtdışı fuara katılım sağlama	1	1,3
Toplam	77	100,0

4.1.19. İşletmelerde tarım sigortası yaptırma durumu

Çizelge 4.25, üreticilerin tarım sigortası yaptırma durumlarını göstermektedir. Üreticilerin %64,4'ü tarım sigortası yaptırmaktadır. Üreticilerin %35,6'sı ise tarım sigortası yaptırmamaktadır. Bu bulgular, tarım sigortası yaptıran üreticilerin çoğunlukta olduğunu ancak hala üreticilerin önemli bir kısmının sigorta yaptırmadığını göstermektedir.

Çizelge 4.25. İşletmelerde tarım sigortası yaptırma durumu

Tarım sigortası yaptırma durumu	Sayı	Oran (%)
Tarım sigortası yaptırıyor.	67	64,4
Tarım sigortası yaptırmıyor.	37	35,6
Toplam	104	100,0

4.1.20. İyi tarım uygulamaları ile üretim yapma durumu

Çizelge 4.26, üreticilerin iyi tarım uygulamaları ile üretim yapma durumlarını göstermektedir. Üreticilerin %31,7'si iyi tarım uygulamaları ile üretim yapmaktadır. Üreticilerin %68,3'ü ise iyi tarım uygulamaları ile üretim yapmamaktadır.

Çizelge 4.26. İyi tarım uygulamaları ile üretim yapma durumu

İyi Tarım uygulamaları ile üretim yapma durumu	Sayı	Oran (%)
İyi Tarım uygulamalarına göre üretim yapıyor.	33	31,7
İyi Tarım uygulamalarına göre üretim yapmıyor.	71	68,3
Toplam	104	100,0

4.1.21. İşletmelerde çiftçi kayıt sistemi ve örtü altı kayıt sistemine kayıtlı olma durumu

Çizelge 4.27, üreticilerin çiftçi kayıt sistemine kayıtlı olma durumlarını göstermektedir. Üreticilerin %82,7'si çiftçi kayıt sistemine kayıtlıdır. Üreticilerin %17,3'ü ise çiftçi kayıt

sistemine kayıtlı değildir. Bu bulgular, üreticilerin büyük bir çoğunluğunun çiftçi kayıt sistemine kayıtlı olduğunu göstermektedir. Çiftçi kayıt sistemi üreticiler arasında yaygın olarak benimsenmekte ve üreticiler büyük oranda resmi olarak kayıt alınmaktadır.

Çizelge 4.27. İşletmelerin çiftçi kayıt sistemine kayıtlı olma durumu

Çiftçi kayıt sistemine kayıtlı olma durumu	Sayı	Oran (%)
Kayıtlı	86	82,7
Kayıtlı değil	18	17,3
Toplam	104	100,0

Çizelge 4.28, üreticilerin örtü altı kayıt sistemine kayıtlı olma durumlarını göstermektedir. Üreticilerin %83.7'si örtü altı kayıt sistemine kayıtlıdır. Üreticilerin %16.3'ü ise örtü altı kayıt sistemine kayıtlı değildir. Bu bulgular, üreticilerin büyük bir çoğunluğunun örtüaltı kayıt sistemine kayıtlı olduğunu göstermektedir.

Çizelge 4.28. İşletmelerin örtüaltı kayıt sistemine kayıtlı olma durumu

Örtüaltı kayıt sistemine kayıtlı olma durumu	Sayı	Oran (%)
Kayıtlı	87	83,7
Kayıtlı değil	17	16,3
Toplam	104	100,0

4.1.22. Üreticilerin işletme ile ilgili kayıt tutma durumları

Çizelge 4.29, üreticilerin işletme ile ilgili kayıt tutma durumlarını göstermektedir. Üreticilerin %51,0'ı işletme ile ilgili kayıt tutmaktadır. Üreticilerin %49,0'ı ise işletme ile ilgili kayıt tutmamaktadır. üretici verileri kayıt tutma oranlarının artırılması gerektiğini göstermektedir.

Çizelge 4.29. Üreticilerin işletme ile ilgili kayıt tutma durumu

İşletme ile ilgili kayıt tutma durumu	Sayı	Oran (%)
Kayıt tutuyor	53	51,0
Kayıt tutmuyor	51	49,0
Toplam	104	100,0

Çizelge 4.30, üreticilerin işletme ile ilgili kayıt tutmama nedenlerini göstermektedir. Üreticilerin %43,0'ı kayıt tutmanın zorunlu olmadığını düşündüğü için kayıt tutmamaktadır. %49,0'ı ise kayıt tutmayı gerekli görmemektedir. Daha az sayıda üretici, kayıt tutmayı bilmediği (%4,0) veya iş yükünü artırdığı (%4,0) için kayıt tutmamaktadır. Bu bulgular, üreticilerin kayıt tutmama nedenlerinin çeşitlilik gösterdiğini ancak büyük oranda zorunlu olmadığı ve gerekli görmedikleri için kayıt tutmadıklarını göstermektedir.

Çizelge 4.30. Üreticilerin işletme ile ilgili kayıt tutmama nedenleri

Kayıt tutmama nedenleri	Sayı	Oran (%)
Gerekli görmüyor.	25	49,0
Zorunlu değil.	22	43,0
Kayıt tutmayı bilmiyor.	2	4,0
İş yükünü arttırdığını düşünüyor.	2	4,0
Toplam	51	100,0

4.1.23. Üreticilerin tarımsal desteklerden yararlanma durumu

Çizelge 4.31, Üreticilerin tarımsal desteklerden yararlanma durumunu göstermektedir. Örtüaltı üretimde biyolojik ve biyoteknolojik mücadele desteğinden yararlanan üreticilerin oranı %65,4, yararlanmayan üreticilerin oranı ise %34,6'dır. Bu oran üreticilerin büyük bir bölümünün bu destekten yararlandığını göstermektedir. Üreticilerin %36,5'i Mazot/Akaryakıt desteğinden yararlanırken, %63,5'i yararlanmamaktadır. Bu oran mazot/akaryakıt desteğinin oldukça yaygın olduğunu, ancak yine de üreticilerin büyük bir bölümünün bu destekten yararlanmadığını göstermektedir. Üreticilerin %42,3'i tarım sigortası desteğinden yararlanmaktadır. Üreticilerin %26,9'u gübre desteğinden yararlanırken %73,1'i bu destekten yararlanmamaktadır. Toprak analizi desteğinden yararlanan üretici oranı oldukça düşüktür. Üreticilerin %1,9'u toprak analizi desteğinden yararlanırken %98,1'i bu destekten yararlanmamaktadır. Üreticilerin %11,5'i Örtüaltı iyi tarım uygulamaları desteğinden yararlanırken %88,5'i yararlanmamaktadır. Üreticilerin %11,5'i iyi tarım uygulamaları desteğinden yararlanırken %88,5'i bu destekten yararlanmamaktadır. Bu oranlar, iyi tarım uygulamaları ve örtüaltı iyi tarım uygulamaları desteğinin çiftçiler arasında yaygın olmadığını ve üreticilerin çoğunluğunun bu destekten yararlanmadığını göstermektedir.

Bal'ın (2018) Trakya Bölgesi'nde gerçekleştirdiği çalışmasında, üreticilerin büyük çoğunluğunun (%97,5) mazot ve gübre desteğinden yararlandığı belirtilmiştir. Ayrıca, fark ödemesi desteği (%83,9), sertifikalı tohum desteği (%49,3), sözleşmeli tarım desteği (%8,8) ve diğer destekler (%4,4) de üreticilerin faydalandığı destekler arasında yer almıştır. Beserek'in (2019) araştırmasında ise tarımsal destek alan üreticilerin %38,2'sinin bombus arı desteğinden, %6,5'inin gübre desteğinden ve %27,4'ünün mazot desteğinden yararlandığı belirtilmiştir.

Çizelge 4.31. İşletmelerde tarımsal desteklerden yararlanma durumu

Tarımsal Destekler	Yararlanıyor		Yararlanmıyor		Toplam	
	Sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)
Biyolojik ve biyoteknolojik mücadele	68	65,4	36	34,6	104	100,0
Tarım sigortası	44	42,3	60	57,7	104	100,0
Mazot/Akaryakıt	38	36,5	66	63,5	104	100,0
Gübre	28	26,9	76	73,1	104	100,0
Örtüaltı İyi Tarım Uygulamaları	12	11,5	92	88,5	104	100,0
İyi Tarım Uygulamaları	12	11,5	92	88,5	104	100,0
Toprak Analizi	2	1,9	102	98,1	104	100,0
Diğer	2	1,9	102	98,1	104	100,0

4.1.24. Üreticilerin kullandıkları kredi kaynakları ve türleri

Çizelge 4.32, üreticilerin kullanılan kredi kaynaklarını göstermektedir. Kredi kullanan üreticilerin %90,5'i kredi kaynağı olarak devlet bankalarını, %7,9'u özel bankaları ve %1,6'sı kooperatifleri tercih etmektedir.

Çalışma kapsamında elde edilen veriler, üreticiler arasında devlet bankalarının en yaygın kredi kaynağı olduğunu, özel bankalar ve kooperatiflerin ise daha az tercih edilen kredi kaynakları olduğunu ve kredi kullanmayan üreticilerin oranının oldukça yüksek olduğunu göstermektedir.

Güzel'in (2023) çalışmasında, üreticilerin %49,1'inin tarımsal amaçlı kredi kullandığı tespit edilmiştir. Bu kredilerin kullanımında en önemli nedenler, işletme sermayesi eksikliğinin giderilmesi ve tarımsal girdi temini olarak belirlenmiştir. Kredi kullanan üreticilerin büyük bir çoğunluğu (%90,7) ise devlet bankalarını tercih etmektedir. Üreticilerin büyük çoğunluğunun devlet bankalarını tercih etmesi, diğer çalışmalarda elde edilen bulgularla uyumludur.

Bu bulgular, tarımsal kredilerin çiftçiler için finansal açıdan sürdürülebilirliği sağlamada ne kadar önemli olduğunu ve devlet bankalarının bu süreçteki rolünü ortaya koymaktadır.

Çizelge 4.32. Kullanılan kredi kaynakları (N:104)

Kredi kullanım durumu	Sayı	Oran (%)
Kullanan	63	61,2
Devlet bankaları	57	90,5
Özel bankalar	5	7,9
Kooperatif	1	1,6
Kullanmayan	41	38,8
Toplam	104	100,0

Çizelge 4.33, üreticilerin kullandıkları kredi türlerinin dağılımını göstermektedir. Üreticilerin %46,0'ı işletme kredisi kullanırken, yatırım kredisi kullananların oranı %30,2'dir. İhtiyaç kredisi %15,9, ev kredisi %6,3, esnaf kredisi ise %1,6 oranında kullanılmaktadır. Bu veriler, üreticilerin en çok işletme ve yatırım kredilerine ihtiyaç duyduğunu, ihtiyaç ve ev kredilerinin daha az kullanıldığını göstermektedir.

Çizelge 4.33. Kullanılan kredi türlerinin dağılımı

Kredi türleri	Sayı	Oran (%)
İşletme kredisi	29	46,0
Yatırım kredisi	19	30,2
İhtiyaç kredisi	10	15,9
Ev kredisi	4	6,3
Esnaf kredisi	1	1,6
Toplam	63	100,0

Çizelge 4.34, üreticilerin kullandıkları kredi miktarlarını göstermektedir. Üreticilerin kullandığı kredi miktarlarının ortalaması ilk kredi için 653.580 TL iken, ikinci kredi için 2.026.666 TL'dir. İlk kredi miktarları 5.000 TL ile 10.000.000 TL arasında geniş bir aralıkta değişim göstermektedir. Bu durum bazı üreticilerin çok düşük miktarlarda bazı üreticilerin ise çok yüksek miktarlarda kredi kullandığını göstermektedir.

Çizelge 4.34. Kullanılan kredi miktarları

Kredi Miktarı	1. kredi	2. kredi
Ortalama	653.580.6	2.026.666
En düşük	5.000.0	30.000.0
En yüksek	10.000.000.0	20.000.000.0

4.2. Tarımsal Faaliyetin Sürdürülebilirliği

4.2.1. Üreticilerin tarımsal üretim yapma nedenleri

Çizelge 4.35, üreticilerin tarımsal üretim yapma nedenlerini ölçeğe göre değerlendirmektedir. Üreticilerin tarımsal üretim yapma nedenleri "Önemli Değil", "Kararsızım" ve "Önemli" şeklinde üç kategoride sınıflandırılmıştır.

Üreticilerin %89,4'ü ailelerinin çiftçi olmasını önemli bir neden olarak görürken, %7,7'si bu durumu önemli bulmamaktadır. Tarımla uğraşmayı sevmek de üreticilerin %88,5'i tarafından önemli bulunurken, %5,8'i ise önemli bulmamaktadır. Üreticilerin %62,5'i iyi gelir elde etmeyi önemli bir neden olarak belirtirken, %12,5'i bu nedeni önemli bulmamaktadır. Tarımsal faaliyet dışında bir fırsat olmaması %59,6 oranında önemli bulunurken, %38,5'i bu durumu önemli bulmamaktadır. Son olarak, %96,2 oranında üretici kendi işinin sahibi olmayı önemli bulmakta ve %1,0'ı bu durumu önemli bulmamaktadır.

Çizelge 4.35. Üreticilerin tarımsal üretim yapma nedenleri

Tarımsal üretim yapma nedenleri	Önemli Değil		Kararsızım		Önemli		Toplam	
	Sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)
Ailem çiftçi olduğu için	8	7,7	3	2,9	93	89,4	104	100,0
Tarımla uğraşmayı sevdiğim için	6	5,8	6	5,8	92	88,4	104	100,0
İyi gelir elde ettiğim için	13	12,5	26	25,0	65	62,5	104	100,0
Tarımsal faaliyet dışında bir fırsat olmaması	40	38,5	2	1,9	62	59,6	104	100,0
Kendi işimin sahibi olmak için	1	1,0	3	2,9	100	96,1	104	100,0

4.2.2. Üreticilerin ve çocuklarının gelecekte tarımsal üretime devam etme durumu

Çizelge 4.36, üreticilerin gelecekte tarımsal üretime devam etme durumunu göstermektedir. Üreticilerin %94,2'si tarımsal üretime devam etmeyi, %4,8'i devam etmemeyi, %1,0'ı kararsız olduğunu belirtmiştir. Bu veriler, üreticilerin büyük çoğunluğunun tarımsal üretime devam etmeyi düşündüklerini göstermektedir.

Çizelge 4.36. Üreticilerin gelecekte tarımsal üretime devam etme durumu (%)

Tarımsal üretime devam etme durumu	Sayı	Oran (%)
Evet, tarımsal üretime devam ederim.	98	94,2
Hayır, tarımsal üretime devam etmem.	5	4,8
Kararsızım	1	1,0
Toplam	104	100,0

Çizelge 4.37, üreticilerin gelecekte çocuklarının tarımsal üretime devam etme durumunu göstermektedir. Üreticilerin %39,7'si çocuklarının gelecekte tarımsal üretime devam edeceğini, %60,3'ü, çocuklarının tarımsal üretime devam etmeyeceğini düşünmektedir. Bu durum, gelecek nesillerin tarımsal üretime olan ilgisinin düşük olabileceğini göstermektedir.

Çizelge 4.37. İşletmelerde gelecekte gençlerin tarımsal üretime devam etme düşüncesi

Gelecekte çocuklarınızın tarımsal üretime devam etme durumu	Sayı	Oran (%)
Evet, tarımsal üretime devam edecek.	33	39,7
Hayır, tarımsal üretime devam etmeyecek.	50	60,3
Toplam	83	100,0

Çizelge 4.38'e göre, üreticilerin çocuklarının tarımsal üretime devam etmemesinin başlıca nedenleri arasında tarımsal faaliyetlerde yeterli (%78,0) ve düzenli gelir sağlanamaması (%80,0), tarımın riskli olması (%60,0), tarım dışındaki sektörlerde daha iyi yaşam standartları (%94,0) ve daha fazla eğitim olanakları (%90,0) bulunması yer almaktadır. Ayrıca, şehirde düzenli aylık gelir imkanlarının bulunması (%64,0) ve çocukların tarımla uğraşmayı sevmemeleri de (%42,0) önemli nedenler arasında yer almaktadır. Yeterli ve düzenli gelir eksikliği, tarımın riskli doğası, daha iyi yaşam ve eğitim imkanlarının diğer sektörlerde bulunması gibi nedenler, çocukların tarımsal üretime devam etmeme kararında önemli rol oynamaktadır.

Çizelge 4.38. Üreticilerin çocuklarının tarımsal üretime devam etmeme nedenleri

Devam etmeme nedenleri	Önemli Değil		Kararsızım		Önemli		Toplam	
	Sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)
Yeterli gelir sağlanamaması	5	10,0	6	12,0	39	78,0	50	100,0
Düzenli gelir olmaması	4	8,0	6	12,0	40	80,0	50	100,0
Tarımın riskli olması	8	16,0	12	24,0	30	60,0	50	100,0
Tarım dışındaki sektörlerde yaşam standartlarının daha iyi olması	2	4,0	1	2,0	47	94,0	50	100,0
Tarım dışındaki sektörlerde eğitim olanaklarının daha fazla olması	3	6,0	2	4,0	45	90,0	50	100,0
Düzenli aylık gelir için şehirde imkanların olması	6	12,0	12	24,0	32	64,0	50	100,0
Tarımla uğraşmayı sevmemeleri	19	38,0	10	20,0	21	42,0	50	100,0

4.3. İşletmelerde tarımsal faaliyet ile ilgili bilgi kaynakları

Çizelge 4.39, üreticilerin sebze yetiştiriciliği alanında sahip oldukları bilgi düzeyini değerlendirmektedir. Üreticilerin %23,1'i sebze yetiştiriciliği konusunda tam olarak yeterli bilgiye sahip olduğunu belirtirken, %36,5'i bilgilerini yeterli bulmakta, %40,4'ü ise orta düzeyde yeterli bilgiye sahip olduğunu ifade etmektedir. Bu veriler, üreticilerin büyük çoğunluğunun sebze yetiştiriciliği konusunda belirli bir bilgi düzeyine sahip olduklarını düşündüklerini göstermektedir. Ancak, tam olarak yeterli bilgiye sahip olduğunu düşünenlerin oranının daha düşük olması, bilgi düzeyinin artırılması gerektiğini de göstermektedir.

Çizelge 4.39. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği alanında bilgi düzeyi

Bilgi düzeyi	Sayı	Oran (%)
Tam olarak yeterli	24	23,1
Yeterli	38	36,5
Orta düzeyde yeterli	42	40,4
Toplam	104	100,0

Çizelge 4.40, üreticilerin serada sebze yetiştiriciliği alanında ihtiyaç duydukları konuları ve bu bilgileri nereden sağladıklarını göstermektedir. Hastalık ve zararlı mücadelesi konusunda en önemli bilgi kaynağı %79,8 ile bayiler olurken, yetiştiricilikle ilgili işlemler (sulama, gübreleme, ekim, dikim vb.) hakkında bilgi almak için de %66,5 oranında yine bayilere başvurulmaktadır. Tohum ve fide seçimi konusunda %49,0 oranında kendi deneyimleri, %46,3 oranında ise bayiler önemli bilgi kaynaklarıdır. Toprak analizi için %67,3 oranında kendi deneyimleri ve %29,9 oranında bayiler tercih edilmektedir. Su analizi konusunda %66,4 oranında kendi deneyimleri ve %28,8 oranında bayilerden bilgi alınmaktadır. Ürün fiyat ve piyasa bilgisi için %57,7 oranında komisyoncular önemli bir bilgi kaynağı olurken, %27,0 oranında kendi deneyimlerinden yararlanılmaktadır. Pazarlama konusunda %51,0 oranında komisyoncular, %33,7 oranında ise kendi deneyimleri önemli bilgi kaynaklarıdır. Devlet destekleri hakkında bilgi almak için %42,3 oranında il-ilçe müdürlükleri ve ziraat mühendisleri önemli bir bilgi kaynağı olurken, %25,0 oranında kendi deneyimleri ve %14,4 oranında bayiler tercih edilmektedir.

Araştırmada elde edilen bu veriler, üreticilerin çeşitli konularda bilgi edinmek için en çok bayilere, komisyonculara ve kendi deneyimlerine güvendiğini göstermektedir. Ayrıca, il-ilçe müdürlükleri ve ziraat mühendisleri de özellikle devlet destekleri konusunda önemli bilgi kaynaklarıdır.

Çizelge 4.40. Üreticilerin serada sebze yetiştiriciliği alanında ihtiyaç duydukları konular

Bilgi Çeşidi	En Önemli Bilgi Kaynakları													
	Kendi deneyimleri		Lider/Önder çiftçi		İl-ilçe müdür/ziraat mühendisi		Bayi		İhracatçı		Komisyoncu		Televizyon / sosyal medya	
	Sayı	Oran	S	O	S	O	S	O	S	O	S	O	S	O
Hastalık/zararlı mücadelesi	17	16,4	2	1,9	2	1,9	83	79,8	.	.	.	.	.	.
Yetiştiricilikle ilgili işlemler (Sulama, gübreleme, ekim, dikim vb.)	26	25,0	4	3,8	4	3,8	69	66,5	.	.	1	0,9	.	.
Tohum, fide seçimi	51	49,0	2	1,9	2	1,9	48	46,3	1	0,9	.	.	.	.
Toprak Analizi	70	67,3	1	0,9	2	1,9	31	29,9	.	.	.	.	.	.
Su Analizi	69	66,4	.	.	1	0,9	30	28,8	.	.	4	3,9	.	.
Ürün Fiyat/Piyasa bilgisi	28	27,0	1	0,9	2	1,9	11	10,6	2	1,9	60	57,7	.	.
Pazarlama	35	33,7	2	1,9	1	0,9	12	11,6	1	0,9	53	51,0	.	.
Devlet Destekleri	26	25,0	6	5,8	44	42,3	15	14,4	1	0,9	6	5,8	6	5,8

Çizelge 4.41, Üreticilerin bilgi çeşidine göre bilgi ihtiyacını göstermektedir. Hastalık ve zararlı mücadelesi konusunda, üreticilerin %56,7'si çok fazla bilgiye ihtiyaç duyarken, %26,0'sı az bilgiye ihtiyaç duyduğunu ve %17,3'ü orta düzeyde (ne az ne çok) bilgiye ihtiyaç duyduğunu belirtmektedir. Yetiştiricilikle ilgili işlemler (sulama, gübreleme, ekim, dikim vb.) konusunda, üreticilerin %46,2'si çok fazla, %36,5'i az ve %17,3'ü ise orta düzeyde bilgi ihtiyacı olduğunu ifade etmektedir. Tohum ve fide seçimi için üreticilerin %52,9'u az bilgiye ihtiyaç duyarken, %26,9'u çok fazla ve %20,2'sinin ise orta düzeyde bilgiye ihtiyacı vardır. Toprak analizi ve su analizi konularında ise üreticilerin büyük çoğunluğu (%71,2) az bilgiye ihtiyaç duyduğunu belirtirken, toprak analizi için %18,3'ü ve su analizi için %19,2'si çok fazla bilgiye ihtiyaç duyduğunu belirtmiştir. Ürün fiyatı ve piyasa bilgisi konusunda üreticilerin %44,2'si çok fazla, %33,7'si az ve %22,1'i ise orta düzeyde bilgi ihtiyacı vardır. Üreticilerin pazarlama konusundaki bilgi ihtiyacı %42,3'ünün

çok fazla, %33,7'sinin az ve %24,0'ünün ise orta düzeydedir. Devlet destekleri konusunda bilgi ihtiyacı üreticilerin %40,4'ünde çok fazla, %35,6'sında az ve %24,0'ünde orta düzeydedir.

Çalışmada, üreticilerin özellikle hastalık/zararlı mücadeleleri, yetiştiricilikle ilgili işlemler, ürün fiyat/piyasa bilgisi, pazarlama ve devlet destekleri konularında daha fazla bilgiye ihtiyaç duydukları belirlenmiştir.

Çizelge 4.41. Üreticilerin bilgi çeşidine göre bilgi ihtiyacı

Konu	Az		Ne az ne çok		Çok fazla	
	Sayı	Oran(%)	Sayı	Oran(%)	Sayı	Oran(%)
Hastalık/zararlı mücadelesi	27	26,0	18	17,3	59	56,7
Yetiştiricilikle ilgili işlemler (Sulama, gübreleme, ekim, dikim)	38	36,5	18	17,3	48	46,2
Tohum, fide seçimi	55	52,9	21	20,2	28	26,9
Toprak Analizi	74	71,2	11	10,5	19	18,3
Su Analizi	74	71,2	10	9,6	20	19,2
Ürün Fiyat/Piyasa bilgisi	35	33,7	23	22,1	46	44,2
Pazarlama	35	33,7	25	24,0	44	42,3
Devlet Destekleri	37	35,6	25	24,0	42	40,4

Çizelge 4.42, üreticilerin serada sebze yetiştiriciliği konusunda bilgi kaynaklarını göstermektedir. Üreticilerin %85,6'sı kendi tecrübelerini, %72,1'i aile üyelerini ve %74,8'i gübre/ilaç bayilerini önemli bilgi kaynakları olarak görmektedir. Lider veya önder çiftçiler %46,6 oranında, eş, dost ve akrabalar %38,5 oranında önemli kabul edilmektedir. Diğer yandan, muhtarlar, basılı kaynaklar, üniversiteler, kooperatifler ve çiftçi örgütleri gibi resmi ve basılı bilgi kaynakları büyük ölçüde önemsiz olarak değerlendirilmektedir.

Çalışmada elde edilen bulgulara göre, üreticilerin bilgi ihtiyaçlarını karşılamak için en çok kendi deneyimlerine, aile üyelerine ve bayilere güvendikleri görülmektedir. Üreticilerin bilgi kaynaklarına yönelik bu tercihleri, sosyal çevrelerinin ve güvenilir kişisel ilişkilerin önemini ortaya koymaktadır. Özellikle eş, dost, akraba (%38,5) ve lider çiftçiler (%46,6) gibi kişilerin üreticiler üzerindeki etkisi, kırsal alanlarda bilgi akışının resmi kurumlar yerine kişisel bağlar ve ağlar üzerinden gerçekleştiğini göstermektedir. Bu durum, bilgi paylaşımında yerel liderlerin ve güvenilen kişiler aracılığıyla yapılan tarımsal yayım çalışmalarının daha etkili olabileceğini göstermektedir.

Resmi kurumlar ve basılı kaynaklardan ise daha az faydalandıkları görülmektedir. Resmi kurumlar ve yazılı kaynaklar daha az tercih edilse de bu kanalların erişilebilirliği artırıldığında üreticilerin bilgi edinme sürecine daha fazla dahil edilebilirler.

Çizelge 4.42. Üreticilerin serada sebze yetiştiriciliği alanında bilgi kaynakları ve kullanılan iletişim araçları

Bilgi kaynakları	Önemsiz		Orta Düzeyde		Önemli	
	Sayı	Oran(%)	Sayı	Oran(%)	Sayı	Oran(%)
Kendi tecrübesi	1	0,9	14	13,5	89	85,6
Aile üyeleri	18	17,3	11	10,6	75	72,1
Eş/Dost/Akraba	44	42,3	20	19,2	40	38,5
Lider/önder çiftçi	36	34,9	19	18,5	48	46,6
Gübre/ilaç bayileri	17	16,5	9	8,7	77	74,8
Muhtar	89	87,3	4	3,9	9	8,8
Komisyoncu/Tüccarlar	46	44,2	23	22,1	35	33,7
İhracatçı	77	74,0	8	7,7	19	18,3
Tarım ve Orman Bakanlığı (il/ilçe md ziraat mühendisleri)	80	76,9	7	6,7	17	16,4
Ziraat Odası (TZOB)	94	90,4	2	1,9	8	7,7
Ziraat Odası Danışmanı	102	98,2	1	0,9	1	0,9
Üniversite	93	89,4	5	4,8	6	5,8
Kooperatif	96	92,3	2	1,9	6	5,8
İnternet/mobil uygulamalar/ sosyal medya	51	49,5	14	13,6	38	36,9
TV/Radyo/Cep Telefonu	61	59,8	12	11,8	29	28,4
Gazete/Dergi/Basılı Kaynaklar	92	88,5	5	4,8	7	6,7

Çizelge 4.43, üreticilerin serada sebze yetiştiriciliği alanında bilgi kaynakları ile görüşme sıklığını göstermektedir. Üreticilerin en sık başvurdukları kaynakların aile üyeleri ve gübre/ilaç bayileri olduğu görülmektedir. Üreticilerin %51,9'u aile üyeleriyle haftada birkaç kez, %28,9'u ise gübre/ilaç bayileriyle haftada birkaç kez görüştüğünü ifade etmektedir. Eş, dost ve akrabalarla daha az görüşülmekte olup, %38,4'ü hiç görüşmemektedir. Lider/önder çiftçilerle görüşme sıklığı da oldukça düşüktür, üreticilerin %41,8'i hiç görüşmemektedir. Muhtarlar, televizyon ve radyo ise en az başvuru alan bilgi kaynağı ve iletişim araçları arasında yer almakta olup, üreticilerin %80,7'si bilgi kaynağı olarak TV/radyo kullanmamakta ve %87,4'ü muhtarla hiç görüşmemektedir.

Bu veriler, üreticilerin bilgi ihtiyaçlarını karşılamak için en çok kişisel ve yerel bilgi kaynaklarına güvendiğini, diğer bilgi kaynaklarını ise daha az sıklıkla tercih ettiklerini göstermektedir.

Çizelge 4.43. Üreticilerin serada sebze yetiştiriciliği alanında bilgi kaynakları ile görüşme sıklığı

Bilgi Kaynağı	Haftada birkaç kez		Haftada bir kez		Ayda bir		Üretim döneminde		Hiç	
	Sayı	Oran(%)	Sayı	Oran(%)	Sayı	Oran(%)	Sayı	Oran(%)	Sayı	Oran(%)
Aile üyeleri	54	51,9	14	13,5	10	9,6	2	1,9	24	23,1
Eş/Dost/Akraba	16	15,4	17	16,3	27	26,0	4	3,9	40	38,4
Lider/önder çiftçi	18	17,5	14	13,5	23	22,3	5	4,9	43	41,8
Muhtar	4	3,9	3	2,9	4	3,9	2	1,9	90	87,4
Gübre/ilaç bayileri	30	28,9	31	29,8	20	19,2	6	5,8	17	16,3
TV/Radyo	3	2,9	7	6,7	9	8,7	1	1,0	84	80,7

4.4. Tarımsal Yenilikleri Benimseme ve Uygulama

Çizelge 4.44, üreticilerin tarımsal yenilikleri uygulama durumunu göstermektedir. Üreticilerin %8,7'si duyduğu tarımsal yeniliklerin tamamını uyguladığını belirtirken, %84,6'sı bazı yenilikleri uyguladığını ifade etmektedir. Üreticilerin %6,7'si ise duydukları tarımsal yenilikleri hiç uygulamamaktadır. Bu veriler, üreticilerin büyük çoğunluğunun yeniliklere açık olduğunu ve bazı yenilikleri uygulamaya istekli olduğunu göstermektedir.

Çizelge 4.44. Üreticilerin Tarımsal yenilikleri uygulama durumu

Tarımsal yenilikleri uygulama durumu	Sayı	Oran (%)
Tamamını uyguladım	9	8,7
Bazılarını uyguladım	88	84,6
Uygulamam	7	6,7
Toplam	104	100,0

Çizelge 4.45, üreticilerin yeni bir tarımsal yatırım ve teknolojiye karşı tutumlarını göstermektedir. Üreticilerin %11,5'i yeni bir tarımsal yatırım ve teknolojiyi hemen kabul ederken, %53,8'i köydeki diğer üreticilerden önce, %34,6'sı ise herkes kabul ettikten sonra yeni yatırımları ve teknolojileri kabul etmektedir. Bu veriler, üreticilerin büyük çoğunluğunun yeniliklere ve yeni teknolojilere olumlu yaklaştığını, ancak bazı üreticilerin daha tedbirli davranarak yenilikleri önce diğer üreticilerin denemesini beklediklerini göstermektedir.

Çizelge 4.45. Üreticilerin yeni teknoloji ve tarımsal yatırımlara karşı tutumu

Üretici tutumu	Sayı	Oran (%)
Hemen kabul ederim	12	11,5
Köydeki diğer üreticilerden önce kabul ederim	56	53,8
Herkes kabul ettikten sonra kabul ederim	36	34,6
Toplam	104	100,0

Çizelge 4.46, Üreticilerin serada sebze üretimi ile ilgili tarım danışmanı varlığını göstermektedir. Üreticilerin %98,1'i ücretli bir tarım danışmanı ile çalışmamaktadır ve

sadece %1,9'u ücretli bir tarım danışmanı ile çalıştıklarını belirtmişlerdir. Bu durum, üreticilerin büyük çoğunluğunun profesyonel danışmanlık hizmetlerinden faydalanmadığını göstermektedir. Üreticiler, bilgi ve danışmanlık ihtiyaçlarını genellikle kendi deneyimleri, aile üyeleri veya yerel bilgi kaynakları ile karşılamaktadır.

Üreticilerin %11,5'i tarım ilçe müdürlüğünde bir ziraat mühendisinden danışmanlık aldığını belirtirken, %88,5'i ise bu hizmetten yararlanmadığını belirtmiştir. Üreticilerin büyük çoğunluğunun resmi kurumlar aracılığıyla danışmanlık hizmeti almadığı görülmektedir. Üreticilerin %1,9'u Ziraat Odasında bir ziraat mühendisinden danışmanlık aldığını belirtirken, %98,1'i ise danışmanlık hizmetinden yararlanmadığını belirtmiştir.

Çizelge 4.46. Üreticilerin serada sebze üretimi ile ilgili tarım danışmanı varlığı

	Özel Tarım Danışmanı		Tarım Orman Bakanlığı		Ziraat Odası	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Tarım Danışmanı desteği alıyor.	2	1,9	12	11,5	2	1,9
Tarım Danışmanı desteği almıyor.	102	98,1	92	88,5	102	98,1
Toplam	104	100,0	104	100,0	104	100,0

Çizelge 4.47, üreticilerin kırsal alanla ilgili herhangi bir tarımsal projede yer alma durumunu göstermektedir. Üreticilerin %2,9'u kırsal alanla ilgili bir tarımsal projede yer alırken, %97,1'i ise bu tür projelerde yer almamıştır. Bu veriler, üreticilerin büyük çoğunluğunun tarımsal projelere katılım göstermediğini ortaya koymaktadır.

Çizelge 4.47. Üreticilerin tarımsal projelerde yer alma durumu

Tarımsal projelerde yer alma	Sayı	Oran (%)
Evet, yer alıyor.	3	2,9
Hayır, yer almıyor.	101	97,1
Toplam	104	100,0

Çizelge 4.48, üreticilerin toprak, yaprak, su analizi yaptıрма durumlarını göstermektedir. Üreticilerin %26,9'u toprak analizi yaptırırken, %73,1'i yaptırmamaktadır. Üreticilerin %10,6'sı yaprak analizi yaptırırken, %89,4'ü yaptırmamaktadır. Üreticilerin %24,0'ı su analizi yaptırırken, %76,0'ı yaptırmamaktadır. Bu veriler, üreticilerin bir kısmının toprak, yaprak ve su analizi yaptırdığını, ancak büyük çoğunluğunun bu tür analizlere başvurmadığını göstermektedir.

Çizelge 4.48. Üreticilerin toprak, yaprak, su analizi yaptıрма durumları(%)

	Toprak Analizi		Yaprak Analizi		Su Analizi	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Yaptırıyor	28	26,9	11	10,6	25	24,0
Yaptırmıyor	76	73,1	93	89,4	79	76,0
Toplam	104	100,0	104	100,0	104	100,0

Çizelge 4.49, üreticilerin ilk kez hazır fide kullanım durumunu göstermektedir. Verilere göre, üreticilerin yaklaşık 18 yıldır hazır fide kullandıkları söylenebilir. Üreticilerin hazır fide kullanımları 1 ile 40 yıl arasında değişmektedir. Bu veriler, bazı üreticilerin çok kısa süredir, bazılarının ise çok uzun süredir hazır fide kullandığını göstermektedir.

Çizelge 4.49. Üreticilerin ilk kez hazır fide kullanımı (yıl)

Ortalama	17,9
En düşük	1,0
En yüksek	40,0

Çizelge 4.50. üreticilerin serada sebze yetiştiriciliği alanında bir yenilikten (teknoloji, yetiştiricilik, pazarlama tekniği vb.) haberdar olduğunda yeniliği benimsemelerinde etkili olan faktörleri göstermektedir. Üreticilerin en etkili buldukları faktörler, %84,6 oranında diğer üreticilerin uygulamış olması, %83,6 oranında devlet teşviği ve %80,8 oranında uygulamanın ucuz olmasıdır. Bu faktörler, üreticilerin yenilikleri benimsemesinde büyük ölçüde etkili olup, çeşitli yönlerden güven ve ekonomik avantajlar sağlamaktadır. Diğer üreticilerin yenilikleri başarıyla uygulamış olması, özellikle yeniliklere karşı temkinli yaklaşan üreticiler için güven verebilmektedir. Bayilerin önerileri de %79,8 oranında etkili bulunmuş ve karar verme süreçlerinde etkili olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.50. Üreticilerin yeniliği benimsemesinde etkili olan faktörler

Faktörler	Etkili Değil		Kararsız		Etkili	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Diğer üreticilerin uygulamış olması	12	11,5	4	3,9	88	84,6
Devlet Teşviği	13	12,5	4	3,9	87	83,6
Ugulamanın ucuz olması	13	12,5	7	6,7	84	80,8
Bayilerin önerileri	10	9,6	11	10,6	83	79,8

4.5. Lider Olmayı Etkileyen Faktörler

Çizelge 4.51’de üreticilerin bir kişiden tavsiye almasını etkileyen faktörlerin önem sırasına göre dağılımı verilmiştir. Üreticilerin bir kişiden tavsiye alırken ilk önem verdikleri gerekçeler şöyledir. İlk sırada yer alan en önemli görülen gerekçeleri; tecrübe (%34,6), güven (%26,9), bilgi (%25,0) ve yenilikçilik (%10,6) olarak belirlenmiştir. İkinci sırada güven (%40,6), tecrübe (%24,0), bilgi (%16,7) ve yenilikçilik (%11,5) yer almaktadır. Üçüncü sırada güven (%31,7), tecrübe (%23,8), bilgi (%19,1) ve yenilikçilik (%12,7) yer almaktadır. Dördüncü sırada ise bilgi (%42,9) ve yenilikçilik (%42,9) en önemli faktörler olarak belirtilmiştir.

Çalışma bulgularına göre, üreticilerin tavsiye alırken en çok bilgi, güven ve tecrübeyi önemsedikleri görülmektedir. Yenilikçilik ise, bu faktörlerden sonra gelen ve dikkate alınan önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır. Özellikle dördüncü sırada bilgi ve yenilikçiliğin aynı oranda (%42,9) belirtilmesi, üreticilerin belli durumlarda bilgi ve yenilik özelliklerine

yöneldiğini göstermektedir. Ayrıca, dürüstlük, dış ilişkiler ve kararlılık gibi faktörlerin de daha az etkili olduğu görülmektedir. Bu durum, üreticilerin bir kişiden tavsiye alırken yalnızca teknik bilgiye değil, aynı zamanda kişisel özelliklere de dikkat ettiklerini ve bu özelliklerin onların karar verme süreçlerinde rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Çizelge 4.51. Üreticilerin tavsiye almasını etkileyen faktörler

	Gerekçe 1		Gerekçe 2		Gerekçe 3		Gerekçe 4	
Faktörler	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Tecrübe	36	34,6	23	24,0	15	23,8	.	.
Güven	28	26,9	39	40,6	20	31,7	.	.
Bilgi	26	25,0	16	16,7	12	19,1	3	42,9
Yenilikçi	11	10,6	11	11,5	8	12,7	3	42,9
Başarılı	2	1,9	1	1,0	1	1,6	1	14,2
Çalışkan	.	.	2	2,1	.	.	.	.
Kararlı	.	.	3	3,1	4	6,3	.	.
Dış ilişkisi yüksek	1	1,0	1	1,0	1	1,6	.	.
Dürüst	.	.	.	.	2	3,2	.	.
Toplam	104	100,0	96	100,0	63	100,0	7	100,0

Çizelge 4.52’de üreticilerin olumlu gördükleri kişilik özelliklerini göstermektedir. Üreticilerin en olumlu gördükleri ilk özellik %20,8 oranında bilgili olmak, %18,7 oranında güvenilir olmak, %9,9 oranında kararlı ve tecrübeli olmak, %9,9 oranında yenilikçi olmak, %7,7 oranında çalışkan olmak, %6,6 oranında başarılı ve dürüst olmak, %5,5 oranında cana yakın olmak, %5,4 oranında paylaşımcı olmak ve %1,1 oranında azimli olmak olarak belirtilmiştir.

Üreticilerin en olumlu gördükleri ikinci özellik ise %26,6 oranında güvenilir olmak, %21,5 oranında tecrübeli olmak, %8,9 oranında yenilikçi olmak, %7,6 oranında çalışkan ve başarılı olmak, %6,4 oranında dürüst ve azimli olmak, %5,0 oranında kararlı ve paylaşımcı olmak, %3,8 oranında cana yakın olmak ve %1,2 oranında bilgili olmak olarak belirtilmiştir.

Üreticilerin en olumlu gördükleri üçüncü özellik ise %19,5 oranında güvenilir olmak, %17,0 oranında bilgili ve tecrübeli olmak, %9,8 oranında yenilikçi, çalışkan ve dürüst olmak, %7,3 oranında kararlı ve başarılı olmak ve %2,5 oranında azimli olmak olarak belirtilmiştir.

Çizelge 4.52. Üreticilerin önem derecesine göre olumlu gördükleri kişilik özellikleri

Kişilik Özelliği	En olumlu 1		En olumlu 2		En olumlu 3	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Bilgili	19	20,8	1	1,2	7	17,0
Güvenilir	17	18,7	21	26,6	8	19,5
Kararlı olmak	9	9,9	4	5,0	3	7,3

Tecrübeli	9	9,9	17	21,5	7	17,0
Yenilikçi	8	8,8	7	8,9	4	9,8
Çalışkan	7	7,7	6	7,6	4	9,8
Başarılı	6	6,6	6	7,6	3	7,3
Dürüst	6	6,6	5	6,4	4	9,8
Cana yakın	5	5,5	3	3,8	.	.
Paylaşımıcı	4	4,4	4	5,0	.	.
Azimli	1	1,1	5	6,4	1	2,5
Toplam	91	87,5	79	76,0	41	39,4
Fikrim yok	13	12,5	25	24,0	63	60,6
Genel Toplam	104	100,0	104	100,0	104	100,0

Çizelge 4.53, üreticilerin olumsuz gördükleri kişilik özelliklerini göstermektedir. Üreticilerin en olumsuz gördükleri ilk özellik %30,3 oranında çabuk sinirlenmek, %12,1 oranında risk almaktan kaçınmak, tembel olmak ve aceleci olmak, %9,1 oranında çabuk güvenmek ve inatçı olmak %6,1 oranında kararsız ve tecrübesiz olmak, %3,0 oranında ise egolu olmak olarak belirtilmiştir. Üreticilerin en olumsuz gördükleri ikinci özellik ise %30,0 oranında tembellik ve çabuk sinirlenmek, %20,0 oranında risk almaktan kaçınmak, %10,0 oranında aceleci olmak ve egolu olmak olarak belirtilmiştir.

Çizelge 4.53. Üreticilerin önem derecesine göre olumsuz gördükleri kişilik özellikleri

Kişilik Özelliği	En olumsuz 1		En olumsuz 2	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Çabuk sinirlenmek	10	30,3	3	30,0
Risk almaktan kaçınmak	4	12,1	2	20,0
Tembel olmak	4	12,1	3	30,0
Aceleci olmak	4	12,1	1	10,0
Çabuk güvenmek	3	9,1	.	.
İnatçı olmak	3	9,1	.	.
Kararsız olmak	2	6,1	.	.
Tecrübesiz olmak	2	6,1	.	.
Egolu olmak	1	3,0	1	10,0
Toplam	33	31,7	10	9,6
Fikrim yok	71	68,3	94	90,4
Genel Toplam	104	100,0	104	100,0

4.6. Algılanan Liderlik Türleri

Çizelge 4.54, algılanan liderlik türlerini göstermektedir. Üreticilerin lider olarak gördükleri kişileri genel olarak olumlu algıladıkları görülmektedir. Üreticilerin büyük çoğunluğu, lider olarak gördükleri kişilerin yeniliklere kolayca adapte olabildiğini (%93,3), kararlarının ahlaki ve etik sonuçlarını dikkate aldığını (%89,4) ve yaptığı iyi işleri her zaman takdir ettiğini (%85,6) belirtmiştir. Ayrıca, lider olarak gördükleri kişilerin seracılık ve tarımsal faaliyetlerde güvenilir olduğunu (%98,0), gerektiğinde bilgi paylaşımı yaptığını (%92,4) ve tarımsal faaliyetler ile ilgili yerli ve yabancı yenilikleri takip ettiğini (%87,5) ifade etmişlerdir. Üreticilerin bazıları lider olarak gördükleri kişilerin karar vermekten kaçındığını ve alınan kararları uygulamakta tereddüt ettiğini (%81,7) ifade etmişlerdir.

Çizelge 4.54. Algılanan liderlik türleri

	Katılmıyorum		Kararsızım		Katlıyorum	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
1. Genellikle mevcut durumu düzeltmeye yönelik önerilerde bulunur.	14	13,5	17	16,3	73	70,2
2. Tarımsal faaliyet ile ilgili kararlarına güvenirim.	1	1,0	1	1,0	102	98,0
3. Seracılık alanında yerli ve yurt dışındaki gelişmeleri takip eder.	4	3,8	9	8,7	91	87,5
4. Yeniliklere kolayca adapte olabilir.	3	2,9	4	3,8	97	93,3
5. Seradaki sorunlarıma çok farklı açılardan bakmamı sağlar.	4	3,8	30	28,9	70	67,3
6. Kendimi geliştirmem için beni yönlendirir.	12	11,5	18	17,3	74	71,2
7. Tarımsal faaliyeti gerçekleştirirken sorunlarımızı kendi kendimize çözeriz.	36	34,6	12	11,5	56	53,9
8. Üreticilerin sevdiği biridir.	3	2,9	11	10,6	90	86,5
9. Tarımsal faaliyet ile ilgili süreçlerde çözüm bulmak için bilgi paylaşımı yapar	4	3,8	4	3,8	96	92,4
10. Tarımsal faaliyet devam ediyorsa sorun olmadığını düşünür.	32	30,8	15	14,4	57	54,8
11. Kararlarının ahlaki ve etik sonuçlarını dikkate alır.	5	4,8	6	5,8	93	89,4
12. Çiftçilerin birlikte daha güçlü ve etkili olabileceğine inanır.	6	5,8	3	2,9	95	91,3
13. Karar vermekten kaçınır ve aldığımız kararları uygular.	71	68,3	19	18,3	14	13,4
14. Gelecekte kırsal alan ve tarımla ilgili yapacağı işleri bizlerle coşkuyla paylaşır.	9	8,7	12	11,5	83	79,8
15. Her zaman daha iyisini yapabileceğimizi düşünür, güvenir.	4	3,8	7	6,8	93	89,4
16. Bana tarımsal faaliyet ile ilgili yenilikleri (üretim, pazarlama, yönetim vs..) öğretmek için zaman ayırır.	15	14,4	31	29,8	58	55,8
17. Zorluklara rağmen başarıya ulaşır.	2	1,9	4	3,8	98	94,3
18. Tarımsal faaliyet ile ilgili alınması gereken kararları erteler.	85	81,7	7	6,8	12	11,6
19. Geleneklere bağlıdır ve tarımsal faaliyetlerde geçmişle bugünü bağdaştırmaya çalışır.	51	49,0	13	12,5	40	38,5
20. Daha çok bizi dinlemeyi tercih eder.	34	32,7	49	47,1	21	20,2
21. Tarımla ilgili her zaman yapılması gerekenleri vurgular ve ne elde edeceğimi açıkça söyler.	4	3,8	11	10,6	89	85,6
22. Maddi çıkar sağlama amacıyla değildir, üreticilerin iyiliği için kendi önceliklerinden vazgeçer.	39	37,5	12	11,5	53	51,0
23. Tarımsal faaliyet ile ilgili danışmak istediğimizde ortada yoktur.	82	78,9	12	11,5	10	9,6
24. Davranışları güç ve güven hissi verir.	6	5,8	10	9,6	88	84,6
25. Tarımsal faaliyetlerde söylediğini yapmak konusunda baskı hissederiz.	72	69,2	16	15,4	16	15,4
26. Onunla çalışmaktan keyif alırım.	5	4,8	13	12,5	86	82,7
27. Yaşadığımız köye yönelik büyük beklentileri/hedefleri vardır.	3	2,9	16	15,4	85	81,7
28. Tarımsal faaliyet ile ilgili çaba gösterdiğimizi görürse o zaman yardım eder.	24	23,1	21	20,2	59	56,7
29. Tarımsal faaliyet ile ilgili önemli bir sorun olduğunda müdahale eder.	35	33,7	18	17,3	51	49,0
30. Başarısız olduğumuz konuların nedenlerini araştırarak düzeltmeye çalışır.	25	24,0	11	10,6	68	65,4
31. Yapılan iyi işi her zaman takdir eder.	6	5,8	9	8,6	89	85,6
32. Davranışları ile üreticilerin saygısını kazanmıştır.	5	4,8	7	6,7	92	88,5
33. Tarımsal faaliyet ile ilgili bir konuda aynı fikirde olmasak bile eleştirmez	23	22,3	16	15,5	64	62,2
34. Değer ve inançlarını bizimle paylaşır.	9	8,6	9	8,6	86	82,8
35. Genellikle başarısızlıkların üzerinde durur.	73	70,2	11	10,6	20	19,2
36. Bir sorunla karşılaştığımızda kendi kendimize çözmemizi bekler.	62	59,6	16	15,4	26	25,0
37. Tarımsal faaliyetler ile ilgili yöntem, teknoloji ve uygulamaları sürdürmeye çalışır.	49	47,1	9	8,7	46	44,2
38. Tarımsal faaliyet dışındaki sorunlarım ile de ilgilenir.	36	34,6	12	11,5	56	53,9
39. Bizi diğer çiftçilerle birlikte çalışmaya teşvik eder.	7	6,7	18	17,3	79	76,0
40. Tarımsal faaliyetler ile ilgili yeni yapılacak işlerde harekete geçmemizi sağlar.	8	7,7	9	8,7	87	83,6
41. Yaptığımız faaliyetlerde sürece dahil olmaz	67	64,4	15	14,4	22	21,2
42. Geçmişte tarımsal faaliyet ile ilgili yaptığım hataları hatırlatır.	46	44,2	21	20,2	37	35,6

4.7. Eğitim düzeyleri ve demografik özellikleri

Çizelge 4.55, üreticilerin eğitim düzeylerine göre yaş dağılımlarını ve bu dağılımların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığını göstermektedir. P-değeri 0,00021 olarak bulunmuştur. Bu değer sonuçların istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

İlköğretim mezunlarının yaş dağılımı incelendiğinde üreticilerin %19,3'ü 35 yaş ve altı, %43,9'u 36-50 yaş aralığında ve %36,8'i 51 yaş ve üzerindedir. Lise mezunu üreticilerin %57,7'si 35 yaş ve altı, %26,9'u 36-50 yaş aralığında ve %15,4'ü 51 yaş ve üzerindedir. Üniversite ve üstü mezun üreticilerin %66,7'si 35 yaş ve altı, %28,6'sı 36-50 yaş aralığında ve %4,8'i 51 yaş ve üzerindedir. Eğitim düzeyi arttıkça daha genç üreticilerin oranının arttığı görülmektedir; ilköğretim mezunları arasında daha yaşlı üreticilerin oranı daha yüksekken, üniversite ve üstü mezunlar arasında genç üreticilerin oranı daha fazladır, bu durum üreticilerin yaşlarının artmasıyla birlikte eğitim oranının azaldığı şeklinde yorumlanabilir.

Çizelge 4.55. Üreticilerin eğitim düzeyi ve yaş ilişkisi

Yaş (P-değeri 0,00021)	Eğitim Durumu						Toplam	
	İlköğretim Mezunu		Lise Mezunu		Üniversite ve üstü			
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
35 ve altı	11	19,3	15	57,7	14	66,6	40	38,5
36-50	25	43,9	7	26,9	6	28,6	38	36,5
51 ve üstü	21	36,8	4	15,4	1	4,8	26	25,0
Toplam	57	100,0	26	100,0	21	100,0	104	100,0

Çizelge 4.56, eğitim düzeylerine göre üreticilerin işletme gelir dağılımlarını göstermektedir. İlköğretim mezunu üreticilerin %22,0'ı düşük gelir kategorisi olan A grubunda (360.000 ve altı), %46,3'ü orta gelir kategorisi olan B grubunda (360.001-1.200.000), ve %31,7'si yüksek gelir kategorisi olan C grubunda (1.200.001 ve üstü) yer almaktadır. Lise mezunu üreticilerin %14,3'ü A grubunda, %47,6'sı B grubunda, %38,1'i ise C grubunda yer almaktadır. Üniversite ve üstü eğitim düzeyine sahip üreticilerin %11,8'i A grubunda, %47,1'i B grubunda ve %41,2'si C grubunda bulunmaktadır. Bu veriler, eğitim düzeyi yükseldikçe yüksek gelir kategorilerindeki oranların artış eğilimi gösterdiğini, ancak bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığını göstermektedir.

Çizelge 4.56. Üreticilerin eğitim düzeyi ve işletme geliri ilişkisi

İşletme geliri (P-değeri 0,8681)	Eğitim						Toplam	
	İlköğretim Mezunu		Lise Mezunu		Üniversite ve üstü			
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
A (360.000 ve altı)	9	22,0	3	14,3	2	11,8	14	17,7
B (360.001-1.200.000)	19	46,3	10	47,6	8	47,1	37	46,9
C (1.200.001 ve üstü)	13	31,7	8	38,1	7	41,2	28	35,4

Çizelge 4.57, üreticilerin eğitim düzeyi ile kooperatife ortaklık durumu arasındaki ilişkiyi göstermektedir. P-değeri 0,33231 olarak bulunmuştur. Üreticilerin eğitim düzeyi ile kooperatife ortaklık durumu arasındaki ilişki incelendiğinde, İlköğretim mezunlarının %26,3'ü kooperatife ortak iken %73,7'si ortak değildir. Lise mezunlarının %42,3'ü kooperatife ortakken %57,7'si ortak değildir. Üniversite ve üstü mezunların ise %28,6'sı kooperatife ortak iken %71,4'ü ortak değildir. Kooperatif ortaklığı oranları eğitim düzeyine göre değişiklik gösterse de bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir.

Çizelge 4.57. Üreticilerin eğitim düzeyi ve kooperatife ortaklık durumu arasındaki ilişki

Kooperatif ortaklığı (P-değeri 0,33231)	İlköğretim Mezunu		Lise Mezunu		Üniversite ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Kooperatife ortak değil	42	73,7	15	57,7	15	71,4	72	69,2
Kooperatife ortak	15	26,3	11	42,3	6	28,6	32	30,8
Toplam	57	100,0	26	100,0	21	100,0	104	100,0

Çizelge 4.58, üreticilerin eğitim düzeylerine göre ÇKS kayıt durumunu göstermektedir. P-değeri 0,31941 olarak bulunmuştur. Üreticilerin eğitim düzeyi ile Çiftçi Kayıt Sistemi'ne (ÇKS) kayıt durumu arasındaki ilişki incelendiğinde, ilköğretim mezunlarının %78,9'u ÇKS'ye kayıtlı iken %21,1'i kayıtlı değildir. Lise mezunlarının %92,3'ü ÇKS'ye kayıtlı iken %7,7'si kayıtlı değildir. Üniversite ve üstü mezunların ise %81,0'ı ÇKS'ye kayıtlı, %19,0'ı ise kayıtlı değildir. Sonuç olarak, eğitim düzeyi arttıkça ÇKS'ye kayıt oranında bir artış gözlenirse de bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir.

Çizelge 4.58. Üreticilerin eğitim düzeyi ve ÇKS'ye kayıt durumu ilişkisi

ÇKS kayıt (P-değeri 0,3194)	İlköğretim Mezunu		Lise Mezunu		Üniversite ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
ÇKS'ye kayıtlı	45	78,9	24	92,3	17	81,0	86	82,7
ÇKS'ye kayıtlı değil	12	21,1	2	7,7	4	19,0	18	17,3
Toplam	57	100,0	26	100,0	21	100,0	104	100,0

Çizelge 4.59, üreticilerin eğitim düzeylerine göre tarım sigortası yaptırma durumunu göstermektedir. P-değeri 0,4813 olarak bulunmuştur. İlköğretim mezunlarının %59,6'sı tarım sigortası yaptırırken %40,4'ü yaptırmamaktadır. Lise mezunlarının %73,1'i tarım sigortası yaptırırken %26,9'u yaptırmamaktadır. Üniversite ve üstü mezunların %66,7'si tarım sigortası yaptırırken %33,3'ü yaptırmamaktadır. Eğitim düzeyi arttıkça tarım sigortası yaptırma oranında bir artış gözlenirse de, bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir.

Çizelge 4.59. Üreticilerin eğitim düzeyi ve tarım sigortası yaptırma durumu ilişkisi

Tarım sigortası (P-değeri 0,4813)	İlköğretim Mezunu		Lise Mezunu		Üniversite ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Tarım sigortası yaptırıyor	34	59,6	19	73,1	14	66,7	67	64,4
Tarım sigortası yaptırmıyor	23	40,4	7	26,9	7	33,3	37	35,6
Toplam	57	100,0	26	100,0	21	100,0	104	100,0

Çizelge 4.60, üreticilerin eğitim düzeylerine göre ÖKS kayıt yaptırma durumunu göstermektedir. P-değeri 0,2993 olarak bulunmuştur. İlköğretim mezunlarının %78,9'u ÖKS'ye kayıtlı iken %21,1'i kayıtlı değildir. Lise mezunlarının %92,3'ü ÖKS'ye kayıtlı, %7,7'si kayıtlı değildir. Üniversite ve üstü mezunların ise %85,7'si ÖKS'ye kayıtlı olup %14,3'ü kayıtlı değildir. Genel olarak, eğitim düzeyi arttıkça ÖKS'ye kayıtlı olma oranında bir artış gözlemlense de, bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir.

Çizelge 4.60. Üreticilerin eğitim düzeyi ve ÖKS kayıt durumu ilişkisi

ÖKS kayıt (P-değeri 0,2993)	İlköğretim Mezunu		Lise Mezunu		Üniversite ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
ÖKS kayıtlı	45	78,9	24	92,3	18	85,7	87	83,7
ÖKS kayıtlı değil	12	21,1	2	7,7	3	14,3	17	16,3
Toplam	57	100,0	26	100,0	21	100,0	104	100,0

Çizelge 4.61, üreticilerin eğitim düzeylerine göre işletme kaydı tutma durumunu göstermektedir. P-değeri 0,09631 olarak bulunmuştur. İlköğretim mezunlarının %43,9'u işletme kaydı tutarken %56,1'i tutmamaktadır. Lise mezunlarının %50,0'ı işletme kaydı tutarken %50,0'ı tutmamaktadır. Üniversite ve üstü mezunların ise %71,4'ü kayıt tutarken

%28,6'sı tutmamaktadır. Eğitim seviyesi arttıkça işletme kaydı tutma oranının yükseldiği gözlenmekte ve bu farkın istatistiksel olarak anlamlılık sınırına çok yakın olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.61. Üreticilerin eğitim düzeyi ve işletme kaydı tutma durumu ilişkisi

İşletme kaydı (P-değeri 0,0963)	İlköğretim Mezunu		Lise Mezunu		Üniversite ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Kayıt tutuyor	25	43,9	13	50,0	15	71,4	53	51,0
Kayıt tutmuyor	32	56,1	13	50,0	6	28,6	51	49,0
Toplam	57	100,0	26	100,0	21	100,0	104	100,0

Çizelge 4.62, üreticilerin eğitim düzeylerine göre işletme kaydı tutma durumuna yönelik alınan cevapları göstermektedir. P-değeri 0,69391 olarak bulunmuştur. Üreticilerin eğitim düzeyine göre kayıt tutmama nedenleri incelendiğinde, ilköğretim mezunlarının %50,0'ı kayıt tutmama nedenini zorunlu olmaması olarak belirtirken, %40,0'ı gerekli görmediği için, %6,7'si tutmayı bilmediği için ve %3,3'ü iş yükünü artırdığı için kayıt tutmadığını belirtmiştir. Lise mezunlarının %61,5'i gerekli görmediği için, %30,8'i zorunlu olmadığı için ve %7,7'si iş yükünü artırdığı için kayıt tutmazken, üniversite mezunlarının %57,1'i gerekli görmediği için ve %42,9'u zorunlu olmadığı için kayıt tutmamaktadır.

Çizelge 4.62. Üreticilerin eğitim düzeyi ve işletme kaydı tutmama nedenleri arasındaki ilişki

Kayıt tutmama nedeni (P-değeri 0,69391)	İlköğretim Mezunu		Lise Mezunu		Üniversite ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Zorunlu olmadığı için	15	50,0	4	30,8	3	42,9	22	44,0
Tutmayı bilmediği için	2	6,7	0	0,0	0	0,0	2	4,0
İş yükünü artırdığı için	1	3,3	1	7,7	0	0,0	2	4,0
Gerekli görmediği için	12	40,0	8	61,5	4	57,1	24	48,0
Toplam	30	100,0	-	100,0	-	100,0	-	100,0

Çizelge 4.63, üreticilerin eğitim düzeylerine göre tarımsal desteklerden yararlanma durumlarını göstermektedir. Üreticilerin eğitim düzeyi ve tarımsal desteklerden yararlanma oranları farklılık gösterse de, bu farkların istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir.

Mazot-akaryakıt desteği için, ilköğretim mezunlarının %40,4'ü, lise mezunlarının %38,5'i ve üniversite mezunlarının %23,8'i bu destekten yararlanırken, üreticilerin büyük bir çoğunluğu bu destekten yararlanmamaktadır (%63,5). Gübre desteğinde ise ilköğretim mezunlarının %31,6'sı, lise mezunlarının %15,4'ü ve üniversite mezunlarının %28,6'sı destek alırken, genel olarak üreticilerin %73,1'i bu destekten faydalanmamaktadır.

Toprak analizi desteği için destek alanların sayısı örtüaltı üretim yapımları nedeniyle de düşüktür; sadece ilköğretim mezunlarının %3,5'i destek alırken, diğer

gruplarda destek alan bulunmamaktadır ve üreticilerin %98,1'i bu destekten yararlanmamaktadır. Örtü altı iyi tarım uygulamaları desteği ve iyi tarım uygulamaları desteği için ilköğretim mezunlarının %8,8'i, lise mezunlarının %7,7'si ve üniversite mezunlarının %23,8'i destek alırken, bu desteklerden yararlanmayan üreticilerin oranı %88,5'tir.

Tarım sigortası desteğine bakıldığında, ilköğretim mezunlarının %38,6'sı, lise mezunlarının %42,3'ü ve üniversite mezunlarının %52,4'ü destek almakta, ancak genel olarak üreticilerin %57,7'si bu desteği kullanmamaktadır. Örtü altı biyolojik ve biyoteknolojik mücadele desteği ise ilköğretim mezunlarının %57,9'u, lise mezunlarının %80,8'i ve üniversite mezunlarının %66,7'si tarafından kullanılmakta olup, üreticilerin %65,4'ü bu destekten yararlanmaktadır.

Çizelge 4.63. Üreticilerin eğitim düzeyi ve tarımsal desteklerden yararlanma durumu ilişkisi

Tarımsal Destekler	İlköğretim Mezunları		Lise Mezunları		Üniversite ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Mazot-Akaryakıt desteği (P-değeri 0,3933)								
Evet	23	40,4	10	38,5	5	23,8	38	36,5
Hayır	34	59,6	16	61,5	16	76,2	66	63,5
Gübre desteği (P-değeri 0,29871)								
Evet	18	31,6	4	15,4	6	28,6	28	26,9
Hayır	39	68,4	22	84,6	15	71,4	76	73,1
Toprak analizi desteği (P-değeri 0,43141)								
Evet	2	3,5	0	0,0	0	0,0	2	1,9
Hayır	55	96,5	26	100,0	21	100,0	102	98,1
Örtü altı iyi tarım uygulamaları desteği (P-değeri 0,14211.)								
Evet	5	8,8	2	7,7	5	23,8	12	11,5
Hayır	52	91,2	24	92,3	16	76,2	92	88,5
İyi tarım uygulamaları desteği (P-değeri 0,14211)								
Evet	5	8,8	2	7,7	5	23,8	12	11,5
Hayır	52	91,2	24	92,3	16	76,2	92	88,5
Tarım sigortası desteği (P-değeri 0,55031)								
Evet	22	38,6	11	42,3	11	52,4	44	42,3
Hayır	35	61,4	15	57,7	10	47,6	60	57,7
Örtü altı biyolojik ve biyoteknolojik mücadele desteği (P-değeri 0,12571)								
Evet	33	57,9	21	80,8	14	66,7	68	65,4
Hayır	24	42,1	5	19,2	7	33,3	36	34,6
Toplam	57	100,0	26	100,0	21	100,0	104	100,0

Çizelge 4.64, üreticilerin eğitim düzeylerine göre ürün satışı yapılan yerleri göstermektedir. P-değeri 0,5172 olarak bulunmuştur. İlköğretim mezunu üreticilerin %90,9'u ürünlerini komisyoncuya, %3,6'sı iç pazara ve %3,6'sı büyük süpermarketlere satarken, %1,8'i ihracatçıya satış yapmaktadır. Lise mezunu üreticilerin %91,7'si komisyoncuya, %8,3'ü ihracatçıya ürün satmakta, süpermarketlere ya da iç pazara satış yapmamaktadır. Üniversite mezunu üreticilerin %85,7'si komisyoncuya, %9,5'i ihracatçıya ve %4,8'i büyük süpermarketlere ürün satmaktadır. Genel olarak, tüm eğitim seviyelerinde üreticilerin büyük çoğunluğu ürünlerini komisyoncuya satmaktadır, ihracatçıya yapılan satışlar eğitim seviyesi arttıkça artmasına rağmen bu fark istatistiksel olarak anlamlı değildir.

Çizelge 4.64. Üreticilerin eğitim düzeyi ve ürün satışı yapılan yer ilişkisi

Ürün Satışı (P-değeri 0,5172)	İlköğretim Mezunu		Lise Mezunu		Üniversite ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Kendim iç pazara	2	3,6	-	-	-	-	2	2,0
Komisyoncuya	50	90,9	22	91,7	18	85,7	90	90,0
Büyük Süpermarketlere	2	3,6	-	-	1	4,8	3	3,0
İhracatçıya	1	1,8	2	8,3	2	9,5	5	5,0
Toplam	55	100,0	24	100,0	21	100,0	100	100,0

Çizelge 4.65, üreticilerin eğitim düzeyi ve tarımsal üretim yapma nedenleri ilişkisini göstermektedir.

İlköğretim mezunu üreticilerin %94,7'si, lise mezunu üreticilerin %88,5'i ve üniversite mezunu üreticilerin %76,2'si ailelerinin çiftçi olması nedenini önemli bulurken, ilköğretim mezunu üreticilerin %86,0'ı, lise mezunlarının %88,5'i ve üniversite mezunlarının %95,2'si tarım ile uğraşmayı sevmeye nedenini önemli bulmaktadır. İlköğretim mezunu üreticilerin %57,9'u, lise mezunlarının %69,2'si ve üniversite mezunlarının %66,7'si iyi gelir elde etmelerini önemli bulurken, İlköğretim mezunu üreticilerin %68,4'ü, lise mezunlarının %50,0'ı ve üniversite mezunlarının %47,6'sı tarımsal faaliyet dışında başka fırsat olmaması nedenini önemli bulmaktadır. İlköğretim mezunu üreticilerin %93,0'ı, lise, üniversite ve üstü mezunlarının tamamı kendi işlerinin sahibi olma nedenini önemli bulmaktadır.

Çizelge 4.65. Üreticilerin eğitim düzeyi ve tarımsal üretim yapma nedenleri ilişkisi

Üretim yapma nedeni	İlköğretim Mezunu		Lise Mezunu		Üniversite ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Ailem çiftçi olduğu için (P-değeri 0,0602)								
Önemli değil	3	5,3	1	3,8	4	19,0	8	7,7
Kararsızım	0	0,0	2	7,7	1	4,8	3	2,9
Önemli	54	94,7	23	88,5	16	76,2	93	89,4
Tarım ile uğraşmayı sevdiğim için (P-değeri 0,6185)								
Önemli değil	5	8,8	1	3,8	0	0,0	6	5,8
Kararsızım	3	5,3	2	7,7	1	4,8	6	5,8
Önemli	49	8,6	23	88,5	20	95,2	92	88,5
İyi gelir elde ediyorum (P-değeri 0,7926)								
Önemli değil	7	12,3	3	11,5	3	14,3	13	12,5
Kararsızım	17	29,8	5	19,2	4	19,0	26	25,0
Önemli	33	57,9	18	69,2	14	66,7	65	62,5
Tarım faaliyeti dışında başka fırsat yok (P-değeri 0,2394)								
Önemli değil	17	29,8	13	50,0	10	4,76	40	38,5
Kararsızım	1	1,8	0	0,0	1	4,8	2	1,9
Önemli	39	68,4	13	50,0	10	47,6	62	59,6
Kendi işimin sahibi olmak (P-değeri 0,4886)								
Önemli değil	1	1,8	0	0,0	0	0,0	1	1,0
Kararsızım	3	5,3	0	0,0	0	0,0	3	2,9
Önemli	53	0,93	26	100,0	21	100,0	100	96,2
Toplam	57	100,0	26	100,0	21	100,0	104	100,0

Çizelge 4.66, üreticilerin eğitim düzeyleri ve gençlerin tarımsal üretime devam etme düşüncesi arasındaki ilişkiyi göstermektedir. P-değeri 0,6579 olarak bulunmuştur.

İlköğretim mezunu üreticilerin çocuklarının %42,3'ü tarımsal üretime devam etmeyi düşünürken, %57,7'si devam etmeyi düşünmemektedir. Lise mezunu üreticilerin çocuklarının %31,6'sı tarımsal üretime devam etmeyi düşünürken, %68,4'ü devam etmeyi düşünmemektedir. Üniversite ve üstü eğitim almış üreticilerin çocuklarının %33,3'ü tarımsal üretime devam etmeyi düşünürken, %66,7'si devam etmeyi düşünmemektedir.

Çizelge 4.66. Üreticilerin eğitim düzeyleri ve gençlerin tarımsal üretime devam etme düşüncesi arasındaki ilişki

Gelecekte Çocuklar (P-değeri 0,6579)	İlköğretim Mezunu		Lise Mezunu		Üniversite ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Devam etmeyi düşünüyor	22	42,3	6	31,6	4	33,3	32	38,6
Devam etmeyi düşünmüyor	30	57,7	13	68,4	8	66,7	51	61,4
Toplam	52	100,0	19	100,0	12	100,0	83	100,0

Çizelge 4.67, üreticilerin eğitim düzeyleri ve serada sebze yetiştiriciliği alanında bilgi ihtiyacı arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Üreticilerin, eğitim düzeyi ve serada sebze yetiştiriciliği alanında bilgi ihtiyacı arasındaki ilişkiye bakıldığında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

İlköğretim mezunu üreticilerin %56,1'i hastalık/zararlı mücadelesi konusunda çok fazla bilgiye ihtiyaç duyarken, lise mezunlarının %57,7'si ve üniversite mezunlarının %57,1'i çok fazla bilgiye ihtiyaç duymaktadır.

Yetiştiricilikle ilgili konularda ise, ilköğretim mezunu üreticilerin %42,1'i, lise mezunu üreticilerin %30,8'i ve üniversite ve üstü mezuniyete sahip üreticilerin %28,6'sı az bilgiye ihtiyaç duymaktadır.

Tohum ve fide seçiminde, ilköğretim mezunu üreticilerin %54,4'ü az bilgiye ihtiyaç duyarken, lise mezunu üreticilerin %50,0'ı ve üniversite ve üstü mezuniyete sahip üreticilerin %52,4'ü az bilgiye ihtiyaç duymaktadır.

Diğer bilgi ihtiyaçları, özellikle toprak analizi, su analizi, ürün fiyat/piyasa bilgisi ve pazarlama gibi konularda, eğitim düzeyine göre anlamlı farklılıklar görülmemektedir. Toprak analizi konusunda ilköğretim mezunu üreticilerin %68,4'ü az bilgiye ihtiyaç duyarken, lise mezunu üreticilerin %73,1'i ve üniversite ve üstü mezuniyete sahip üreticilerin %76,2'si az bilgiye ihtiyaç duymaktadır. Eğitim düzeyine göre bilgi ihtiyaçları arasında büyük farklılıklar görülmemektedir.

Çizelge 4.67. Üreticilerin eğitim düzeyleri ve serada sebze yetiştiriciliği alanında bilgi ihtiyacı ilişkisi

Bilgi ihtiyacı	İlköğretim Mezunluğu		Lise Mezunluğu		Üniversite ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Hastalık/zararlı mücadele (P-değeri 0,78581)								
Az	17	29,8	6	23,1	4	19,0	27	26,0
Ne az ne çok	8	14,0	5	19,2	5	23,8	18	17,3
Çok fazla	32	56,1	15	57,7	12	57,1	59	56,7
Yetiştiricilikle ilgili işlemler (P-değeri 0,30081)								
Az	24	42,1	8	30,8	6	28,6	38	36,5
Ne az ne çok	12	21,1	4	15,4	2	9,5	18	17,3
Çok fazla	21	36,8	14	53,8	13	61,9	48	46,2
Tohum, fide seçimi (P-değeri 0,25891)								
Az	31	54,4	13	50,0	11	52,4	55	52,9
Ne az ne çok	15	26,3	3	11,5	3	14,3	21	20,2
Çok fazla	11	19,3	10	38,5	7	33,3	28	26,9
Toprak Analizi (P-değeri 0,65251)								
Az	39	68,4	19	73,1	16	76,2	74	71,2
Ne az ne çok	8	14,0	1	3,8	2	9,5	11	10,6
Çok fazla	10	17,5	6	23,1	3	14,3	19	18,3
Su Analizi (P-değeri 0,43091)								
Az	40	70,2	18	69,2	16	76,2	74	71,2
Ne az ne çok	8	14,0	1	3,8	1	4,8	10	9,6
Çok fazla	9	15,8	7	26,9	4	19,0	20	19,2
Ürün Fiyat/Piyasa bilgisi (P-değeri 0,77831)								
Az	19	33,3	8	30,8	8	38,1	35	33,7
Ne az ne çok	15	26,3	5	19,2	3	14,3	23	22,1
Çok fazla	23	40,4	13	50,0	10	47,6	46	44,2
Pazarlama (P-değeri 0,20071)								
Az	19	33,3	7	26,9	9	42,9	35	33,7
Ne az ne çok	18	31,6	5	19,2	2	9,5	25	24,0
Çok fazla	20	35,1	14	53,8	10	47,6	44	42,3
Devlet Destekleri (P-değeri 0,58491)								
Az	18	31,6	11	42,3	8	38,1	37	35,6
Ne az ne çok	17	29,8	5	19,2	3	14,3	25	24,0
Çok fazla	22	38,6	10	38,5	10	47,6	42	40,4
Toplam	57	100,0	26	100,0	21	100,0	104	100,0

Çizelge 4.68, üreticilerin eğitim düzeyleri ve sebze yetiştiriciliğindeki deneyim ilişkisini göstermektedir. Üreticilerin eğitim düzeyi ile sebze yetiştiriciliği deneyimleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Eğitim düzeyinin sebze yetiştiriciliği deneyimi üzerinde etkisi olduğu görülmektedir. İlköğretim mezunu üreticilerin, lise ve üniversite mezunlarına göre daha fazla deneyime sahip oldukları görülmektedir.

İlköğretim mezunu üreticilerin %15,8'i 0 ile 10 yıl arasında, %29,8'i 11 ile 20 yıl arasında ve %54,4'ü ise 21 yıl ve üzerinde sebze yetiştiriciliği deneyimine sahiptir. Lise mezunu üreticilerin %53,8'i 0 ile 10 yıl arasında, %23,1'i 11 ile 20 yıl arasında ve %23,1'i ise 21 yıl ve üzerinde sebze yetiştiriciliği deneyimine sahiptir. Üniversite ve üstü eğitim almış üreticilerin %47,6'sı 0 ile 10 yıl arasında, %38,1'i 11 ile 20 yıl arasında ve %14,3'ü 21 yıl ve üzerinde sebze yetiştiriciliği deneyimine sahiptir.

Çizelge 4.68. Üreticilerin eğitim düzeyleri ve göre sebze yetiştiriciliğindeki deneyim ilişkisi

Sebze yetiştiriciliği (yıl) (P-değeri 0,0006)	İlköğretim Mezunu		Lise Mezunu		Üniversite ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
1-10	9	15,8	14	53,8	10	47,6	33	31,7
11-20	17	29,8	6	23,1	8	38,1	31	29,8
21 ve üstü	31	54,4	6	23,1	3	14,3	40	38,5
Toplam	57	100,0	26	100,0	21	100,0	104	100,0

Çizelge 4.69, üreticilerin eğitim düzeyi ve tarımsal yenilikleri uygulama durumu ilişkisini göstermektedir. İlköğretim mezunu üreticilerin %8,8'i tarımsal yeniliklerin tamamını uygularken, %80,7'si bazılarını uygulamakta ve %10,5'i yenilikleri hiç uygulamamaktadır. Lise mezunu üreticilerin %7,7'si tarımsal yeniliklerin tamamını uygularken, %88,5'i bazılarını uygulamakta ve %3,8'i yenilikleri hiç uygulamamaktadır. Üniversite ve üstü eğitim almış üreticilerin %9,5'i tarımsal yeniliklerin tamamını uygularken, %90,5'i bazılarını uygulamaktadır.

Çizelge 4.69. Üreticilerin eğitim düzeyi ve tarımsal yenilikleri uygulama durumu ilişkisi

Tarımsal yenilikleri uygulama (P-değeri 0,5192)	İlköğretim Mezunu		Lise Mezunu		Üniversite (önlisans, lisans,lisansüstü)		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Tamamını uyguladım	5	8,8	2	7,7	2	9,5	9	8,7
Bazılarını uyguladım	46	80,7	23	88,5	19	90,5	88	84,6
Uygulamam	6	10,5	1	3,8	0	0,0	7	6,7
Toplam	57	100,0	26	100,0	21	100,0	104	100,0

Çizelge 4.70, üreticilerin eğitim düzeyi ve yeni bir tarımsal yatırımı/teknolojiyi kabul etme durumu ilişkisini göstermektedir. Üreticilerin eğitim düzeyi ile yeni tarımsal yatırım ve teknolojileri kabul etme durumu arasındaki ilişkiye bakıldığında P değeri 0,0520 olup, istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmektedir.

İlköğretim mezunu üreticilerin %8,8'i yeni teknolojileri hemen kabul edeceğini belirtirken, %50,9'u köydeki diğer üreticilerden önce kabul edeceğini ve %40,4'ü herkes kabul ettikten sonra en son kendisinin kabul edeceğini belirtmiştir. Lise mezunu üreticilerin %3,8'i yeni teknolojileri hemen kabul edeceğini belirtirken, %61,5'i köydeki diğer üreticilerden önce kabul edeceğini ve %34,6'sı herkes kabul ettikten sonra en son kendisinin kabul edeceğini belirtmiştir. Üniversite ve üstü eğitim almış üreticilerin

%28,6'sı yeni teknolojileri hemen kabul edeceğini belirtirken, %52,4'ü köydeki diğer üreticilerden önce kabul edeceğini ve %19,0'ı herkes kabul ettikten sonra en son kendisinin kabul edeceğini belirtmiştir.

Üniversite ve üstü eğitim almış üreticilerin yeni teknolojileri hemen kabul etme eğilimi daha yüksek görülmektedir. İlköğretim ve lise mezunu üreticilerin ise genellikle yeni teknolojileri köydeki diğer üreticilerden önce veya en son kabul etme eğiliminde olduğu görülmektedir. Eğitim seviyesi arttıkça yeni teknolojileri hemen kabul etme oranı da artmaktadır.

Çizelge 4.70. Üreticilerin eğitim düzeyi ve yeni bir tarımsal yatırımı/teknolojiyi kabul etme durumu ilişkisi

Yeni teknoloji tutum (P-değeri 0.0520)	İlköğretim Mezunu		Lise Mezunu		Üniversite ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Hemen kabul ederim	5	8,8	1	3,8	6	28,6	12	11,5
Köydeki diğer üreticilerden önce kabul ederim	29	50,9	16	61,5	11	52,4	56	53,8
Herkes kabul ettikten sonra en son ben kabul ederim	23	40,4	9	34,6	4	19,0	36	34,6
Toplam	57	100,0	26	100,0	21	100,0	104	100,0

Çizelge 4.71, üreticilerin eğitim düzeyleri ve serada sebze yetiştiriciliği alanında bilgi kaynakları ilişkisini göstermektedir. Eğitim düzeyine göre bazı bilgi kaynaklarıyla daha sık görüşülse de üreticilerin eğitim düzeyi ile serada sebze yetiştiriciliği alanında bilgi kaynakları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Üreticilerin eğitim düzeyi ile serada sebze yetiştiriciliği alanında üniversiteyi bilgi kaynağı olarak görmesi arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

İlköğretim mezunu üreticilerin, %89,5'i kendi tecrübelerini önemli, %8,8'i orta düzeyde önemli ve %1,8'i ise önemsiz bulmaktadır. Lise Mezunu üreticilerin, %76,9'u kendi tecrübelerini önemli, %23,1'i orta düzeyde önemli bulmakta ve üreticilerin hiçbiri kendi tecrübelerini önemsiz bulmamaktadır. Üniversite ve üstü eğitim seviyesine sahip üreticilerin %85,7'si kendi tecrübelerini önemli, %14,3'ü orta düzeyde önemli bulmakta ve üreticilerin hiçbiri kendi tecrübelerini önemsiz bulmamaktadır. Aile üyeleri ile görüşme sıklığı da eğitim düzeyine göre değişiklik göstermektedir; ilköğretim mezunu üreticilerin %68,4'ü aile üyeleri ile sık görüşürken, lise mezunu üreticilerde bu oran %80,8'dir. Üniversite mezunlarının ise %71,4'ü aile üyeleri ile sık görüşmektedir. Diğer bilgi kaynakları ile görüşme sıklıkları düşük olup, eğitim düzeyine göre anlamlı farklılıklar görülmemektedir. TV/radyo kullanımında haftada birkaç kez faydalananların oranı %3,5 iken, gazete/dergi okuma oranının %1,9 olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.71. Üreticilerin eğitim düzeyleri ve serada sebze yetiştiriciliği alanında bilgi kaynakları ilişkisi

	İlköğretim Mezunu (N=57)		Lise Mezunu (N=26)		Üniversite ve üstü (N=21)		Toplam (N=104)	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Kendi tecrübesi (P-değeri 0,4224)								
Önemsiz	1	1,8	0	0,0	0	0,0	1	1,0
Orta düzeyde	5	8,8	6	23,1	3	14,3	14	13,5
Önemli	51	89,5	20	76,9	18	85,7	89	85,6
Aile üyeleri (P-değeri 0,5150)								
Önemsiz	11	19,3	2	7,7	5	23,8	18	17,3
Orta düzeyde	7	12,3	3	11,5	1	4,8	11	10,6
Önemli	39	68,4	21	80,8	15	71,4	75	72,1
Eş/Dost/Akraba (P-değeri 0,4547)								
Önemsiz	25	43,9	9	34,6	10	47,6	44	42,3
Orta düzeyde	10	17,5	8	30,8	2	9,5	20	19,2
Önemli	22	38,6	9	34,6	9	42,9	40	38,5
Lider/önder çiftçi (P-değeri 0,2325)								
Önemsiz	20	35,1	5	20,0	11	52,4	36	35,0
Orta düzeyde	11	19,3	6	24,0	2	9,5	19	18,4
Önemli	26	45,6	14	56,0	8	38,1	48	46,6
Muhtar (P-değeri 0,2760)								
Önemsiz	46	83,6	22	84,6	21	100,0	89	87,3
Orta düzeyde	2	3,6	2	7,7	0	0,0	4	3,9
Önemli	7	12,7	2	7,7	0	0,0	9	8,8
Gübre/ilaç bayileri (P-değeri 0,6757)								
Önemsiz	12	21,1	3	12,0	2	9,5	17,0	16,5
Orta düzeyde	4	7,0	3	12,0	2	9,5	9,0	8,7
Önemli	41	71,9	19	76,0	17	81,0	77,0	74,8
TV/Radyo/Cep Telefonu (P-değeri 0,8771)								
Önemsiz	35	62,5	14	53,8	12	60,0	61	59,8
Orta düzeyde	5	8,9	4	15,4	3	15,0	12	11,8
Önemli	16	28,6	8	30,8	5	25,0	29	28,4
İnternet/mobil uygulamalar/ sosyal medya (P-değeri 0,8341)								
Önemsiz	28	50,0	12	46,2	11	52,4	51	49,5
Orta düzeyde	6	10,7	4	15,4	4	19,0	14	13,6
Önemli	22	39,3	10	38,5	6	28,6	38	36,9
Gazete/Dergi/Basılı Kaynaklar (P-değeri 0,9927)								
Önemsiz	50	87,7	23	88,5	19	90,5	92	88,5
Orta düzeyde	3	5,3	1	3,8	1	4,8	5	4,8
Önemli	4	7,0	2	7,7	1	4,8	7	6,7
Komisyoncu/Tüccarlar (P-değeri 0,1403)								
Önemsiz	28	49,1	13	50,0	5	23,8	46	44,2
Orta düzeyde	13	22,8	6	23,1	4	19,0	23	22,1
Önemli	16	28,1	7	26,9	12	57,1	35	33,7
İhracatçı (P-değeri 0,1145)								
Önemsiz	45	78,9	19	73,1	13	61,09	77	74,0
Orta düzeyde	1	1,8	4	15,4	3	14,3	8	7,7
Önemli	11	19,3	3	11,5	5	23,8	19	18,3
Tarım ve Orman Bakanlığı (il/ilçe md ziraat mühendisleri) (P-değeri 0,6678)								
Önemsiz	42	73,7	21	80,8	17	81,0	80	76,9
Orta düzeyde	3	5,3	2	7,7	2	9,5	7	6,7
Önemli	12	21,1	3	11,5	2	9,5	17	16,3
Ziraat Odası Danışmanı (P-değeri 0,7941)								
Önemsiz	55	96,4	26	100,0	21	100,0	102	98,1
Orta düzeyde	1	1,8	0	0,0	0	0,0	1	1,0
Önemli	1	1,8	0	0,0	0	0,0	1	1,0
Üniversite (P-değeri 0,0177)								
Önemsiz	53	93,0	24	92,3	16	76,2	93	89,4
Orta düzeyde	1	1,8	0	0,0	4	19,0	5	4,8
Önemli	3	5,3	2	7,7	1	4,8	6	5,8
Kooperatif (P-değeri 0,5287)								
Önemsiz	54	94,7	22	84,6	20	95,2	96	92,3
Orta düzeyde	1	1,8	1	3,8	0	0,0	2	1,9
Önemli	2	3,5	3	11,5	1	4,8	6	5,8
Ziraat Odası (TZOB) (P-değeri 0,5818)								
Önemsiz	50	87,7	25	96,2	19	90,5	94	90,4
Orta düzeyde	1	1,8	0	0,0	1	4,8	2	1,9
Önemli	6	10,5	1	3,8	1	4,8	8	7,7

Çizelge 4.72, üreticilerin eğitim düzeylerine göre serada sebze yetiştiriciliği alanında bilgi kaynakları ile görüşme sıklıklarını göstermektedir. Üreticilerin eğitim düzeyi ile serada sebze yetiştiriciliği alanında bilgi kaynakları ile görüşme sıklıkları arasında

istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Eğitim düzeyine göre bazı bilgi kaynaklarıyla daha sık görüşülse de, büyük farklılıklar görülmemektedir.

İlköğretim mezunu üreticilerin %45,6'sı aile üyeleri ile daha sık görüşürken, lise mezunu üreticilerin %65,4'sı aile üyeleri ile sık görüşmektedir (haftada birkaç kez). Üniversite ve üstü eğitim alan üreticiler ise genellikle lider çiftçiler ve gübre/ilaç bayileri ile daha sık görüşmektedir. Özellikle, üniversite mezunu üreticilerin %23,8'i lider çiftçilerle haftada birkaç kez görüşmektedir. Diğer bilgi kaynaklarıyla, özellikle TV/radyo, gazete/dergi ve internet gibi kaynaklardan yararlanma sıklıkları düşüktür.

Çizelge 4.72. Üreticilerin eğitim düzeyi ve serada sebze yetiştiriciliği alanında bilgi kaynakları ve araçları ile görüşme sıklıkları ilişkisi

	İlköğretim Mezunu (N=57)		Lise Mezunu (N=26)		Üniversite ve üstü (N=21)		Toplam (N=104)	
Aile üyeleri (P-değeri 0,6987)								
Haftada birkaç kez	26	45,6	17	65,4	11	52,4	54	51,9
Haftada bir kez	9	15,8	3	11,5	2	9,5	14	13,5
Ayda bir kez	1	1,8	1	3,8	0	0,0	2	1,9
Üretim döneminde	16	28,1	3	11,5	5	23,8	24	23,1
Hiç								
Eş/Dost/Akraba (P-değeri 0,7681)								
Haftada birkaç kez	7	12,3	4	15,4	5	23,8	16	15,4
Haftada bir kez	12	21,1	3	11,5	2	9,5	17	16,3
Ayda bir kez	12	21,1	9	34,6	6	28,6	27	26,0
Üretim döneminde	2	3,5	1	3,8	1	4,8	4	3,8
Hiç	24	42,1	9	34,6	7	33,3	40	38,5
Lider/önder çiftçi (P-değeri 0,8110)								
Haftada birkaç kez	7	12,3	6	24,0	5	23,8	18	17,5
Haftada bir kez	9	15,8	4	16,0	1	4,8	14	13,6
Ayda bir kez	13	22,8	6	24,0	4	19,0	23	22,3
Üretim döneminde	3	5,3	1	4,0	1	4,8	5	4,9
Hiç	25	43,9	8	32,0	10	47,6	43	41,7
Muhtar (P-değeri 0,1162)								
Haftada birkaç kez	1	1,8	1	3,8	2	10,0	4	3,9
Haftada bir kez	3	5,3	0	0,0	0	0,0	3	2,9
Ayda bir kez	1	1,8	2	7,7	1	5,0	4	3,9
Üretim döneminde	0	0,0	2	7,7	0	0,0	2	1,9
Hiç	52	91,2	21	80,8	17	85	90	87,4
Gübre/ilaç bayileri (P-değeri 0,2558)								
Haftada birkaç kez	15	26,3	9	34,6	6	28,6	30	28,8
Haftada bir kez	18	31,6	8	30,8	5	23,8	31	29,8
Ayda bir kez	13	22,8	2	7,7	5	23,8	20	19,2
Üretim döneminde	2	3,5	4	15,4	0	0,0	6	5,8
Hiç	9	15,8	3	11,5	5	23,8	17	16,3
TV/Radyo (P-değeri 0,2789)								
Haftada birkaç kez	2	3,5	1	3,8	0	0,0	3	2,9
Haftada bir kez	2	3,5	4	15,4	1	4,8	7	6,7
Ayda bir kez	5	8,8	3	11,5	1	4,8	9	8,7
Üretim döneminde	0	0,0	0	0,0	1	4,8	1	1,0
Hiç	48	84,2	18	69,2	18	85,7	84	80,8
Bilgi iletişim uygulamaları İnternet/mobil uygulamalar/ sosyal medya (P-değeri 0,3604)								
Haftada birkaç kez	1	1,8	3	11,5	1	4,8	5	4,8
Haftada bir kez	4	7,0	2	7,7	0	0,0	6	5,8
Ayda bir kez	4	7,0	2	7,7	2	9,5	8	7,7
Üretim döneminde	0	0,0	1	3,8	0	0,0	1	1,0
Hiç	48	84,2	18	69,2	18	85,7	84	80,8
Gazete/Dergi/Basılı Kaynaklar (P-değeri 0,1299)								
Haftada birkaç kez	0	0,0	2	7,7	0	0,0	2	1,9
Haftada bir kez	0	0,0	1	3,8	0	0,0	1	1,0
Ayda bir kez	0	0,0	1	3,8	1	4,8	2	1,9
Üretim döneminde	1	1,8	0	0,0	0	0,0	1	1,0
Hiç	55	98,2	22	84,6	20	95,2	97	94,2

Komisyoncu/Tüccarlar (P-değeri 0,4923)								
Haftada birkaç kez	8	14,0	4	15,4	2	9,5	14	13,5
Haftada bir kez	8	14,0	7	26,9	2	9,5	17	16,3
Ayda bir kez	11	19,3	2	7,7	6	28,6	19	18,3
Üretim döneminde	2	3,5	0	0,0	0	0,0	2	1,9
Hiç	28	49,1	13	50,0	11	52,4	52	50,0
İhracatçı (P-değeri 0,3671)								
Haftada birkaç kez	0	0,0	0	0,0	1	4,8	1	1,0
Haftada bir kez	2	3,5	3	12,0	1	4,8	6	5,8
Ayda bir kez	5	8,8	4	16,0	3	14,3	12	11,7
Üretim döneminde	3	5,3	0	0,0	1	4,8	4	3,9
Hiç	47	82,5	18	72,0	15	71,4	80	77,7
Tarım ve Orman Bakanlığı (il/ilçe md ziraat mühendisleri) (P-değeri 0,6948)								
Haftada birkaç kez	6	10,5	2	7,7	0	0,0	8	7,7
Haftada bir kez	5	8,8	1	3,8	3	14,3	9	8,7
Ayda bir kez	2	3,5	1	3,8	1	4,8	4	3,8
Üretim döneminde	2	3,5	1	3,8	1	4,8	4	3,8
Hiç	44	77,2	22	84,6	17	81,0	83	79,8
Özel Tarım Danışmanları (P-değeri 0,5165)								
Haftada birkaç kez	1	1,8	0	0,0	0	0,0	1	1,0
Ayda bir kez	1	1,8	0	0,0	1	4,8	2	1,9
Üretim döneminde	0	0,0	1	3,8	0	0,0	1	1,0
Hiç	55	96,5	25	96,2	20	95,2	100	96,2
Üniversite (P-değeri 0,0933)								
Haftada birkaç kez	1	1,8	0	0,0	0	0,0	1	1,0
Haftada bir kez	0	0,0	0	0,0	1	4,8	1	1,0
Ayda bir kez	0	0,0	2	7,7	0	0,0	2	1,9
Hiç	56	98,2	24	92,3	20	95,2	100	96,2
Kooperatif (P-değeri 0,3810)								
Haftada birkaç kez	1	1,8	0	0,0	0	0,0	1	1,0
Haftada bir kez	0	0,0	0	0,0	1	4,8	1	1,0
Ayda bir kez	1	1,8	2	7,7	0	0,0	3	2,9
Üretim döneminde	1	1,8	0	0,0	0	0,0	1	1,0
Hiç	54	94,7	24	92,3	20	95,2	98	94,2
Ziraat Odası Danışmanı (P-değeri 0,5865)								
Haftada birkaç kez	1	1,8	0	0,0	0	0,0	1	1,0
Haftada bir kez	0	0,0	1	3,8	0	0,0	1	1,0
Ayda bir kez	1	1,8	0	0,0	0	0,0	1	1,0
Hiç	55	96,5	25	96,2	21	100,0	101	97,1

4.8. Üreticilerin işletme gelirleri ve demografik özellikler ilişkisi

Çizelge 4.73, üreticilerin gelirleri ve üreticilerin yaş ilişkisini göstermektedir. Yüksek gelir grubundaki üreticilerin %53,6'sı 35 yaş ve altında, orta gelir grubundaki üreticilerin %37,8'i 35 yaş ve altında ve düşük gelir grubundaki üreticilerin %14,3'ü 35 yaş ve altında bulunmaktadır. Düşük gelir grubundaki üreticilerin %57,1'i 36-50 yaş aralığında, orta gelir grubundaki üreticilerin %40,5'i 36-50 yaş aralığında ve yüksek gelir grubundaki üreticilerin %28,6'sı 36-50 yaş aralığında bulunmaktadır. Düşük gelir grubundaki üreticilerin %28,6'sı 51 yaş ve üstünde, orta gelir grubundaki üreticilerin %21,6'sı 51 yaş ve üstünde ve yüksek gelir grubundaki üreticilerin %17,9'u 51 yaş ve üstünde bulunmaktadır.

Çizelge 4.73. İşletme gelirleri ve üreticilerin yaş ilişkisi

Yaş (P-değeri 0,1864)	İşletme Geliri							
	360.000 ve altı		360.001-1.200.000		1.200.001 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
35 ve altı	2	14,3	14	37,8	15	53,6	31	39,2
36-50	8	57,1	15	40,5	8	28,6	31	39,2
51 ve üstü	4	28,6	8	21,6	5	17,9	17	21,5
Toplam	14	100,0	37	100,0	28	100,0	79	100,0

Çizelge 4.74, üreticilerin işletme gelirleri ve kooperatif ortaklığı ilişkisini göstermektedir. Düşük gelir grubunda bulunan üreticilerin %64,3'ü kooperatif ortağı değilken %35,7'si kooperatif ortağıdır. Orta gelir grubunda bulunan üreticilerin %70,3'ü kooperatif ortağı değilken %29,7'si kooperatif ortağıdır. Yüksek gelir grubunda bulunan üreticilerin %60,7'si, kooperatif ortağı değilken %39,3'ü kooperatif ortağıdır.

Çizelge 4.74. İşletme gelirleri ve kooperatif ortaklığı ilişkisi

Kooperatif ortaklığı (P-değeri 0.7172)	İşletme Geliri							
	360.000 ve altı		360.001-1.200.000		1.200.001 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Ortaklık yok	9	64,3	26	70,3	17	60,7	52	65,8
Ortaklık var	5	35,7	11	29,7	11	39,3	27	34,2
Toplam	14	100,0	37	100,0	28	100,0	79	100,0

Çizelge 4.75 üreticilerin işletme gelirleri ve tarım sigortası yaptırma durumu ilişkisini göstermektedir. Tarım sigortası yaptırma ile işletme geliri arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,0005) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Düşük gelir grubunda bulunan üreticilerin %35,7'si tarım sigortası yaptırırken, %64,3'ü tarım sigortası yaptırmamaktadır. Orta gelir grubunda bulunan üreticilerin %64,9'u tarım sigortası yaptırırken, %35,1'i tarım sigortası yaptırmamaktadır. Yüksek gelir grubunda bulunan üreticilerin %92,9'u tarım sigortası yaptırırken, %7,1'i tarım sigortası yaptırmamaktadır.

Çizelge 4.75. İşletme gelirleri ve tarım sigortası yaptırma durumu ilişkisi

Tarım sigortası (P-değeri 0,0005)	İşletme Geliri							
	360.000 ve altı		360.001-1.200.000		1.200.001 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Yaptırıyor	5	35,7	24	64,9	26	92,9	55	69,6
Yaptırmıyor	9	64,3	13	35,1	2	7,1	24	30,4
Toplam	14	100,0	37	100,0	28	100,0	79	100,0

Çizelge 4.76, üreticilerin işletme gelirleri ve ÇKS kaydı yaptırma durumu ilişkisini göstermektedir. ÇKS kaydı yaptırma ile işletme geliri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Düşük gelir grubunda bulunan üreticilerin %35,7'si ÇKS kaydı yaptırırken, %64,3'ü ÇKS kaydı yaptırmamaktadır. Orta gelir grubunda bulunan üreticilerin %81,1'i ÇKS kaydı yaptırırken, %18,9'u ÇKS kaydı yaptırmamaktadır. Yüksek gelir grubunda bulunan üreticilerin tamamının ÇKS kaydı yaptırdığı görülmektedir.

Çizelge 4.76. İşletme gelirleri ve ÇKS kaydı yaptırma durumu ilişkisi

ÇKS kaydı (P-değeri <0,0001)	İşletme Geliri							
	360.000 ve altı		360.001-1.200.000		1.200.001 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Yaptırıyor	5	35,7	30	81,1	28	100,0	63	79,7
Yaptırmıyor	9	64,3	7	18,9	0	0,0	16	20,3
Toplam	14	100,0	37	100,0	28	100,0	79	100,0

Çizelge 4.77, üreticilerin işletme gelirlerine göre ÖKS kaydı yaptırma durumlarını göstermektedir. ÖKS kaydı yaptırma ile işletme geliri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Düşük gelir grubunda bulunan üreticilerin %35,7'si ÖKS kaydı yaptırırken, %64,3'ü ÖKS kaydı yaptırmamaktadır. Orta gelir grubunda bulunan üreticilerin %83,8'i ÖKS kaydı yaptırırken, %16,2'si ÖKS kaydı yaptırmamaktadır. Yüksek gelir grubunda bulunan üreticilerin tamamının ÖKS kaydı yaptırdığı görülmektedir.

Çizelge 4.77. İşletme gelirleri ve ÖKS kaydı yaptırma durumu ilişkisi

ÖKS kaydı (P-değeri <0,0001)	İşletme Geliri							
	360.000 ve altı		360.001-1.200.000		1.200.001 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Yaptırıyor	5	35,7	31	83,8	28	100,0	64	81,0
Yaptırmıyor	9	64,3	6	16,2	0	0,0	15	19,0
Toplam	14	100,0	37	100,0	28	100,0	79	100,0

Çizelge 4.78, üreticilerin işletme gelirlerine göre işletme kaydı tutma durumlarını göstermektedir. İşletme kaydı tutma ile işletme geliri arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,0476) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Düşük gelir grubunda bulunan üreticilerin %35,7'si işletme kaydı tutarken, %64,3'ü işletme kaydı tutmamaktadır. Orta gelir grubunda bulunan üreticilerin %59,5'i işletme kaydı tutarken, %40,5'i işletme kaydı tutmamaktadır. Yüksek gelir grubunda bulunan üreticilerin %75,0'ı işletme kaydı tutarken, %25,0'ı işletme kaydı tutmamaktadır.

Çizelge 4.78. İşletme gelirleri ve işletme kaydı tutma durumu ilişkisi

İşletme kaydı (P-değeri 0,0476)	İşletme Geliri							
	360.000 ve altı		360.001-1.200.000		1.200.001 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Kayıt tutuyor	5	35,7	22	59,5	21	75,0	48	60,8
Kayıt tutmuyor	9	64,3	15	40,5	7	25,0	31	39,2
Toplam	14	100,0	37	100,0	28	100,0	79	100,0

Çizelge 4.79, üreticilerin işletme gelirlerine göre sebze yetiştiriciliği deneyimlerini göstermektedir. Sebze yetiştiriciliği deneyimi ile işletme geliri arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,3495) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Düşük gelir grubunda bulunan üreticilerin %14,3'ü 1-10 yıl arasında, %57,1'i 11-20 yıl arasında ve %28,6'sı 21 yıl ve üzerinde deneyime sahiptir. Orta gelir grubunda bulunan üreticilerin %32,4'ü 1-10 yıl arasında, %27,0'ı 11-20 yıl arasında ve %40,5'i 21 yıl ve üzerinde deneyime sahiptir. Yüksek gelir grubunda bulunan üreticilerin %32,1'i 1-10 yıl arasında, %32,1'i 11-20 yıl arasında ve %35,7'si 21 yıl ve üzerinde deneyime sahiptir.

Çizelge 4.79. İşletme gelirleri ve sebze yetiştiriciliği deneyimi ilişkisi

Sebze yetiştiriciliği deneyimi (P-değeri 0,3495)	İşletme Geliri							
	360.000 ve altı		360.001-1.200.000		1.200.001 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
1-10	2	14,3	12	32,4	9	32,1	23	29,1
11-20	8	57,1	10	27,0	9	32,1	27	34,2
21 ve üstü	4	28,6	15	40,5	10	35,7	29	36,7
Toplam	14	100,0	37	100,0	28	100,0	79	100,0

Çizelge 4.80, üreticilerin işletme gelirlerine göre tarımsal yenilikleri uygulama durumlarını göstermektedir. Tarımsal yenilikleri uygulama ile işletme geliri arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,7212) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Düşük gelir grubunda bulunan üreticilerin %7,1'i tarımsal yeniliklerin tamamını uygularken, %92,9'u bazılarını uygulamaktadır. Orta gelir grubunda bulunan üreticilerin %8,1'i tarımsal yeniliklerin tamamını uygularken, %83,8'i bazılarını uygulamakta ve %8,1'i uygulamamaktadır. Yüksek gelir grubunda bulunan üreticilerin %14,3'ü tarımsal yeniliklerin tamamını uygularken, %78,6'sı bazılarını uygulamakta ve %7,1'i uygulamamaktadır.

Çizelge 4.80. İşletme gelirleri ve tarımsal yenilikleri uygulama durumu ilişkisi

Tarımsal yenilikleri uygulama (P-değeri 0,7212)	İşletme Geliri							
	360.000 ve altı		360.001-1.200.000		1.200.001 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Tamamını uyguladım	1	7,1	3	8,1	4	14,3	8	10,1
Bazılarını uyguladım	13	92,9	31	83,8	22	78,6	66	83,5
Uygulamam	0	0,0	3	8,1	2	7,1	5	6,3
Toplam	14	100,0	37	100,0	28	100,0	79	100,0

Çizelge 4.81, üreticilerin işletme gelirlerine göre bölgelerine getirilecek olan yeni bir tarımsal yatırım ve yeni teknolojileri uygulama durumlarını göstermektedir. Yeni bir tarımsal yatırım ve yeni teknolojileri uygulama ile işletme geliri arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,1755) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Düşük gelir grubunda bulunan üreticilerin hiçbiri yeni teknolojileri hemen kabul etmemekte, %42,9'u köydeki diğer üreticilerden önce kabul etmekte ve %57,1'i herkes kabul ettikten sonra en son kabul etmektedir. Orta gelir grubunda bulunan üreticilerin %16,2'si yeni teknolojileri hemen kabul ederken, %56,8'i köydeki diğer üreticilerden önce kabul etmekte ve %27,0'ı herkes kabul ettikten sonra en son kabul etmektedir. Yüksek gelir grubunda bulunan üreticilerin %17,9'u yeni teknolojileri hemen kabul ederken, %57,1'i köydeki diğer üreticilerden önce kabul etmekte ve %25,0'ı herkes kabul ettikten sonra en son kabul etmektedir.

Çizelge 4.81. İşletme gelirleri ve yeni teknolojileri uygulama durumu ilişkisi

Yeni teknoloji tutum (P-değeri 0,1755)	İşletme Geliri							
	360.000 ve altı		360.001-1.200.000		1.200.001 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran
Hemen kabul ederim	0	0,0	6	16,2	5	17,9	11	13,9
Köydeki diğer üreticilerden önce kabul ederim	6	42,9	21	56,8	16	57,1	43	54,4
Herkes kabul ettikten sonra en son ben kabul ederim	8	57,1	10	27,0	7	25,0	25	31,6
Toplam	14	100,0	37	100,0	28	100,0	79	100,0

4.9. İşletmelerin arazi genişliği ve demografik özellikler ilişkisi

Çizelge 4.82, üreticilerin arazi genişliğine göre eğitim durumlarını göstermektedir. Geniş araziye sahip üreticilerin eğitim düzeylerinin daha yüksek olduğu gözlemlenebilmektedir.

Küçük arazi büyüklüğüne (1-5 dönüm) sahip üreticilerin %72,4'ü ilköğretim mezunu, %17,2'si lise mezunu ve %10,3'ü üniversite veya üzerinde eğitim durumuna sahiptir. 6-15 dönüm araziye sahip olan üreticilerin %53,5'i ilköğretim mezunu, %20,9'u lise mezunu ve %25,6'sı üniversite veya üzerinde eğitim durumuna sahiptir. 16 dönüm ve üstü araziye sahip olan üreticilerin %35,7'si ilköğretim mezunu, %39,3'ü lise mezunu ve %25'i üniversite veya üzerinde eğitim durumuna sahiptir.

Çizelge 4.82. İşletmelerin arazi genişliği ve üreticilerin eğitim düzeyi ilişkisi

Kendisi eğitim (P-değeri 0,0602)	Arazi Genişlik Grubu (da)							
	1-5		6-15		16 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
İlköğretim Mezunu	21	72,4	23	53,5	10	35,7	54	54,0
Lise Mezunu	5	72,4	9	20,9	11	39,3	25	25,0
Üniversite ve üstü	3	10,3	11	25,6	7	25,0	21	21,0
Toplam	29	100,0	43	100,0	28	100,0	100	100,0

Çizelge 4.83, üreticilerin arazi genişliğine göre yaş dağılımlarını göstermektedir. Bu dağılım, daha büyük araziye sahip olan üreticilerin daha genç yaş gruplarında olduğunu göstermektedir. Özellikle, büyük araziye sahip üreticiler arasında 35 yaş ve altındakilerin oranı %60,7 ile en yüksek seviyededir.

Küçük arazi büyüklüğüne (1-5 dönüm) sahip üreticilerin %24,1'i 35 yaş ve altında, %37,9'u 36-50 yaş arasında ve %37,9'u 51 yaş ve üzerindedir. Orta büyüklükte araziye (6-15 dönüm) sahip üreticilerin %37,2'si 35 yaş ve altında, %37,2'si 36-50 yaş arasında ve %25,6'sı 51 yaş ve üzerindedir. Büyük arazi büyüklüğüne (16 dönüm ve üstü) sahip üreticilerin %60,7'si 35 yaş ve altında, %25,0'ı 36-50 yaş arasında ve %14,3'ü 51 yaş ve üzerindedir.

Çizelge 4.83. İşletmelerin arazi genişliği ve yaş ilişkisi

Yaş (P-değeri 0,0634)	Arazi Genişlik Grubu (da)							
	1-5		6-15		16 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
35 ve altı	7	24,1	16	37,2	17	60,7	40	40,0
36-50	11	37,9	16	37,2	7	25,0	34	34,0
51 ve üstü	11	37,9	11	25,6	4	14,3	26	26,0
Toplam	29	100,0	43	100,0	28	100,0	100	100,0

Çizelge 4.84, üreticilerin arazi genişliğine göre işletme gelirlerini göstermektedir. Üreticilerin arazi genişliği ile işletme geliri arasında istatistiksel olarak (P-değeri <0,0001) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu dağılım, daha büyük araziye sahip olan üreticilerin daha yüksek gelire sahip olduğunu göstermektedir.

Küçük arazi büyüklüğüne (1-5 dönüm) sahip üreticilerin %50,0'ı 360.000 ve altında gelire, %38,9'u 360.001-1.200.000 arasında gelire ve %11,1'i 1.200.001 ve üstü gelire sahiptir. Orta büyüklükte araziye (6-15 dönüm) sahip üreticilerin %8,6'sı 360.000 ve altında gelire, %71,4'ü 360.001-1.200.000 arasında gelire ve %20,0'ı 200.001 ve üstü gelire sahiptir. Büyük arazi büyüklüğüne (16 dönüm ve üstü) sahip üreticilerin hiçbiri 360.000 ve altında gelire sahip değilken, %17,4'ü 360.001-1.200.000 arasında gelire ve %82,6'sı 1.200.001 ve üstü gelire sahiptir.

Çizelge 4.84. İşletmelerin arazi genişliği ve işletme geliri ilişkisi

İşletme geliri (P-değeri <0,0001)	Arazi Genişlik Grubu (da)							
	1-5		6-15		16 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
360000 ve altı	9	50,0	3	8,6	0	0,0	12	15,8
360001-1200000	7	38,9	25	71,4	4	17,4	36	47,4
1200001 ve üstü	2	11,1	7	20,0	19	82,6	28	36,8
Toplam	18	100,0	35	100,0	23	100,0	76	100,0

Çizelge 4.85, üreticilerin arazi genişliğine göre kooperatif ortaklık durumlarını göstermektedir. Üreticilerin arazi genişliği ile kooperatif ortaklık durumları arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,0017) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu dağılım, daha büyük araziye sahip olan üreticilerin kooperatife ortak olma oranlarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Küçük arazi büyüklüğüne (1-5 dönüm) sahip üreticilerin %82,8'i kooperatif ortağı değilken %17,2'si kooperatif ortağıdır. Orta büyüklükte araziye (6-15 dönüm) sahip üreticilerin %76,7'si kooperatif ortağı değilken %23,3'ü kooperatif ortağıdır. Büyük arazi büyüklüğüne (16 dönüm ve üstü) sahip üreticilerin %42,9'u kooperatif ortağı değilken %57,1'i kooperatif ortağıdır.

Çizelge 4.85. İşletmelerin arazi genişliği ve kooperatif ortaklık ilişkisi (%)

Arazi Genişlik Grubu (da)								
Kooperatif ortaklığı (P-değeri 0,0017)	1-5		6-15		16 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Ortak değil	24	82,8	33	76,7	12	42,9	69	69,0
Ortak	5	17,2	10	23,3	16	57,1	31	31,0
Toplam	29	100,0	43	100,0	28	100,0	100	100,0

Çizelge 4.86, üreticilerin arazi genişliğine göre tarım sigortası yaptırma durumlarını göstermektedir. Üreticilerin arazi genişliği ile tarım sigortası yaptırma durumları arasında istatistiksel olarak (P-değeri <0,0001) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu dağılım, daha büyük araziye sahip olan üreticilerin tarım sigortası yaptırma oranlarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Küçük arazi büyüklüğüne (1-5 dönüm) sahip üreticilerin %69,0'ı tarım sigortası yaptırmamakta, %31,0'ı tarım sigortası yaptırmaktadır. Orta büyüklükte araziye (6-15 dönüm) sahip üreticilerin %25,6'sı tarım sigortası yaptırmamakta, %74,4'ü tarım sigortası yaptırmaktadır. Büyük arazi büyüklüğüne (16 dönüm ve üstü) sahip üreticilerin %14,3'ü tarım sigortası yaptırmamakta, %85,7'si tarım sigortası yaptırmaktadır.

Çizelge 4.86. İşletmelerin arazi genişliği ve tarım sigortası yaptırma durumu ilişkisi

Arazi Genişlik Grubu (da)								
Tarım sigortası (P-değeri <.0001)	1-5		6-15		16 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Yaptırıyor	9	31,0	32	74,4	24	85,7	65	65,0
Yaptırmıyor	20	69,0	11	25,6	4	14,3	35	35,0
Toplam	29	100,0	43	100,0	28	100,0	100	100,0

Çizelge 4.87, üreticilerin arazi genişliğine göre ÇKS (Çiftçi Kayıt Sistemi) kaydı yaptırma durumlarını göstermektedir. Üreticilerin arazi genişliği ile ÇKS kaydı yaptırma durumları arasında istatistiksel olarak (P-değeri <0,0001) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu dağılım, daha büyük araziye sahip olan üreticilerin ÇKS kaydı yaptırma oranlarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Küçük arazi büyüklüğüne (1-5 dönüm) sahip üreticilerin %41,4'ü ÇKS kaydı yaptırmamakta, %58,6'sı ÇKS kaydı yaptırmaktadır. Orta büyüklükte araziye (6-15 dönüm) sahip üreticilerin %11,6'sı ÇKS kaydı yaptırmamakta, %88,4'ü ÇKS kaydı yaptırmaktadır. Büyük arazi büyüklüğüne (16 dönüm ve üstü) sahip üreticilerin tamamının ÇKS kaydı yaptırdığı görülmektedir.

Çizelge 4.87. İşletmelerin arazi genişliği ve ÇKS kaydı yaptırma durumu ilişkisi

Arazi Genişlik Grubu (da)								
ÇKS kayıt (P-değeri <0,0001)	1-5		6-15		16 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Kayıt yaptırıyor	17	58,6	38	88,4	28	100,0	83	83,0
Kayıt yaptırmıyor	12	41,4	5	11,6	0	0,0	17	17,0
Toplam	29	100,0	43	100,0	28	100,0	100	100,0

Çizelge 4.88, üreticilerin arazi genişliğine göre ÖKS (Örtüaltı Kayıt Sistemi) kaydı yaptırma durumlarını göstermektedir. Üreticilerin arazi genişliği ile ÖKS kaydı yaptırma durumları arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,0003) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu dağılım, daha büyük araziye sahip olan üreticilerin ÖKS kaydı yaptırma oranlarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Küçük arazi büyüklüğüne (1-5 dönüm) sahip üreticilerin %37,9'u ÖKS kaydı yaptırmamakta, %62,1'i ÖKS kaydı yaptırmaktadır. Orta büyüklükte araziye (6-15 dönüm) sahip üreticilerin %11,6'sı ÖKS kaydı yaptırmamakta, %88,4'ü ise ÖKS kaydı yaptırmaktadır. Büyük arazi büyüklüğüne (16 dönüm ve üstü) sahip üreticilerin tamamının ÖKS kaydı yaptırdığı görülmektedir.

Çizelge 4.88. İşletmelerin arazi genişliği ve ÖKS kaydı yaptırma durumu ilişkisi

Arazi Genişlik Grubu (da)								
ÖKS kayıt (P-değeri 0,0003)	1-5		6-15		16 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Kayıt yaptırıyor	18	62,1	38	88,4	28	100,0	84	84,0
Kayıt yaptırmıyor	11	37,9	5	11,6	0	0,0	16	16,0
Toplam	29	100,0	43	100,0	28	100,0	100	100,0

Çizelge 4.89, üreticilerin arazi genişliğine göre işletme kaydı tutma durumlarını göstermektedir. Üreticilerin arazi genişliği ile işletme kaydı tutma durumları arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,0992) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Küçük arazi büyüklüğüne (1-5 dönüm) sahip üreticilerin %65,5'i işletme kaydı tutmamakta, %34,5'i işletme kaydı tutmaktadır. Orta büyüklükte araziye (6-15 dönüm) sahip üreticilerin %44,2'si işletme kaydı tutmamakta, %55,8'i işletme kaydı tutmaktadır. Büyük arazi büyüklüğüne (16 dönüm ve üstü) sahip üreticilerin %39,3'ü işletme kaydı tutmamakta, %60,7'si işletme kaydı tutmaktadır. Genel olarak, daha büyük araziye sahip olan üreticilerin işletme kaydı tutma oranlarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Çizelge 4.89. İşletmelerin arazi genişliği ve işletme kaydı tutma durumu ilişkisi

İşletme kaydı (P-değeri 0,0992)	Arazi Genişlik Grubu (da)							
	1-5		6-15		16 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Kayıt tutuyor	10	34,5	24	55,8	17	60,7	51	51,0
Kayıt tutmuyor	19	65,5	19	44,2	11	39,3	49	49,0
Toplam	29	100,0	43	100,0	28	100,0	100	100,0

Çizelge 4.90, üreticilerin arazi genişliğine göre sebze yetiştiriciliği deneyimlerinin dağılımını göstermektedir. Üreticilerin arazi genişliği ile sebze yetiştiriciliği deneyimleri arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,2446) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Ancak genel olarak, daha büyük araziye sahip olan üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimlerinin daha az olduğu görülmektedir.

Küçük arazi büyüklüğüne (1-5 dönüm) sahip üreticilerin %20,7'si 1-10 yıl arasında, %41,4'ü 11-20 yıl arasında ve %37,9'u 21 yıl ve üzerinde sebze yetiştiriciliği deneyimine sahiptir. Orta büyüklükte araziye (6-15 dönüm) sahip üreticilerin %30,2'si 1-10 yıl arasında, %27,9'u 11-20 yıl arasında ve %41,9'u 21 yıl ve üzerinde sebze yetiştiriciliği deneyimine sahiptir. Büyük arazi büyüklüğüne (16 dönüm ve üstü) sahip üreticilerin %46,4'ü 1-10 yıl arasında, %21,4'ü 11-20 yıl arasında ve %32,1'i 21 yıl ve üzerinde sebze yetiştiriciliği deneyimine sahiptir.

Çizelge 4.90. İşletmelerin arazi genişliği ve sebze yetiştiriciliği deneyimi ilişkisi

Sebze Yetiştiriciliği deneyimi (P-değeri 0,2446)	Arazi Genişlik Grubu (da)							
	1-5		6-15		16 ve üstü		Toplam	
	Sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)
1-10	6	20,7	13	30,2	13	46,4	32	32,0
11-20	12	41,4	12	27,9	6	21,4	30	30,0
21 ve üstü	11	37,9	18	41,9	9	32,2	38	38,0
Toplam	29	100,0	43	100,0	28	100,0	100	100,0

Çizelge 4.91, üreticilerin arazi genişliği ve tarımsal yenilikleri uygulama durumu ilişkisini göstermektedir. Üreticilerin arazi genişliği ile tarımsal yenilikleri uygulama durumları arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,0192) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Bu dağılım, daha büyük araziye sahip olan üreticilerin tarımsal yenilikleri uygulama oranlarının daha yüksek olduğunu göstermektedir.

Küçük arazi büyüklüğüne (1-5 dönüm) sahip üreticilerin %3,4'ü tarımsal yeniliklerin tamamını uygulamakta, %82,8'i bazılarını uygulamakta ve %13,8'i hiçbirini uygulamamaktadır. Orta büyüklükte araziye (6-15 dönüm) sahip üreticilerin %4,7'si tarımsal yeniliklerin tamamını uygulamakta, %90,7'si bazılarını uygulamakta ve %4,7'si hiçbirini uygulamamaktadır. Büyük arazi büyüklüğüne (16 dönüm ve üstü) sahip üreticilerin %21,4'ü tarımsal yeniliklerin tamamını uygulamakta, %78,6'sı bazılarını uygulamamaktadır.

Çizelge 4.91. İşletmelerin arazi genişliği ve tarımsal yenilikleri uygulama durumu ilişkisi

Tarımsal yenilikleri uygulama (P-değeri 0,0192)	Arazi Genişlik Grubu (da)							
	1-5		6-15		16 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Tamamını uyguladım	1	3,4	2	4,7	6	21,4	9	9,0
Bazılarını uyguladım	24	82,8	38	90,7	22	78,6	85	85,0
Uygulamam	4	13,8	2	4,7	0	0,0	6	6,0
Toplam	29	100,0	43	100,0	28	100,0	100	100,0

Çizelge 4.92, üreticilerin arazi genişliğine göre yeni teknolojileri uygulama durumlarını göstermektedir. Üreticilerin arazi genişliği ile yeni teknolojileri uygulama durumları arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,0008) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Daha büyük araziye sahip olan üreticilerin yeni teknolojileri uygulama oranlarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Küçük arazi büyüklüğüne (1-5 dönüm) sahip üreticilerin hiçbiri yeni teknolojileri hemen kabul etmemekte, %37,9'u köydeki diğer üreticilerden önce kabul etmekte ve %62,1'i herkes kabul ettikten sonra en son kabul etmektedir. Orta büyüklükte araziye (6-15 dönüm) sahip üreticilerin %11,6'sı yeni teknolojileri hemen kabul etmekte, %58,1'i köydeki diğer üreticilerden önce kabul etmekte ve %30,2'si herkes kabul ettikten sonra en son kabul etmektedir. Büyük arazi büyüklüğüne (16 dönüm ve üstü) sahip üreticilerin %25,0'ı yeni teknolojileri hemen kabul etmekte, %60,7'si köydeki diğer üreticilerden önce kabul etmekte ve %14,3'ü herkes kabul ettikten sonra en son kabul etmektedir.

Çizelge 4.92. İşletmelerin arazi genişliği ve yeni teknolojiyi uygulama ilişkisi

Yeni teknoloji tutum (P-değeri 0,0008)	Arazi Genişlik Grubu (da)							
	1-5		6-15		16 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran	Sayı	Oran
Hemen kabul ederim	0	0,0	5	11,6	7	25,0	12	12,0
Köydeki diğer üreticilerden önce kabul ederim	11	37,9	25	58,1	17	60,7	53	53,0
Herkes kabul ettikten sonra en son ben kabul ederim	18	62,1	13	30,2	4	14,3	35	35,0
Toplam	29	100,0	43	100,0	28	100,0	100	100,0

4.10. Üreticilerin yaş grupları ve demografik özellikler ilişkisi

Çizelge 4.93, üreticilerin yaş grubu ve kooperatif ortaklığı ilişkisini göstermektedir. Üreticilerin yaş grupları ile kooperatif ortaklık durumları arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,1081) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

35 yaş ve altındaki üreticilerin %42,5'i, 36-50 yaş arasındaki üreticilerin %21,1'i ve 51 yaş ve üstündeki üreticilerin ise %26,9'u kooperatif ortağıdır.

Çizelge 4.93. Üreticilerin yaş grubu ve kooperatif ortaklığı ilişkisi

Yaş Grupları								
Kooperatif ortaklığı (P-değeri 0,1081)	35 ve altı		36-50		51 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Ortaklık yok	23	57,5	30	78,9	19	73,1	72	69,2
Ortaklık var	17	42,5	8	21,1	7	26,9	32	30,8
Toplam	40	100,0	38	100,0	26	100,0	104	100,0

Çizelge 4.94, üreticilerin yaş gruplarına göre tarım sigortası yaptırma durumlarını göstermektedir. Üreticilerin yaş grupları ile tarım sigortası yaptırma durumları arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,0609) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

35 yaş ve altındaki üreticilerin %77,5'i tarım sigortası yaptırırken, %22,5'i yaptırmamaktadır. 36-50 yaş arasındaki üreticilerin %60,5'i tarım sigortası yaptırırken, %39,5'i yaptırmamaktadır. 51 yaş ve üstündeki üreticilerin yarısı tarım sigortası yaptırırken, yarısı yaptırmamaktadır.

Çizelge 4.94. Üreticilerin yaş grubu ve göre tarım sigortası yaptırma durumu ilişkisi

Yaş Grupları								
Tarım sigortası (P-değeri 0,0609)	35 ve altı		36-50		51 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Tarım sigortası yaptırıyor	31	77,5	23	60,5	13	50,0	67	64,4
Tarım sigortası yaptırmıyor	9	22,5	15	39,5	13	50,0	37	35,6
Toplam	40	100,0	38	100,0	26	100,0	104	100,0

Çizelge 4.95, üreticilerin yaş grubu ve ÇKS kaydı yaptırma durumu ilişkisini göstermektedir. Üreticilerin yaş grupları ile ÇKS kaydı yaptırma durumları arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,1123) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

35 yaş ve altındaki üreticilerin %92,5'i ÇKS kaydı yaptırırken, %7,5'i yaptırmamaktadır. 36-50 yaş arasındaki üreticilerin %76,3'ü ÇKS kaydı yaptırırken, %23,7'si yaptırmamaktadır. 51 yaş ve üstündeki üreticilerin %76,9'u ÇKS kaydı yaptırırken, %23,1'i yaptırmamaktadır.

Çizelge 4.95. Üreticilerin yaş grubu ve ÇKS kaydı yaptırma durumu ilişkisi

ÇKS kaydı (P-değeri 0,1123)	Yaş Grupları							
	35 ve altı		36-50		51 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Kayıt yaptırıyor.	37	92,5	29	76,3	20	76,9	86	82,7
Kayıt yaptırmıyor.	3	7,5	9	23,7	6	23,1	18	17,3
Toplam	40	100,0	38	100,0	26	100,0	104	100,0

Çizelge 4.96, yaş grubu ve ÖKS kaydı yaptırma durumu ilişkisini göstermektedir. Üreticilerin yaş grupları ile ÖKS kaydı yaptırma durumları arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,3768) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

35 yaş ve altındaki üreticilerin %90,0'ı ÖKS kaydı yaptırırken, %10,0'ı yaptırmamaktadır. 36-50 yaş arasındaki üreticilerin %78,9'u ÖKS kaydı yaptırırken, %21,1'i yaptırmamaktadır. 51 yaş ve üstündeki üreticilerin %80,8'i ÖKS kaydı yaptırırken, %19,2'si yaptırmamaktadır.

Çizelge 4.96. Üreticilerin yaş grubu ve ÖKS kaydı yaptırma durumu ilişkisi

ÖKS kaydı (P-değeri 0,3768)	Yaş Grupları							
	35 ve altı		36-50		51 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Kayıt yaptırıyor.	36	90,0	30	78,9	21	80,8	87	83,7
Kayıt yaptırmıyor.	4	10,0	8	21,1	5	19,2	17	16,3
Toplam	40	100,0	38	100,0	26	100,0	104	100,0

Çizelge 4.97, üreticilerin yaş grubu ve işletme kaydı tutma durumu ilişkisini göstermektedir. Üreticilerin yaş grupları ile işletme kaydı tutma durumları arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,8518) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

35 yaş ve altındaki üreticilerin %52,5'i işletme kaydı tutarken, %47,5'i tutmamaktadır. 36-50 yaş arasındaki üreticilerin %47,4'ü işletme kaydı tutarken, 51 yaş ve üstündeki üreticilerin %53,8'i işletme kaydı tutmaktadır.

Çizelge 4.97. Üreticilerin yaş grubu ve işletme kaydı tutma durumu ilişkisi

İşletme kaydı (P-değeri 0,8518)	Yaş Grupları							
	35 ve altı		36-50		51 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Kayıt tutuyor	21	52,5	18	47,4	14	53,8	53	51,0
Kayıt tutmuyor	19	47,5	20	52,6	12	46,2	51	49,0
Toplam	40	100,0	38	100,0	26	100,0	104	100,0

Çizelge 4.98, üreticilerin yaş gruplarına göre sebze yetiştiriciliği deneyimlerini göstermektedir. Üreticilerin yaş grupları ile sebze yetiştiriciliği deneyimleri arasında istatistiksel olarak (P-değeri <0,0001) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

35 yaş ve altındaki üreticilerin %72,5'i 1-10 yıl arasında sebze yetiştiriciliği deneyimine sahipken, %27,5'i 11-20 yıl arasında deneyime sahiptir ve 35 yaş ve altındaki üreticilerin hiçbiri 21 yıl ve üstü deneyime sahip değildir. 36-50 yaş arasındaki üreticilerin %7,9'u 1-10 yıl arasında, %42,1'i 11-20 yıl arasında ve %50,0'ı 21 yıl ve üstünde deneyime sahiptir. 51 yaş ve üstündeki üreticilerin %3,8'i 1-10 yıl arasında, %15,4'ü 11-20 yıl arasında ve %80,8'i 21 yıl ve üstünde deneyime sahiptir.

Çizelge 4.98. Üreticilerin yaş grubu ve sebze yetiştiriciliği deneyimi ilişkisi

Sebze Yetiştiriciliği deneyimi (P-değeri <0,0001)	Yaş Grupları							
	35 ve altı		36-50		51 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
1-10	29	72,5	3	7,9	1	3,8	33	31,7
11-20	11	27,5	16	42,1	4	15,4	31	29,8
21 ve üstü	0	0,0	19	50,0	21	80,8	40	38,5
Toplam	40	100,0	38	100,0	26	100,0	104	100,0

Çizelge 4.99, üreticilerin yaş gruplarına göre tarımsal yenilikleri uygulama durumlarını göstermektedir. Üreticilerin yaş grupları ile tarımsal yenilikleri uygulama durumları arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,0039) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Daha genç üreticilerin tarımsal yenilikleri uygulama oranı daha yüksek olup yaş ilerledikçe tarımsal yenilikleri uygulama oranının düştüğü görülmektedir.

35 yaş ve altındaki üreticilerin %15,0'ı tarımsal yeniliklerin tamamını uygularken, %85,0'ı bazılarını uygulamaktadır. 36-50 yaş arasındaki üreticilerin hiçbirisi tarımsal yeniliklerin tamamını uygulamamakta, %94,7'si bazılarını uygulamakta ve %5,3'ü uygulamamaktadır. 51 yaş ve üstündeki üreticilerin %11,5'i tarımsal yeniliklerin tamamını uygularken, %69,2'si bazılarını uygulamakta ve %19,2'si tarımsal yenilikleri uygulamamaktadır.

Çizelge 4.99. Üreticilerin yaş grubu ve tarımsal yenilikleri uygulama durumu ilişkisi

Tarımsal yenilikleri uygulama (P-değeri 0,0039)	Yaş Grupları							
	35 ve altı		36-50		51 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Tamamını uyguladım	6	15,0	0	0,0	3	11,5	9	8,7
Bazılarını uyguladım	34	85,0	36	94,7	18	69,2	88	84,6
Uygulamam	0	0,0	2	5,3	5	19,2	7	6,7
Toplam	40	100,0	38	100,0	26	100,0	104	100,0

Çizelge 4.100, üreticilerin yaş gruplarına göre yeni teknolojileri uygulama durumlarını göstermektedir. Üreticilerin yaş grupları ile yeni teknolojileri uygulama tutumları arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,0124) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Daha genç üreticiler yeni teknolojileri daha hızlı kabul ederken, yaş ilerledikçe yeni teknolojileri daha yavaş kabul ettikleri görülmektedir.

35 yaş ve altındaki üreticilerin %20,0'ı yeni teknolojileri hemen kabul ederken, %60,0'ı köydeki diğer üreticilerden önce kabul etmektedir ve %20,0'ı herkes kabul ettikten sonra en son kabul etmektedir. 36-50 yaş arasındaki üreticilerin %2,6'sı yeni teknolojileri hemen kabul ederken, %60,6'sı köydeki diğer üreticilerden önce kabul etmekte ve %36,8'i herkes kabul ettikten sonra en son kabul etmektedir. 51 yaş ve üstündeki üreticilerin %11,5'i yeni teknolojileri hemen kabul ederken, %34,7'si köydeki diğer üreticilerden önce kabul etmekte ve %53,9'u herkes kabul ettikten sonra en son kabul etmektedir.

Çizelge 4.100. Üreticilerin yaş grubu ve yeni teknolojileri uygulama durumu ilişkisi

Yeni teknoloji tutum (P-değeri 0,0124)	Yaş Grupları							
	35 ve altı		36-50		51 ve üstü		Toplam	
	Sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)	Sayı	(%)
Hemen kabul ederim	8	20,0	1	2,6	3	11,5	12	11,5
Köydeki diğer üreticilerden önce kabul ederim	24	60,0	23	60,6	9	34,7	56	53,9
Herkes kabul ettikten sonra en son ben kabul ederim	8	20,0	14	36,8	14	53,8	36	34,6
Toplam	40	100,0	38	100,0	26	100,0	104	100,0

4.11. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve demografik özellikler ilişkisi

Çizelge 4.101, üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimine göre kooperatif ortaklık ilişkisini göstermektedir. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimleri ile kooperatif ortaklık ilişkisi arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,2135) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Üreticilerin çoğunluğunun kooperatif ortağı olmadığı görülmektedir.

Sebze yetiştiriciliğinde 1-10 yıl arasında deneyime sahip üreticilerin %42,4'ü kooperatif ortağı iken, %57,6'sı kooperatif ortağı değildir. 11-20 yıl arasında sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %25,8'i kooperatif ortağı iken, %74,2'si kooperatif ortağı değildir. 21 yıl ve üzeri sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %25,0'ı kooperatif ortağı iken, %75,0'ı kooperatif ortağı değildir.

Çizelge 4.101. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve kooperatif ortaklık ilişkisi

Sebze Yetiştiriciliği Deneyimi (Yıl)								
Kooperatif ortaklığı (P-değeri 0,2135)	1-10		11-20		21 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Ortak değil	19	57,6	23	74,2	30	75,0	72	69,2
Ortak	14	42,4	8	25,8	10	25,0	32	30,8
Toplam	33	100,0	31	100,0	40	100,0	104	100,0

Çizelge 4.102, üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve tarım sigortası yaptırma durumu ilişkisini göstermektedir. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimleri ile tarım sigortası yaptırma durumları arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,0483) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Sebze yetiştiriciliğinde 1-10 yıl arasında deneyime sahip üreticilerin %75,8'i tarım sigortası yaptırırken, %24,2'si tarım sigortası yaptırmamaktadır. 11-20 yıl arasında sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %71,0'ı tarım sigortası yaptırırken, %29,0'ı tarım sigortası yaptırmamaktadır. 21 yıl ve üzeri sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %50,0'ı tarım sigortası yaptırırken, %50,0'ı tarım sigortası yaptırmamaktadır.

Çizelge 4.102. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve tarım sigortası yaptırma durumu ilişkisi

Sebze Yetiştiriciliği Deneyimi (Yıl)								
Tarım sigortası (P-değeri 0,0483)	1-10		11-20		21 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Yaptırıyor	25	75,8	22	71,0	20	50,0	67	64,4
Yaptırmıyor	8	24,2	9	29,0	20	50,0	37	35,6
Toplam	33	100,0	31	100,0	40	100,0	104	100,0

Çizelge 4.103, üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimine göre ÇKS kaydı yaptırma durumlarını göstermektedir. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimleri ile ÇKS kaydı yaptırma durumları arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,0525) anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Sebze yetiştiriciliğinde 1-10 yıl arasında deneyime sahip üreticilerin %93,9'u ÇKS kaydı yaptırırken, %6,1'i ÇKS kaydı yaptırmamaktadır. 11-20 yıl arasında sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %71,0'ı ÇKS kaydı yaptırırken, %29,0'ı ÇKS kaydı yaptırmamaktadır. 21 yıl ve üzeri sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %82,5'i ÇKS kaydı yaptırırken, %17,5'i ÇKS kaydı yaptırmamaktadır.

Çizelge 4.103. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve ÇKS kayıt durumu ilişkisi

Sebze Yetiştiriciliği Deneyimi (Yıl)								
ÇKS kaydı (P-değeri 0,0525)	1-10		11-20		21 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Kayıt yaptırıyor	31	93,9	22	71,0	33	82,5	86	82,7
Kayıt yaptırmıyor	2	6,1	9	29,0	7	17,5	18	17,3
Toplam	33	100,0	31	100,0	40	100,0	104	100,0

Çizelge 4.104, üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve ÖKS kayıt durumu ilişkisini göstermektedir. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimleri ile ÖKS kaydı yaptırma durumları arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,1871) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Sebze yetiştiriciliğinde 1-10 yıl arasında deneyime sahip üreticilerin %90,9'u ÖKS kaydı yaptırırken, %9,1'i ÖKS kaydı yaptırmamaktadır. 11-20 yıl arasında sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %74,2'si ÖKS kaydı yaptırırken, %25,8'i ÖKS kaydı yaptırmamaktadır. 21 yıl ve üzeri sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %85,0'ı ÖKS kaydı yaptırırken, %15,0'ı ÖKS kaydı yaptırmamaktadır.

Çizelge 4.104. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve ÖKS kayıt durumu ilişkisi

Sebze Yetiştiriciliği Deneyimi (Yıl)								
ÖKS kaydı (P-değeri 0,1871)	1-10		11-20		21 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Kayıt yaptırıyor	30	90,9	23	74,2	34	85,0	87	83,7
Kayıt yaptırmıyor	3	9,1	8	25,8	6	15,0	17	16,3
Toplam	33	100,0	31	100,0	40	100,0	104	100,0

Çizelge 4.105, üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve işletme kaydı tutma durumu ilişkisini göstermektedir. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimleri ile işletme kaydı tutma durumları arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,8089) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Sebze yetiştiriciliğinde 1-10 yıl arası deneyime sahip üreticilerin %48,5'i işletme kaydı tutarken, %51,5'i işletme kaydı tutmamaktadır. 11-20 yıl arasında sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %48,4'ü işletme kaydı tutarken, %51,6'sı işletme kaydı tutmamaktadır. 21 yıl ve üzeri sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %55,0'ı işletme kaydı tutarken, %45,0'ı işletme kaydı tutmamaktadır.

Çizelge 4.105. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve işletme kaydı tutma durumu ilişkisi

Sebze Yetiştiriciliği Deneyimi (Yıl)								
İşletme kaydı (P-değeri 0,8089)	1-10		11-20		21 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Evet	16	48,5	15	48,4	22	55,0	53	51,0
Hayır	17	51,5	16	51,6	18	45,0	51	49,0
Toplam	33	100,0	31	100,0	40	100,0	104	100,0

Çizelge 4.106, üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve işletme kaydı tutmama nedenleri ilişkisini göstermektedir. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimleri ile işletme kaydı tutmama nedenleri arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,5096) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Sebze yetiştiriciliğinde 1-10 yıl arasında deneyime sahip üreticilerin %47,1'i zorunlu olmadığı için, %47,1'i gerekli görmediği için, %5,9'u ise iş yükünü arttırdığı için işletme kaydı tutmamaktadır. 11-20 yıl arasında sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %40,0'ı zorunlu olmadığı için, %60,0'ı gerekli görmediği için işletme kaydı tutmamaktadır. 21 yıl ve üzeri sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %44,4'ü zorunlu olmadığı için, %38,9'u gerekli görmediği için, %11,1'i tutmayı bilmediği için ve %5,6'sı iş yükünü arttırdığı için işletme kaydı tutmamaktadır.

Çizelge 4.106. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve işletme kaydı tutmama nedenleri ilişkisi

Sebze Yetiştiriciliği Deneyimi (Yıl)								
İşletme kaydı tutmama nedenleri (P-değeri 0,5096)	1-10		11-20		21 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Zorunlu olmadığı için	8	47,1	6	4,0	8	44,4	22	44,0
Tutmayı bilmediği için	0	0,0	0	0,0	2	11,1	2	4,0
İş yükünü arttırdığı için	1	5,9	0	0,0	1	5,6	2	4,0
Gerekli görmediği için	8	47,1	9	60,0	7	38,9	24	48,0
Toplam	33	100,0	31	100,0	40	100,0	104	100,0

Çizelge 4.107, üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve tarımsal desteklerden yararlanma durumu ilişkisini göstermektedir. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ile tarımsal desteklerden yararlanma durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Ancak, belirli destek türlerine göre bazı farklılıklar bulunmaktadır.

Deneyim süresi arttıkça mazot/akaryakıt ve gübre desteğinden yararlanma oranları artarken, tarım sigortasından yararlanma oranı 11-20 yıl arasında deneyimine sahip üreticilerde en yüksektir. Toprak analizi, örtüaltı iyi tarım uygulamaları ve iyi tarım uygulamaları desteklerinden yararlanma oranları düşüktür. Örtüaltı üretimde biyolojik ve

biyoteknolojik mücadele desteğinden yararlanma oranı ise deneyim süresi arttıkça azalmaktadır.

Çizelge 4.107. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve tarımsal desteklerden yararlanma durumu ilişkisi

Tarımsal Destekler	Sebze Yetiştiriciliği Deneyimi (Yıl)							
	1-10		11-20		21 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Mazot akaryakıt (P-değeri 0,5540)								
Evet	10	30,3	11	35,5	17	42,5	38	36,5
Hayır	23	69,7	20	64,5	23	57,5	66	63,5
Gübre (P-değeri 0,5491)								
Evet	7	21,2	8	25,8	13	32,5	28	26,9
Hayır	26	78,8	23	74,2	27	67,5	76	73,1
Toprak analizi (P-değeri 0,0906)								
Evet	0	0,0	2	6,5	0	0,0	2	1,9
Hayır	33	100,0	29	93,5	40	100,0	102	98,1
Örtüaltı iyi tarım uygulamaları (P-değeri 0,5719)								
Evet	5	15,2	4	12,9	3	7,5	12	11,5
Hayır	28	84,8	27	87,1	37	92,5	92	88,5
İyi tarım uygulamaları (P-değeri 0,5246)								
Evet	4	12,1	5	16,1	3	7,5	12	11,5
Hayır	29	87,9	26	83,9	37	92,5	92	88,5
Tarım sigortası (P-değeri 0,2454)								
Evet	15	45,5	16	51,6	13	32,5	44	42,3
Hayır	18	54,5	15	48,4	27	67,5	60	57,7
Örtüaltı üretimde biyolojik ve Biyoteknolojik Mücadele (P-değeri 0,3149)								
Evet	25	75,8	19	61,3	24	60,0	68	65,4
Hayır	8	24,2	12	38,7	16	40,0	36	34,6

Çizelge 4.108, üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimine göre ürün satışı yaptıkları yerleri göstermektedir. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimleri ile ürün satışı yaptıkları yerler arasında istatistiksel olarak (P-değeri 0,4090) anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Sebze yetiştiriciliğinde 1-10 yıl arasında deneyime sahip üreticilerin %90,6'sı ürünlerini komisyoncuya, %9,4'ü ise ihracatçıya satmaktadır. 11-20 yıl arasında sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %85,7'si ürünlerini komisyoncuya, %7,1'i ihracatçıya, %3,6'sı kendileri iç pazara satarken, %3,6'sı ise büyük süpermarketlere satmaktadır. 21 yıl ve üzeri sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %92,5'i ürünlerini komisyoncuya, %5,0'ı büyük süpermarketlere ve %2,5'i ürünlerini kendileri iç pazara satmaktadır.

Çizelge 4.108. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve ürün satış yeri ilişkisi

Sebze Yetiştiriciliği Deneyimi (Yıl)								
Ürün satış yeri (P-değeri 0,4090)	1-10		11-20		21 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Kendileri iç pazara	0	0,0	1	3,6	1	2,5	2	2,0
Komisyoncuya	29	90,6	24	85,7	37	92,5	90	90,0
Büyük Süpermarketlere	0	0,0	1	3,6	2	5,0	3	3,0
İhracatçıya	3	9,4	2	7,1	0	0,0	5	5,0
Toplam	32	100,0	28	100,0	40	100,0	100	100,0

Çizelge 4.109, üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve tarımsal üretim yapma nedenleri ilişkisini göstermektedir. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ile tarımsal üretim yapma nedenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Üreticilerin ailelerinin çiftçi olması, tüm deneyim gruplarında önemli bir neden olarak görülmektedir. 1-10 yıl arasında deneyime sahip olan üreticilerin %84,8'i, 11-20 yıl arasında deneyime sahip olan üreticilerin %90,3'ü ve 21 yıl ve üzeri deneyime sahip olan üreticilerin %92,5'i bu nedeni önemli bulmaktadır. Tarımla uğraşmayı sevme nedeni de tüm gruplar için önemli bir diğer neden olarak görülmektedir. 1-10 yıl arasında deneyime sahip olan üreticilerin %90,9'u, 11-20 yıl arasında deneyime sahip olan üreticilerin %96,8'i ve 21 yıl ve üzeri deneyime sahip olan üreticilerin %80'i bu nedeni önemli bulmaktadır. İyi gelir elde etme nedenini, 1-10 yıl arasında deneyime sahip olan üreticilerin %57,6'sı, 11-20 yıl arasında deneyime sahip olan üreticilerin %64,5'i ve 21 yıl ve üzeri deneyime sahip olan üreticilerin %65,0'ı önemli bulmaktadır. Tarımsal faaliyet dışında fırsat olmaması, deneyim süresi arttıkça önem kazanan bir neden olarak görülmektedir. 1-10 yıl deneyime sahip olan üreticilerin %45,5'i, 11-20 yıl arasında deneyime sahip olan üreticilerin %61,3'ü ve 21 yıl ve üzeri deneyime sahip olan üreticilerin %70,0'ı bu nedeni önemli bulmaktadır. Kendi işinin sahibi olmak, tüm gruplarda önemli bir neden olarak kabul edilmektedir. 1-10 yıl arasında deneyime sahip olan üreticilerin tamamı, 11-20 yıl arasında deneyime sahip olan üreticilerin %96,8'i ve 21 yıl ve üzeri deneyime sahip olan üreticilerin %92,5'i bu nedeni önemli bulmaktadır.

Çizelge 4.109. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve tarımsal üretim yapma nedenleri ilişkisi

	Sebze Yetiştiriciliği Deneyimi (Yıl)							
	1-10		11-20		21 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Ailenin çiftçi olması (P-değeri 0,5900)								
Önemli değil	3	9,1	3	9,7	2	5,0	8	7,7
Kararsızım	2	6,1	0	0,0	1	2,5	3	2,9
Önemli	28	84,8	28	90,3	37	92,5	93	89,4
Tarımla uğraşmayı sevmek (P-değeri 0,1644)								
Önemli değil	1	3,0	0	0,0	5	12,5	6	5,8
Kararsızım	2	6,1	1	3,2	3	7,5	6	5,8
Önemli	30	90,9	30	96,8	32	80,0	92	88,4
İyi gelir elde etme (P-değeri 0,7080)								
Önemli değil	5	15,2	2	6,5	6	15,0	13	12,5
Kararsızım	9	27,3	9	29,0	8	20,0	26	25,0
Önemli	19	57,6	20	64,5	26	65,0	65	62,5
Tarımsal faaliyet dışında fırsat olmaması (P-değeri 0,1734)								
Önemli değil	18	54,5	11	35,5	11	27,5	40	38,5
Kararsızım	0	0,0	1	3,2	1	2,5	2	1,9
Önemli	15	45,5	19	61,3	28	70,0	62	59,6
Kendi işinin sahibi olmak (P-değeri 0,1227)								
Önemli değil	0	0,0	1	3,2	0	0,0	1	1,0
Kararsızım	0	0,0	0	0,0	3	7,5	3	2,9
Önemli	33	100,0	30	96,8	37	92,5	100	96,1

Çizelge 4.110, üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve çocuklarının tarımsal üretime devam etme düşüncesi arasındaki ilişkiyi göstermektedir. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimleri ile çocuklarının tarımsal üretime devam etme durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Sebze yetiştiriciliğinde 1-10 yıl arasında deneyime sahip üreticilerin %39,1'i çocuklarının tarımsal üretime devam edeceğini belirtirken, %60,9'u devam etmeyeceğini belirtmiştir. 11-20 yıl arasında sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %30,4'ü çocuklarının tarımsal üretime devam edeceğini belirtirken, %69,6'sı devam etmeyeceğini belirtmiştir. 21 yıl ve üzeri sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %43,2'si çocuklarının tarımsal üretime devam edeceğini belirtirken, %56,8'i devam etmeyeceğini belirtmiştir.

Çizelge 4.110. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve çocuklarının tarımsal üretime devam etme düşüncesi arasındaki ilişki

Sebze Yetiştiriciliği Deneyimi (Yıl)								
Devam etme durumu (P-değeri 0,6106)	1-10		11-20		21 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Devam etmeyi düşünüyor	9	39,1	7	30,4	16	43,2	32	38,6
Devam etmeyi düşünmüyor	14	60,9	16	69,6	21	56,8	51	61,4
Toplam	33	100,0	31	100,0	40	100,0	104	100,0

Çizelge 4.111, üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve bilgi ihtiyacı ilişkisini göstermektedir. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ile ihtiyaç duydukları bilgi türleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimine göre pazarlama bilgisine duyulan ihtiyaç arasında ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

Deneyim süresi arttıkça pazarlama bilgisine duyulan ihtiyacın azaldığı görülmektedir. Sebze yetiştiriciliğinde 1-10 yıl arasında deneyime sahip üreticilerin %69,7'si pazarlama bilgisine çok fazla ihtiyaç duyarken, %15,2'si az ve %15,2'si ne az ne çok bilgiye ihtiyaç duymaktadır. 11-20 yıl arasında deneyime sahip üreticilerin %32,3'ü pazarlama bilgisine çok fazla ihtiyaç duyarken, %38,7'si az ve %29,0'ı ne az ne çok bilgiye ihtiyaç duymaktadır. 21 yıl ve üzeri deneyime sahip üreticilerin %27,5'i pazarlama bilgisine çok fazla ihtiyaç duyarken, %45,0'ı az ve %27,5'i ne az ne çok bilgiye ihtiyaç duymaktadır.

Çizelge 4.111. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve bilgi ihtiyacı ilişkisi

Sebze Yetiştiriciliği Deneyimi								
Üretim konusu	1-10 (N=33)		11-20 (N=31)		21 ve üstü (N=40)		Toplam(N=104)	
Hastalık/zararlı mücadelesi (P-değeri 0,6866)								
Az	6	8,2	9	29,0	12	30,0	27	26,0
Ne az ne çok	7	21,2	6	19,4	5	12,5	18	17,3
Çok fazla	20	60,6	16	51,6	23	57,5	59	56,7
Yetiştiricilikle ilgili işlemler (P-değeri 0,8562)								
Az	11	33,3	11	35,5	16	40,0	38	36,5
Ne az ne çok	6	18,2	4	12,9	8	20,0	18	17,3
Çok fazla	16	48,5	16	51,6	16	40,0	48	46,2
Tohum, fide seçimi (P-değeri 0,9882)								
Az	17	51,5	16	51,6	22	55,0	55	52,9
Ne az ne çok	7	21,2	7	22,6	7	17,5	21	20,2
Çok fazla	9	27,3	8	25,8	11	27,5	28	26,9
Toprak Analizi (P-değeri 0,9698)								
Az	23	69,7	23	74,2	28	70,0	74	71,2
Ne az ne çok	3	9,1	3	9,7	5	12,5	10	9,5
Çok fazla	7	21,2	5	16,1	7	17,5	19	18,3
Su Analizi (P-değeri 0,4281)								
Az	23	69,7	22	71,0	29	72,5	74	71,2
Ne az ne çok	1	3,0	4	12,9	5	12,5	10	9,6
Çok fazla	9	27,3	5	16,1	6	15,0	20	19,2
Ürün Fiyat/Piyasa bilgisi (P-değeri 0,1156)								
Az	7	21,2	12	38,7	16	40,0	35	33,7
Ne az ne çok	5	15,2	8	25,8	10	25,0	23	22,1
Çok fazla	21	63,6	11	35,5	14	35,0	46	44,2
Pazarlama (P-değeri 0,0040)								
Az	5	15,2	12	38,7	18	45,0	35	33,7
Ne az ne çok	5	15,2	9	29,0	11	27,5	25	24,0
Çok fazla	23	69,7	10	32,3	11	27,5	44	42,3
Devlet Destekleri (P-değeri 0,6305)								
Az	10	30,3	12	38,7	15	37,5	37	35,6
Ne az ne çok	6	18,2	8	25,8	11	27,5	25	24,0
Çok fazla	17	51,5	11	35,5	14	35,0	42	40,4

Çizelge 4.112 üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve tarımsal yenilikleri uygulama durumu ilişkisini göstermektedir. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ile tarımsal yenilikleri uygulama durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmaktadır. Deneyim süresi arttıkça tarımsal yenilikleri uygulama oranının azaldığı görülmektedir.

Sebze yetiştiriciliğinde 1-10 yıl arasında deneyime sahip üreticilerin %18,2'si tarımsal yeniliklerin tamamını uygularken, %81,8'i bazılarını uygulamaktadır. 11-20 yıl arasında sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %3,2'si tarımsal yeniliklerin

tamamını uygularken, %93,5'i bazılarını uygulamakta ve %3,2'si tarımsal yenilikleri uygulamamaktadır. 21 yıl ve üzeri sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %5,0'ı tarımsal yeniliklerin tamamını uygularken, %80,0'ı bazılarını uygulamakta ve %15,0'ı tarımsal yenilikleri uygulamamaktadır.

Çizelge 4.112. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve tarımsal yenilikleri uygulama durumu ilişkisi

Tarımsal yenilikleri uygulama (P-değeri 0,0146)	Sebze Yetiştiriciliği Deneyimi (Yıl)							
	1-10		11-20		21 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Tamamını uyguladım	6	18,2	1	3,2	2	5,0	9	8,7
Bazılarını uyguladım	27	81,8	29	93,5	32	80,0	88	84,6
Uygulamam	0	0,0	1	3,2	6	15,0	7	6,7
Toplam	33	100,0	31	100,0	40	100,0	104	100,0

Çizelge 4.113, üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve yeni teknolojileri uygulama durumu ilişkisini göstermektedir. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ile yeni teknolojileri uygulama durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Deneyim süresi arttıkça yeni teknolojileri kabul etme oranının azaldığı görülmektedir. Sebze yetiştiriciliğinde 1-10 yıl arasında deneyime sahip üreticilerin %15,2'si yeni teknolojileri hemen kabul ederken, %66,7'si köydeki diğer üreticilerden önce kabul etmekte ve %18,2'si herkes kabul ettikten sonra en son kabul etmektedir. 11-20 yıl arasında sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %16,1'i yeni teknolojileri hemen kabul ederken, %48,4'ü köydeki diğer üreticilerden önce kabul etmekte ve %35,5'i herkes kabul ettikten sonra en son kabul etmektedir. 21 yıl ve üzeri sebze yetiştiriciliği deneyimine sahip üreticilerin %5,0'ı yeni teknolojileri hemen kabul ederken, %47,5'i köydeki diğer üreticilerden önce kabul etmekte ve %47,5'i herkes kabul ettikten sonra en son kabul etmektedir.

Çizelge 4.113. Üreticilerin sebze yetiştiriciliği deneyimi ve yeni teknolojileri uygulama durumu ilişkisi

Yeni teknoloji tutum (P-değeri 0,0780)	Sebze Yetiştiriciliği Deneyimi (Yıl)							
	1-10		11-20		21 ve üstü		Toplam	
	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)	Sayı	Oran (%)
Hemen kabul ederim	5	15,1	5	16,1	2	5,0	12	11,5
Köydeki diğer üreticilerden önce kabul ederim	22	66,7	15	48,4	19	47,5	56	53,8
Herkes kabul ettikten sonra en son ben kabul ederim	6	18,2	11	35,5	19	47,5	36	34,6
Toplam	33	100,0	31	100,0	40	100,0	104	100,0

4.12. Faktör Analizi

4.12.1. Algılanan liderlik türlerinin belirlenmesinde etkili olan faktörler

Ankete katılan üreticilerin algıladıkları liderlik türlerinin belirlenmesinde etkili olan faktörlerin tespiti için faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör analizi, veri setindeki değişkenler arasındaki yapıyı anlamak ve değişkenleri daha az sayıda, daha anlamlı faktörlere indirgemek için kullanılan güçlü bir analiz yöntemidir.

Faktör analizi için ilk aşamada veriler, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri ve Barlett Küresellik testi ile test edilmiştir. KMO değeri, veri setinin faktör analizi için uygunluğunu belirler. KMO değeri 0 ile 1 arasında bir değer alır ve 1'e yaklaştıkça veri setinin faktör analizi için daha uygun olduğu kabul edilir. KMO değerinin 0,5'in altında olması veri setinin faktör analizine uygun olmadığı şeklinde yorumlanmaktadır. Bu çalışmada elde edilen KMO değeri 0,724'tür, bu da veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir.

Ayrıca, Barlett Küresellik Testi sonucu da dikkate alınmıştır. Bu testin anlamlı olması, değişkenler arasındaki ilişkilerin faktör analizi için uygun olduğunu gösterir. Çalışmada elde edilen Barlett Küresellik Testi sonucu, 1.868.034 olan test istatistiğinin p değeri $< 0,001$ olarak bulunmuştur, bu da değişkenler arasındaki ilişkilerin faktör analizi için anlamlı olduğunu göstermektedir.

Çalışmanın güvenilirliğini değerlendirmek için Cronbach Alpha değeri hesaplanmıştır. Cronbach Alpha değeri, ölçeğin iç tutarlılığını ölçer ve 1'e yaklaştıkça güvenilirliğin arttığını gösterir. Bu çalışmada elde edilen Cronbach Alpha değeri 0,795'tir, bu da veri setinin güvenilir olduğunu ve ölçeklerin iç tutarlılığının yüksek olduğunu göstermektedir.

Bu sonuçlar, ankete katılan üreticilerin algıladıkları liderlik türlerini belirlemek için kullanılan faktörlerin geçerli ve güvenilir olduğunu göstermektedir. Bu bulgular, kırsal alandaki liderlik uygulamalarını anlamak ve geliştirmek için önemli bir temel oluşturabilir.

4.12.2. Değişim oranları

Boyut indirgeme süreci, faktör analizi yapılırken her bir değişkenin taşıdığı bilginin ne kadarının korunduğunu ve ne kadarının kaybolduğunu belirlemek amacıyla uygulanır. Faktör analizinde, her bir değişkenin başlangıçta taşıdığı bilgi miktarı genellikle "1" olarak kabul edilir, çünkü her değişkenin tek başına tam açıklayıcı olduğu varsayılır. Bu başlangıç değeri, faktör analizi sürecinde "çıkartma (extraction)" değeriyle ifade edilir. Extraction değeri, faktör analizinden sonra bir değişkenin ne kadar açıklayıcı bilgi barındırdığını gösterir ve bu değer 1'e ne kadar yakınsa, o değişkenin faktör analizi sonrasında o kadar etkili olduğu kabul edilir. Çizelge 4.114, boyut indirgeme sürecinde elde edilen değişim oranlarını göstermektedir.

Boyut indirgeme süreci sonucunda, her bir değişkenin faktör analizi sonrası ne kadar bilgi kaybına uğradığı ya da ne kadarının korunduğu gözlemlenir. Başlangıçta bilgi düzeyi 1 olan bir değişken, faktör analizi sonucu boyut indirgendiğinde bilgi düzeyinin düştüğü görülebilir. Örneğin, 1 numaralı değişkenin başlangıçtaki bilgi düzeyi 1 iken, faktör analizi sonucu bu düzey 0,735'e düşmüştür. Bu da söz konusu değişkenin yaklaşık 0,265 oranında bilgi kaybına uğradığını gösterir.

Pratikte, analizde yer alan değişkenlerin çoğunun extraction değerlerinin 1'e yakın olması istenir. Extraction değerinin 1'e yakın olması, değişkenin faktör analizinden sonra da açıklayıcı gücünü koruduğu anlamına gelir. Ancak bazı değişkenlerin extraction değerleri 1'e yakın olmayabilir ve bu durum, bu değişkenlerin analiz sonucunda önemli ölçüde bilgi kaybına uğradığına işaret eder.

Faktör analizinde kullanılan yaygın uygulamalardan biri, extraction değeri 0,4'ün altında olan değişkenlerin analizden çıkarılmasıdır. Çalışmada, 0,4'ün altında extraction değeri olan 10 değişken analizden çıkarılmış ve faktör analizi yeniden uygulanmıştır. Bu uygulama, analizdeki değişkenlerin daha iyi anlaşılmasını ve sonuçların daha doğru bir şekilde yorumlanmasını sağlamıştır.

Bu yöntem, faktör analizinin daha güvenilir sonuçlar vermesine yardımcı olur. Veri setindeki değişkenler arasındaki ilişkilerin daha doğru bir şekilde anlaşılmasını sağlar. Faktör analizi, boyut indirgeme süreciyle veri setindeki bilgi fazlalığını azaltarak, veri setindeki temel yapıları daha net bir şekilde ortaya koymayı amaçlar. Bu şekilde, bilgi kaybı azaltılırken analizdeki değişkenler arasındaki ilişkiler daha güçlü ve anlamlı hale getirilir.

Çizelge 4.114, her bir değişkenin başlangıçtaki bilgi miktarını ve boyut indirgeme süreci sonrasındaki extraction değerlerini göstermektedir. Çizelgeye göre, değişkenlerde boyut indirgendiğinde bilgi kaybı arasında farklılıklar görülmektedir. Bu farklılıklar, değişkenlerin analizdeki açıklayıcı gücü ile doğrudan ilişkilidir ve boyut indirgeme sürecinin veri seti üzerindeki etkisini anlamamızı sağlar.

Çizelge 4.114. Değişim oranları

	Başlangıç değeri (Initial)	Çıkartma değeri (Extraction)		Başlangıç değeri (Initial)	Çıkartma değeri (Extraction)
1	1,000	,651	1	1,000	,735
2	1,000	,334	5	1,000	,671
3	1,000	,433	6	1,000	,621
4	1,000	,237	7	1,000	,646
5	1,000	,637	8	1,000	,553
6	1,000	,611	9	1,000	,613
7	1,000	,595	10	1,000	,615
8	1,000	,501	12	1,000	,605
9	1,000	,422	13	1,000	,402
10	1,000	,651	15	1,000	,470
11	1,000	,316	16	1,000	,735
12	1,000	,633	17	1,000	,522
13	1,000	,452	19	1,000	,501
14	1,000	,369	21	1,000	,701
15	1,000	,437	22	1,000	,539
16	1,000	,748	24	1,000	,737
17	1,000	,482	26	1,000	,728
18	1,000	,315	27	1,000	,405
19	1,000	,454	28	1,000	,563
20	1,000	,350	29	1,000	,725
21	1,000	,671	30	1,000	,749
22	1,000	,510	31	1,000	,573
23	1,000	,219	32	1,000	,667
24	1,000	,738	34	1,000	,734
25	1,000	,404	35	1,000	,449
26	1,000	,733	36	1,000	,606
27	1,000	,384	37	1,000	,557
28	1,000	,538	38	1,000	,653
29	1,000	,676	39	1,000	,457
30	1,000	,720	40	1,000	,437
31	1,000	,559	41	1,000	,473
32	1,000	,746	42	1,000	,554
33	1,000	,325			
34	1,000	,738			
35	1,000	,422			
36	1,000	,533			
37	1,000	,551			
38	1,000	,628			
39	1,000	,371			
40	1,000	,402			
41	1,000	,396			
42	1,000	,457			

*Extraction Method: Principal Component Analysis

4.12.3. Faktör analizi başlangıç çözüm istatistikleri

Faktör analizinin başlangıç çözüm istatistikleri, veri setindeki değişkenlerin açıklayıcı faktörler aracılığıyla ne kadar bilgi taşıdığını ve bu faktörlerin toplam varyansı ne oranda açıkladığını belirlemek amacıyla yapılır. Çizelge 4.115, faktör analizi sonucunda elde edilen faktör sayısı ve bu faktörlerin açıklama oranlarını göstermektedir. Faktör analizinde amaç, veri setindeki değişkenleri daha az sayıda faktöre indirgemek ve bu faktörler aracılığıyla veri setindeki ilişkileri anlamlandırmaktır.

Çizelgede görüldüğü üzere, analiz sonucunda elde edilen ilk beş faktör toplam varyansın %59,4'ünü açıklamaktadır. Faktörlerin toplam varyansın bu kadar büyük bir kısmını açıklıyor olması, analiz edilen veri setindeki değişkenler arasındaki temel ilişkilerin bu beş faktör aracılığıyla özetlendiğini göstermektedir.

Birinci faktör, toplam varyansın %15,1'ini açıklamakta olup en yüksek açıklayıcı güce sahiptir. Birinci faktörün, diğer faktörlere göre veri setindeki değişkenler arasında daha büyük bir etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Bu faktör, analizde en önemli faktör olarak öne çıkmakta ve veri setindeki varyansın büyük bir kısmını tek başına açıklamaktadır. İkinci faktör, toplam varyansın %12,1'ini açıklamaktadır. Birinci faktöre kıyasla daha düşük bir açıklayıcı güce sahip olmasına rağmen, ikinci faktör veri setindeki değişkenler arasındaki ilişkilerde önemli bir rol oynamaktadır. İlk iki faktörün birlikte toplam varyansın %27,2'sini açıklıyor olması, bu iki faktörün veri setinde oldukça etkili olduğunu ve veri yapısının önemli bir kısmını oluşturduğunu göstermektedir. Üçüncü faktör toplam varyansın %11,7'sini, dördüncü faktör %11,5'ini, beşinci faktör %8,8'ini açıklamaktadır. Bu faktörlerin toplamı, toplam varyansın %59,4'ünü açıklamaktadır.

Bu sonuçlar, faktör analizi sonucunda elde edilen bu faktörlerin veri setindeki değişkenlerin temel yapısını anlamada etkili olduğu göstermektedir. Faktörlerin toplam varyansın %59,4'ünü açıklaması, faktör analizinin, verinin yapısını özetlemede ve temel ilişkileri anlamada başarılı olduğunu göstermektedir.

Çizelge 4.115. Varyans açıklama oranları

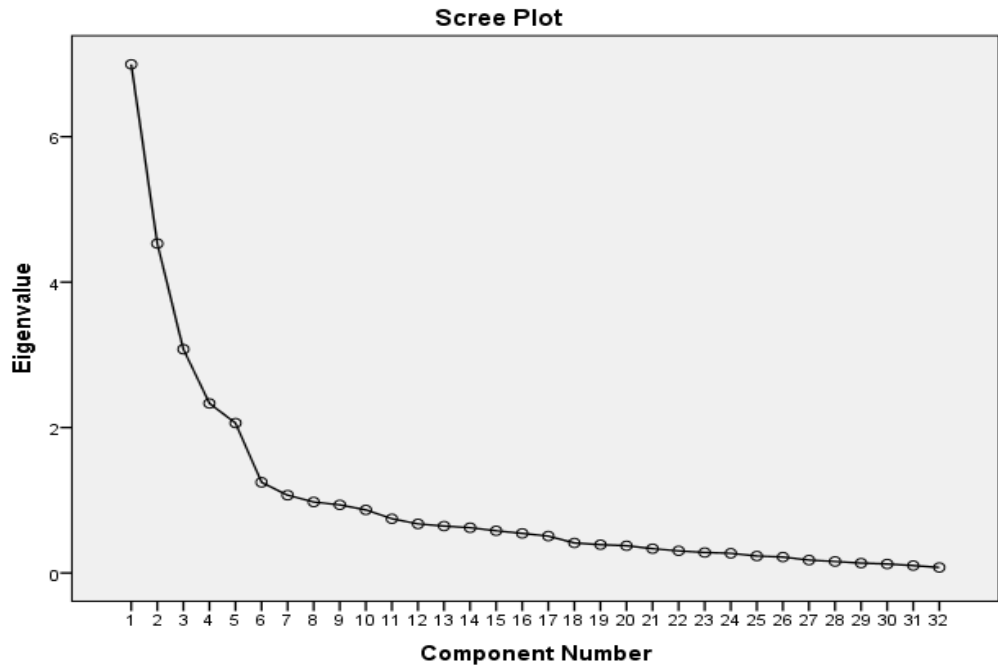
Bileşen	Toplam	Varyansın payı (%)	Birikimli (%)	Toplam	Varyansın payı (%)	Birikimli (%)	Toplam	Varyansın payı (%)	Birikimli (%)
1	6,995	21,860	21,860	6,995	21,860	21,860	4,826	15,082	15,082
2	4,530	14,156	36,017	4,530	14,156	36,017	3,886	12,144	27,226
3	3,077	9,617	45,633	3,077	9,617	45,633	3,751	11,722	38,947
4	2,332	7,289	52,922	2,332	7,289	52,922	3,701	11,565	50,513
5	2,062	6,443	59,365	2,062	6,443	59,365	2,833	8,852	59,365
6	1,247	3,896	63,261						
7	1,070	3,343	66,604						
8	,976	3,051	69,655						
9	,937	2,928	72,583						
10	,868	2,712	75,294						
11	,745	2,329	77,623						
12	,675	2,109	79,732						
13	,645	2,016	81,748						
14	,622	1,945	83,693						
15	,580	1,812	85,505						
16	,544	1,700	87,204						
17	,507	1,585	88,789						
18	,413	1,290	90,079						
19	,389	1,216	91,295						
20	,374	1,169	92,463						
21	,334	1,044	93,507						
22	,304	,951	94,458						
23	,281	,878	95,336						
24	,270	,844	96,180						
25	,233	,727	96,907						
26	,218	,682	97,589						
27	,177	,554	98,143						
28	,158	,492	98,636						
29	,135	,423	99,059						
30	,124	,386	99,445						
31	,102	,318	99,763						
32	,076	,237	100,000						

Çizelge 4.115'te, faktör analizi sonucunda elde edilen faktörlerin sayısı ve bu faktörlerin varyans açıklama oranları yer almaktadır. Analizde faktör sayılarını belirlerken kullanılabilecek yöntemlerden biri de Yamaç Birikinti Grafiği olup (Scree Plot) olup Şekil 4.1'de verilmiştir.

Yamaç Birikinti Grafiği, faktör analizi sırasında özdeğerlerin grafiksel olarak gösterilmesini sağlar. Bu grafik, her bir faktörün açıklama gücünü ve faktör sayısının belirlenmesindeki rolünü anlamak için önemli bir araçtır. Grafikte, her bir faktörün özdeğerinin grafik üzerindeki yerini görerek, faktör sayısını belirlemek mümkündür (Mert, 2016).

Yamaç Birikinti Grafiği incelendiğinde, özdeğerlerin başlangıçta hızla düşüş gösterdiği ancak daha sonra daha yavaş bir düşüş gösterdiği görülür. Grafikte, ilk birkaç faktörün özdeğerleri diğerlerine göre belirgin şekilde daha yüksektir. Ancak, özdeğerlerin düşüş hızı bir noktada yavaşlar ve grafik bir "yamaç" oluşturur.

Yamaç Birikinti Grafiği, faktör sayısını belirlerken subjektif bir kriter olarak kullanılabilir ve analizin güvenilirliği açısından önemlidir. Analizde elde edilen faktörlerin sayısını doğrulamak ve faktörlerin açıklama gücünü değerlendirmek için bu grafik önemli bir araçtır.



Şekil 4.1. Algılanan liderlik türlerinin belirlenmesinde etkili olan faktörlerin yamaç birikinti grafiği (Scree Plot)

Faktör analizi sonucu elde edilen döndürülmüş faktör ağırlıkları Çizelge 4.116'da verilmiştir. Her bir değişkenin faktör ağırlıkları çizelgede gösterilmiştir.

Çizelge 4.116. Algılanan liderlik türlerinin belirlenmesinde etkili olan faktörler

Değişkenler	Faktör Ağırlıkları				
	1	2	3	4	5
16. Bana tarımsal faaliyet ile ilgili yenilikleri (üretim, pazarlama, yönetim vs..) öğretmek için zaman ayırır.	,752	-,069	,040	,392	-,097
5. Seradaki sorunlarıma çok farklı açılardan bakmamı sağlar.	,715	,348	,071	-,093	-,156
6. Kendimi geliştirmem için beni yönlendirir.	,703	,238	,154	-,035	-,213
15. Üreticilerin her zaman daha iyisini yapabileceğini düşünür, güvenir.	,655	,008	,093	,108	,143
9. Tarımsal faaliyet ile ilgili süreçlerde çözüm bulmak için bilgi paylaşımı yapar	,641	-,149	,348	-,105	,219
38. Tarımsal faaliyet dışındaki sorunlarım ile de ilgilenir.	,584	,389	-,012	,397	,053
30. Başarısız olduğumuz konuların nedenlerini araştırarak düzeltmeye çalışır.	,542	,332	,050	,510	-,286
41. Yaptığımız faaliyetlerde gerekli olmadığı sürece dahil olmaz.	-,523	,259	,185	-,235	-,205
22. Maddi çıkar sağlama amacıyla değildir, üreticilerin iyiliği için kendi önceliklerinden vazgeçer.	,481	,346	-,011	,378	-,212
42. Geçmişte tarımsal faaliyet ile ilgili yaptığım hataları hatırlatır.	-,017	,736	,035	-,085	,060
29. Tarımsal faaliyet ile ilgili önemli bir sorun olduğunda müdahale eder.	,402	,716	,135	,048	,174
37. Tarımsal faaliyetler ile ilgili yöntem, teknoloji ve uygulamaları sürdürmeye çalışır.	,176	,649	-,185	-,188	,186
19. Geleneklere bağlıdır ve tarımsal faaliyetlerde geçmişle bugünü bağdaştırmaya çalışır.	,221	,649	-,013	-,087	,154
36. Bir sorunla karşılaştığımızda kendi kendimize çözmemizi bekler.	-,380	,644	-,022	-,114	,182
35. Genellikle başarısızlıkların üzerinde durur.	-,101	,513	-,314	,265	-,080
13. Karar vermektan kaçınır ve aldığımız kararları uygular.	,020	,490	-,133	-,380	-,007
34. Değer ve inançlarını bizimle paylaşır.	-,105	-,083	,821	,185	,086
21. Tarımla ilgili her zaman yapılması gerekenleri vurgular ve ne elde edeceğimi açıkça söyler.	,340	,027	,753	,071	-,111
24. Davranışları güç ve güven hissi verir.	,273	,066	,732	,296	-,186
40. Tarımsal faaliyetler ile ilgili yeni yapılacak işlerde harekete geçmemizi sağlar.	,047	-,027	,624	,163	,138
27. Yaşadığımız köye yönelik büyük /hedefleri vardır.	-,142	-,132	,591	,065	,116
8. Üreticilerin sevdiği biridir.	,441	-,166	,569	,037	,076
32. Davranışları ile üreticilerin saygısını kazanmıştır.	,143	,108	,387	,696	,005
31. Yapılan iyi işi her zaman takdir eder.	,101	-,027	,280	,686	-,113
12. Çiftçilerin birlikte daha güçlü ve etkili olabileceğine inanır.	,196	-,296	,013	,668	,181
17. Zorluklara rağmen başarıya ulaşır.	-,112	-,256	,046	,665	,010
26. Onunla çalışmaktan keyif alırım.	,400	-,067	,341	,664	-,082
1. Genellikle mevcut durumu düzeltmeye yönelik önerilerde bulunur.	,268	,025	,076	-,134	,799
10. Tarımsal faaliyet devam ediyorsa sorun olmadığını düşünür.	-,169	,248	,030	-,026	,723
28. Tarımsal faaliyet ile ilgili çaba gösterdiğimizi görürse o zaman yardım eder.	-,005	,185	,187	-,102	,696
7. Tarımsal faaliyeti gerçekleştirirken sorunlarımızı kendi kendimize çözeriz.	-,288	,206	-,244	,227	,640
39. Bizi diğer çiftçilerle birlikte çalışmaya teşvik eder.	,180	-,229	,310	,306	,427
Kaiser- Meyer- Olkin (KMO): 0,724					

4.12.4. Algılanan Liderlik Türlerinin Belirlenmesine Yönelik Faktör Analizi Sonuçları

Faktör analizi, tarımsal faaliyetlerle ilgili algılanan liderlik türlerini belirlemek amacıyla uygulanmıştır. Analiz sonucunda beş temel faktör belirlenmiştir. Bu faktörler doğrultusunda, her bir liderlik türünün belirleyici özellikleri tanımlanmış olup, faktörlerin açıklayıcı değişkenleri aşağıda gösterilmiştir.

Burada belirtmek gerekir ki araştırma alanındaki liderlerde her ne kadar etkileşimci, karizmatik ve diğer liderlik türleri özelliklerine yönelik bazı özellikler bulunsun da esas itibarıyla faktör ağırlıkları da dikkate alındığında araştırmada belirlenen lider tipi “dönüşümcü lider” özelliklerini temsil etmektedir.

Faktör 1: Dönüşümcü Liderlik

Algılanan liderlik türleri içerisinde faktör ağırlıkları dikkate alındığında; etkili olan ilk faktör, dönüşümcü liderlerin özelliklerini yansıtmaktadır. Bu liderlik türü, üreticilerin gelişimini desteklemeye, yenilikleri teşvik etmeye ve sorunların çözümüne yönelik aktif

katkılarda bulunmaya odaklanmaktadır. Bu faktöre en fazla katkı sağlayan değişkenler aşağıda belirtilmiştir.

- Bana tarımsal faaliyet ile ilgili yenilikleri (üretim, pazarlama, yönetim vs..) öğretmek için zaman ayırır.
- Seradaki sorunlarımı çok farklı açılardan bakmamı sağlar.
- Kendimi geliştirmem için beni yönlendirir.
- Üreticilerin her zaman daha iyisini yapabileceğini düşünür, güvenir.
- Tarımsal faaliyet ile ilgili süreçlerde çözüm bulmak için bilgi paylaşımı yapar.
- Tarımsal faaliyet dışındaki sorunlarım ile de ilgilenir.
- Başarısız olduğumuz konuların nedenlerini araştırarak düzeltmeye çalışır.
- Yaptığımız faaliyetlerde gerekli olmadığı sürece dahil olmaz.
- Maddi çıkar sağlama amacıyla değildir, üreticilerin iyiliği için kendi önceliklerinden vazgeçer.

Faktör 2: Etkileşimci Liderlik

İkinci faktör, ağırlıklı olarak etkileşimci liderlerin özelliklerini yansıtmaktadır. Etkileşimci liderler, daha çok geçmişteki deneyimlerine bağlı olarak hareket eder ve belirlenen kurallara göre yönlendirirler. Bu faktöre en fazla katkı sağlayan değişkenler aşağıda belirtilmiştir.

- Geçmişte tarımsal faaliyet ile ilgili yaptığım hataları hatırlatır.
- Tarımsal faaliyet ile ilgili önemli bir sorun olduğunda müdahale eder.
- Tarımsal faaliyetler ile ilgili yöntem, teknoloji ve uygulamaları sürdürmeye çalışır.
- Geleneklere bağlıdır ve tarımsal faaliyetlerde geçmişle bugünü bağdaştırmaya çalışır.
- Bir sorunla karşılaştığımızda kendi kendimize çözmemizi bekler.
- Genellikle başarısızlıkların üzerinde durur.
- Karar vermekten kaçınır ve aldığımız kararları uygular.

Faktör 3: Karizmatik Liderlik

Üçüncü faktör, ağırlıklı olarak karizmatik liderlerin özelliklerini yansıtmaktadır. Karizmatik liderler, güçlü bir vizyon oluşturarak takipçilerine ilham verir ve onları gelecekteki hedeflere ulaşmaları için motive ederler. Bu liderler, sahip oldukları karizma ve iletişim becerileri sayesinde üreticilerin güvenini kazanır ve ortak bir amaç doğrultusunda yönlendirirler. Bu faktörde yer alan değişkenler aşağıda gösterilmiştir.

- Değer ve inançlarını bizimle paylaşır.
- Tarımla ilgili her zaman yapılması gerekenleri vurgular ve ne elde edeceğimi açıkça söyler.
- Davranışları güç ve güven hissi verir.
- Tarımsal faaliyetler ile ilgili yeni yapılacak işlerde harekete geçmemizi sağlar.
- Yaşadığımız köye yönelik büyük hedefleri vardır.
- Üreticilerin sevdiği biridir.

Faktör 4: Destekleyici Liderlik

Dördüncü faktör, ağırlıklı olarak destekleyici liderlerin özelliklerini yansıtmaktadır. Destekleyici liderler, takipçilerine güven verir, onları takdir eder ve iş birliğini teşvik etmektedirler. Bu faktörde yer alan değişkenler aşağıda gösterilmiştir.

- Davranışları ile üreticilerin saygısını kazanmıştır.
- Yapılan iyi işi her zaman takdir eder.
- Çiftçilerin birlikte daha güçlü ve etkili olabileceğine inanır.
- Zorluklara rağmen başarıya ulaşır.
- Onunla çalışmaktan keyif alırım.

Faktör 5: Serbest Bırakıcı Liderlik

Beşinci faktör, serbest bırakıcı liderlik özelliklerini yansıtmaktadır. Bu liderler, karar süreçlerine müdahale etmeden takipçilerin kendi başlarına hareket etmelerine olanak tanır ve sadece gerektiğinde yardım ederler. Bu faktöre en fazla katkı sağlayan değişkenler aşağıda belirtilmiştir.

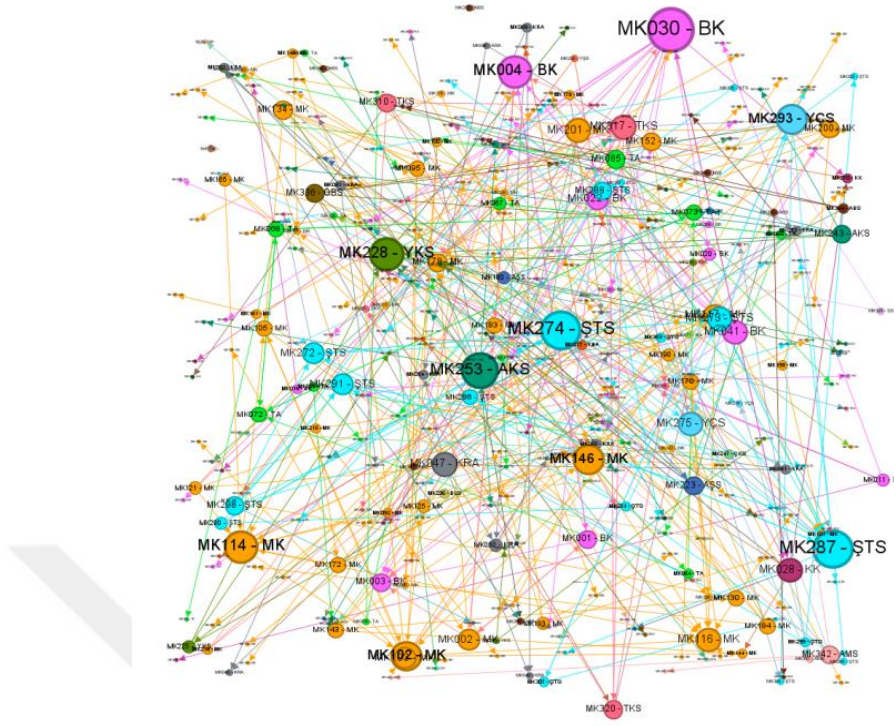
- Genellikle mevcut durumu düzeltmeye yönelik önerilerde bulunur.
- Tarımsal faaliyet devam ediyorsa sorun olmadığını düşünür.
- Tarımsal faaliyet ile ilgili çaba gösterdiğimizi görürse o zaman yardım eder.
- Tarımsal faaliyeti gerçekleştirirken sorunlarımızı kendi kendimize çözeriz.
- Bizi diğer çiftçilerle birlikte çalışmaya teşvik eder.

4.13. Sosyal Ağ Analizi

Sosyal ağ analizi, insanlara ilişkin karmaşık ağların görselleştirilmesi ve matematiksel, istatistik analizi ile ilgilidir (Gürsakal, 2009).

4.13.1. Örtüaltı üreticileri arasındaki bilgi akışı ağları

Bu bölümde, araştırma kapsamındaki örtüaltı üreticilerinin tarımsal faaliyetlerinde kullandıkları bilgi akışları sosyal ağ analizi ile incelenmiştir. Örtüaltı sebze üreticileri ve tarımsal faaliyetlerinde kullandıkları bilgi akışları bilgisayar ortamında düzenlenerek Gephi programına aktarılmıştır. Üretici bilgi akışı ağlarının oluşturulmasında; lider üreticilerin belirlenmesi amaçlanmıştır.



Şekil 4.2. Üretici bilgi akışı ağlarında lider üreticilerin görünümü

4.13.2. Ağ parametreleri ve değerleri

Çizelge 4.117, ağ parametresi ve değerlerini göstermektedir. Bu parametreler, ağın yapısını ve özelliklerini tanımlayan temel ölçütlerdir. Yoğunluk, ağın ne kadar bağlantılı olduğunu, çap, ağdaki en uzun en kısa yolu, modülerlik, ağın topluluklara ayrılma derecesini ve kümelenme katsayısı, düğümlerin yerel bağlantılarını ifade etmektedir (Gürsaka, 2009).

Çizelge 4.117. Ağ parametresi değerleri

Ağ Parametreleri	Değerler
Yoğunluk	0,001
Çap	6
Modülerlik	0,883
Kümelenme Katsayısı	0.016

4.13.2.1. Yoğunluk (Density)

Yoğunluk, ağdaki mevcut bağlantıların, mümkün olan toplam bağlantı sayısına oranıdır. Bu oran, ağdaki düğümler arasındaki bağlantıların yoğunluğunu ölçmektedir.

Yoğunluğun 0,001 olması, ağın son derece seyrek olduğunu göstermektedir. Bu oran, ağdaki düğümler arasında çok az bağlantı bulunduğunu ifade etmektedir. Bu durum, farklı ilçelerdeki lider üreticilerin arasındaki iletişimin zayıf olduğunu ve belirli bölgeler arasında bağlantının çok az olduğunu göstermektedir.

4.13.2.2. Çap (Diameter)

Ağın çapı, herhangi iki düğüm arasındaki en uzun en kısa yoldur. Başka bir ifadeyle, ağdaki en uzak iki düğüm arasındaki en fazla adımdır. Bu, ağın en geniş mesafesini temsil etmektedir.

Çapın 6 olması, ağdaki herhangi iki düğüm arasındaki en uzak mesafenin 6 adım olduğunu göstermektedir. Kırsal alanda üreticilerin bilgi akışı için birbirine ulaşmasının en fazla 6 adımda gerçekleşebileceğini belirtmektedir.

Milgram, 1967 yılında 60 mektup yollayarak bir deney gerçekleştirmiştir. Deneye katılanlardan bu mektubu arkadaşlarının arkadaşlarına ulaştırarak istenilen kişiye göndermeleri istenmiştir. İlk zamanlar deneye katılım az olsa da, sonraları Milgram bunu çeşitli yollardan artırarak, mektubun ortalama altı adımda istenilen yere ulaştığını belirlemiştir. Bu deney sonuçları sosyolojide ve ağ kuramında “altı adım hipotezi” olarak yer almıştır.

2001 yılında Duncan Watts, Milgram’ın deneyini bu kez internet ortamında gerçekleştirmiştir. 166 ülkeden 61.168 kişinin katılımıyla 24.163 farklı e-posta zinciri oluşturmuş ve ortalama adım sayısının yine altı olduğunu belirlemiştir. Bu sonuç, Milgram’ın hipotezinin internet gibi daha geniş ve küresel bir ağda da geçerli olduğunu göstermiştir (Gürsaka1,2009).

4.13.2.3. Modülerlik (Modularity)

Modülerlik, ağın belirgin modüllere veya topluluklara ayrılma derecesini ölçen bir yapısal özelliktir. Değer aralığı -1 ile 1 arasındadır ve pozitif bir değer, ağın belirgin topluluklara sahip olduğunu göstermektedir.

Modülerliğin 0,883 olması, ağın güçlü bir topluluk yapısına sahip olduğunu göstermektedir. Bu, ağın belirgin ve iyi tanımlanmış alt gruplara veya kümelerle ayrıldığını ve bu kümelerin kendi içinde yoğun bağlantılara sahip olduğunu, ancak diğer kümelerle daha az bağlantıya sahip olduğunu göstermektedir. Bu değer, aynı topluluk içindeki düğümlerin birbiri ile diğer topluluklardaki düğümlere göre daha sıkı bağlı olduğunu ifade etmektedir.

Yüksek modülerlik, kırsal alanda liderlik araştırmaları için kırsal alanda üreticilerin kendi içlerinde sıkı bir iş birliği içinde olduğunu gösterebilmektedir. Bu durum çalışma kapsamındaki, kırsal alanda liderlerin yaşadıkları ilçelerin köylerinde daha etkili olduklarını ve diğer ilçelerin köyleri arasında daha az etkileşim olduğunu ortaya koymaktadır.

4.13.2.4. Kümelenme Katsayısı (Clustering Coefficient)

Kümelenme katsayısı (Clustering Coefficient) bir ağın ne kadar kümelenmiş olduğunu, düğümlerin (nodes) kendi aralarındaki bağlantı yoğunluğunu ölçen bir değerdir. Bu değer, 0 ile 1 arasında bir değer alır ve yüksek bir kümelenme katsayısı, ağda düğümlerin birbirleriyle ne kadar sıkı bir şekilde bağlantılı olduğunu göstermektedir (Newman, 2010).

Bu çalışmada, kümelenme katsayısının 0,016 gibi düşük bir değer olması, ağın genel olarak düşük bir kümeleşme eğilimi gösterdiğini belirtmektedir. Ağdaki düğümler (liderler veya üreticiler) arasında doğrudan bağlantıların az olduğu anlaşılmaktadır.

Bu bulgu, çalışma kapsamındaki kırsal alanlardaki liderlik yapısının dağınık ve bireylerin birbirleriyle doğrudan etkileşimlerinin sınırlı olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, kırsal alandaki liderlerin daha geniş ve dağınık bir ağ yapısı içinde tarımsal faaliyetlerde bulunduklarını ve daha bağımsız hareket ettiklerini, liderler arası doğrudan etkileşimlerin sınırlı olduğunu göstermektedir.

4.13.3. Lider üreticiler için ağ analizi bulguları

Çizelge 4.118’de Sosyal ağ analizine ilişkin ölçüler gösterilmiştir. Üreticiler arasındaki liderlik ağı kapsamında yapılan ağ analizi, araştırma kapsamındaki kırsal alanlardaki bilgi paylaşımı ve bu paylaşım sonucunda üreticilere etkisinin nasıl olduğunu anlamaya yardımcı olmaktadır. Bu analiz, üreticiler arasındaki doğrudan bağlantıların ve etkileşimlerin yoğunluğunu, bilgi ve kaynakların nasıl dağıldığını ve yayıldığını, liderlerin ağ içerisindeki konumlarını ve genel ağ yapısının etkinliğini ortaya koymaktadır.

Çizelge 4.118. Sosyal ağ analizine ilişkin ölçüler

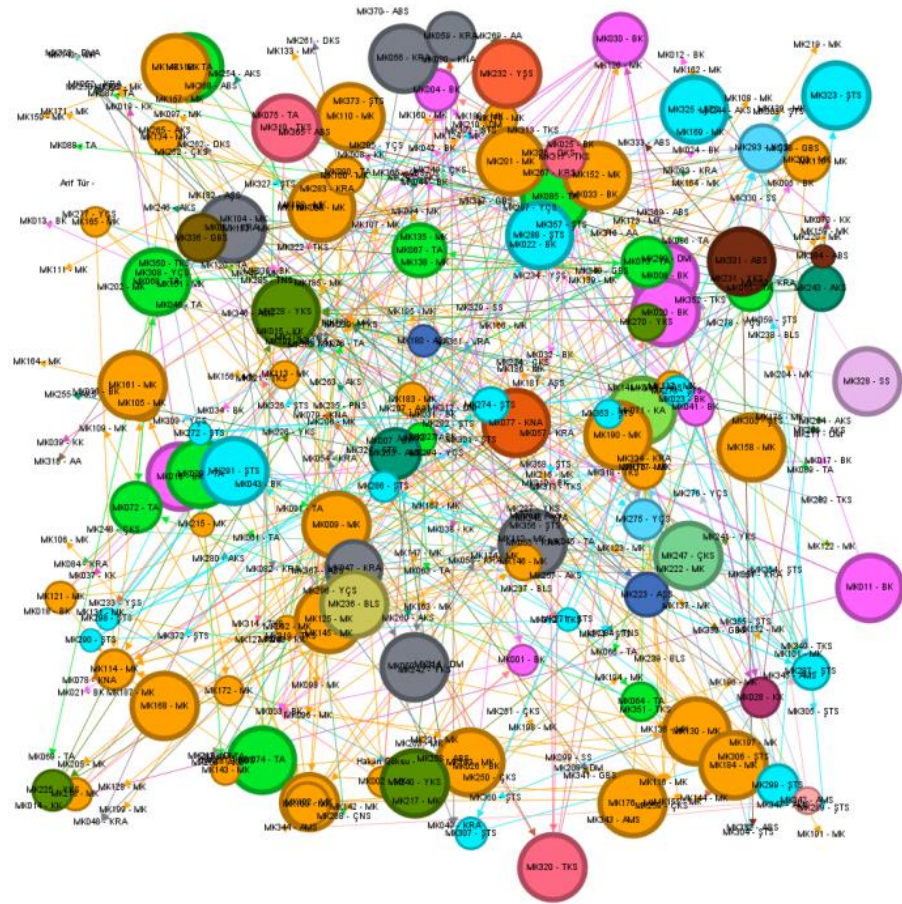
Label	Derece merkeziliği (Total Degree)	İç derece (In Degree)	Dış derece (Out Degree)	Arasındalık merkeziliği (Betweenness Centrality)	Yakınlık merkeziliği (Closeness Centrality)	Modülerlik Sınıfı (Modularity Class)	Kümelenme Katsayısı (Clustering Coefficient)
MK287	13	3	10	112,5	0,552632	409	0,009091
MK273	8	3	5	92,0	0,456622	409	0,033333
MK114	11	6	5	78,5	0,6	391	0,1
MK102	10	5	5	71,5	0,857143	391	0,055556
MK004	12	5	7	56,0	0,666667	378	0,125
MK288	5	2	3	56,0	0,446809	409	0,083333
MK276	8	3	5	48,0	0,6	403	0,02381
MK274	13	2	11	45,0	0,534884	407	0,00641
MK294	10	3	7	44,0	0,705882	403	0,035714
MK030	15	2	13	39,0	0,782609	394	0,016484

4.13.3.1. Yakınlık Merkeziliği (Closeness Centrality)

Yakınlık merkeziliği, bir düğümün ağdaki diğer tüm düğümlere ne kadar yakın olduğunu ölçmektedir. Şekil 4.3, üretici bilgi akışı ağlarında lider üreticilerin yakınlık merkeziliğine göre görünümünü göstermektedir.

Yakınlık merkeziliği değerinin yüksek olması, üreticinin diğer üreticilere daha hızlı bir şekilde ulaşabileceğini göstermektedir. Üreticilerin yakınlık merkeziliği değerlerine göre, özellikle MK102 (0,857143), MK030 (0,782609) ve MK294 (0,705882) gibi üreticiler, yüksek yakınlık merkeziliği değerlerine sahiptir.

Bu üreticiler, ağ içindeki diğer düğümlere daha kısa yollarla bağlı olduklarından, üreticileri beklenen yönde davranış değişikliğine yöneltmek için; bilgi, yenilik ve uygulamaların hızlı yayılmasında önemli bir konumda bulunmaktadır. Bu üreticiler, tarımsal faaliyetlerin verimli bir şekilde yürütülmesine katkıda bulunarak, ağın genel etkinliğini artırabilirler ve bilgi paylaşımını hızlandırabilecek konumdadırlar.



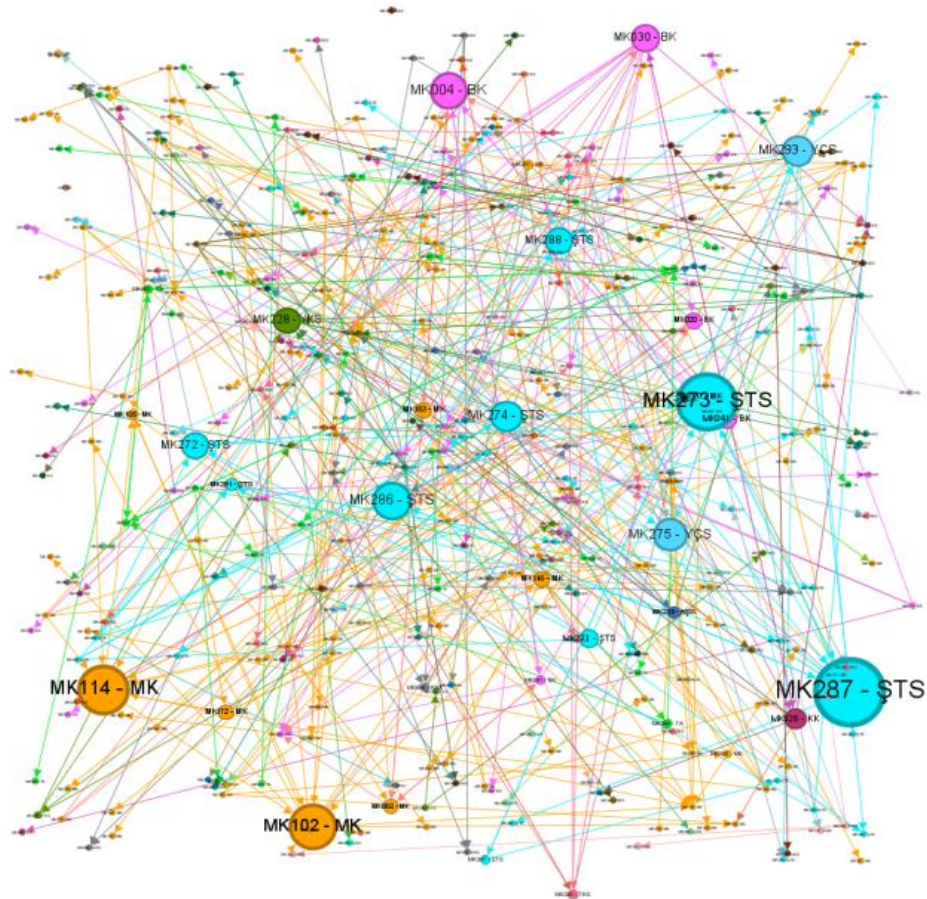
Şekil 4.3. Üretici bilgi akışı ağlarında lider üreticilerin yakınlık merkeziliğine göre görünümü

4.13.3.2. Arasındalık Merkeziliği (Betweenness Centrality)

Arasındalık merkeziliği (betweenness centrality), bir düğümün (üreticinin) ağdaki diğer düğümler arasındaki en kısa yolda bir köprü olarak ne sıklıkla hareket ettiğini göstermektedir. Yüksek arasındalık merkeziliği değerine sahip üreticiler, ağ içindeki bilgi akışında kritik rol oynamaktadırlar.

Şekil 4.4, üretici bilgi akışı ağlarında lider üreticilerin arasındalık merkeziliğine göre görünümünü göstermektedir. Üreticilerin arasındalık merkeziliği değerlerine göre, özellikle MK287 (112,5), MK273 (92,0), MK114 (78,5) ve MK102 (71,5) gibi üreticiler, ağ içinde stratejik konumları sayesinde bilgi ve yeniliklerin hızla yayılmasında önemli potansiyele sahip üreticilerdir. Bu üreticiler genellikle bilgi akışında bilgi alıcısı ve vericisi olarak rol oynamaktadırlar. İletişim kanallarında, bilgi transferinin gerçekleştiği önemli ara düğümler olarak bulunmaktadır.

Bu üreticiler, ağdaki diğer üreticiler (düğümler) arasında köprü görevi görerek tarımsal faaliyetlerin verimli ve etkili bir şekilde yürütülmesine katkıda bulunmaktadır. Ayrıca bu üreticiler, ağın genel etkinliğini ve dayanıklılığını artırmaktadır.



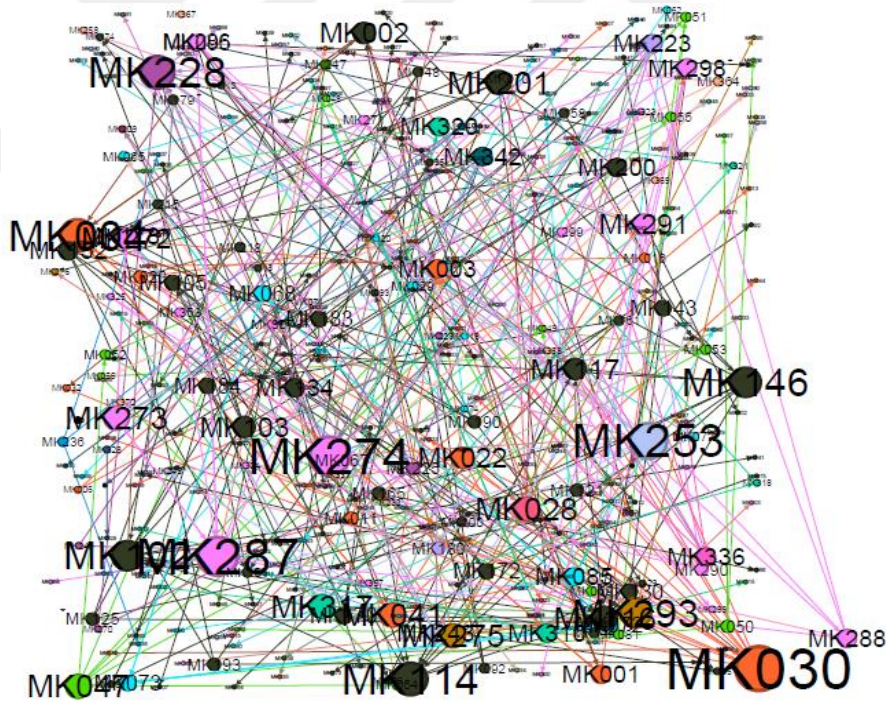
Şekil 4.4. Üretici bilgi akışı ağlarında lider üreticilerin arasındalık merkeziliğine göre görünümü

4.13.3.3. Derece Merkeziliği

Derece merkeziliği, bir düğümün (üreticinin) ağdaki diğer düğümlerle olan toplam bağlantı sayısını ölçmektedir. Bu değer, üreticilerin ağ içindeki bağlantılarını ve etkileşimlerini değerlendirmede önemli bir gösterge olarak kullanılmaktadır. Derece merkeziliği, iç derece (in-degree) ve dış derece (out-degree) olarak ikiye ayrılmaktadır. İç derece, bir düğüme gelen bağlantıların sayısını, dış derece ise bir düğümden çıkan bağlantıların sayısını ifade etmektedir.

Şekil 4.5, üretici bilgi akışı ağlarında lider üreticilerin derece merkeziliğine göre görünümünü göstermektedir. Üreticilerin derece merkeziliği değerlerine göre, en yüksek toplam derece merkeziliği değerine (15) sahip üretici MK30'dur. MK30 ağdaki diğer üreticilerle (düğümlerle) en fazla bağlantıya sahiptir bu nedenle çalışma yapılan kırsal alandaki bilgi akışı açısından ağda kritik bir öneme sahiptir. Benzer şekilde, MK287 (13) ve MK274 (13) de yüksek derece merkeziliği değerlerine sahiptir.

Bu üreticiler kırsal alanda anahtar konumda üreticiler olup, geniş etkileşim ağları sayesinde önemli bir etkiye sahip olabilmektedirler. Bu nedenle bu üreticiler, diğer üreticileri harekete geçiren ve ortak faaliyetleri organize edebilen doğal liderler olabilmektedirler.

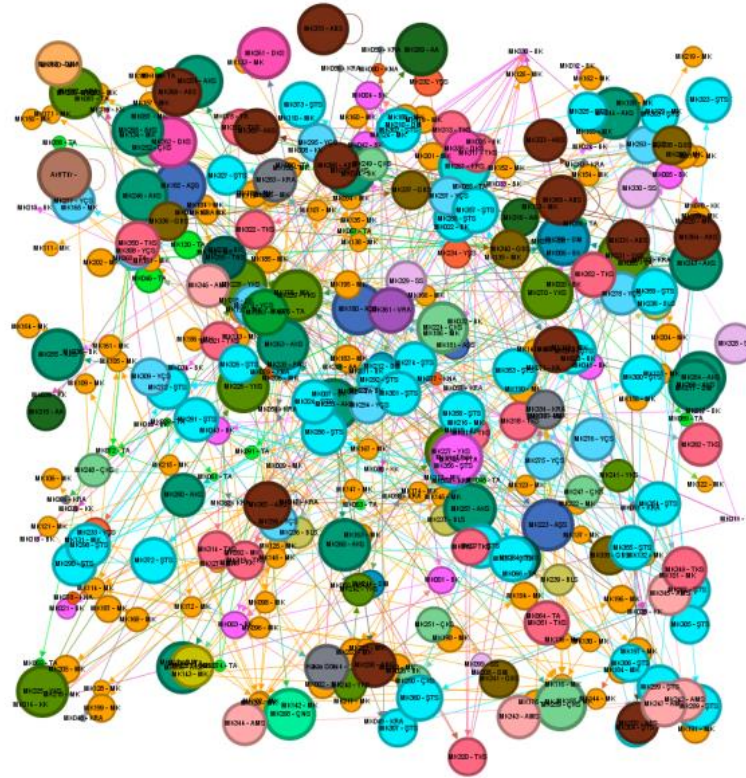


Şekil 4.5. Üretici bilgi akışı ağlarında lider üreticilerin derece merkeziliğine göre görünümü.

4.13.3.4. Modülerlik Sınıfı (Modularity Class)

Modülerlik sınıfları, üreticilerin ağ içindeki alt gruplarını ve bu gruplar içindeki etkileşimlerin anlaşılmasına yardımcı olmaktadır. Aynı modülerlik sınıfındaki (alt grup) düğümler birbirine daha yoğun bir şekilde bağlıdır.

Şekil 4.6, üretici bilgi akışı ağlarında lider üreticilerin modülerlik sınıfına göre görünümünü göstermektedir. MK287, MK273 ve MK288 gibi üreticiler, 409 alt grubunda, MK114 ve MK102 ise 391 alt grubunda yer almaktadır. Ağda, farklı modülerlik sınıflarının bulunması, ağın birbirine oldukça sıkı bir şekilde bağlı üretici gruplarından oluştuğunu göstermektedir. Bu durum, her bir alt grubun kendi içinde güçlü bağlara ve daha yoğun bağlantılara sahip olduğunu ve bu üretici gruplarının bağımsız olarak davrandıklarını göstermektedir. Bu alt gruplar arasındaki liderler, topluluklar arası işbirliğini ve bilgi akışını artırmak için önemli konumda bulunmaktadır.



Şekil 4.6. Üretici bilgi akışı ağlarında lider üreticilerin modülerlik sınıfına göre görünümü

4.13.3.5. Kümelenme Katsayısı (Clustering Coefficient)

Kümelenme katsayısı, üreticilerin ağ içindeki yoğunluklarını ve kırsal alandaki konumlarını anlamak için önemli bir göstergedir. Kümelenme katsayısı, bir düğümün (üreticinin) komşularının birbirleriyle ne kadar bağlantılı olduğunu ölçmektedir. Yüksek kümelenme katsayısı, bir düğümün komşularının da birbirleriyle sıkı bağlantılara sahip olduğunu göstermektedir.

Yüksek kümelenme katsayısı, bir lider üreticinin ve bu üretici ile doğrudan bağlantılı olan diğer üreticilerin de birbirleriyle sıklıkla iletişim kurduğunu göstermektedir. MK004 (0,125) ve MK114 (0,1) gibi üreticiler, yüksek kümelenme katsayılarına sahiptir. Bu üreticiler, kırsal alandaki diğer üreticiler arasında güven oluşturarak, işbirliğini ve karşılıklı bilgi paylaşımı ile yardımlaşmayı artırarak önemli bir rol oynayabilmektedirler.

Düşük kümelenme katsayısına sahip üreticiler, daha dağınık bir yapıya sahip olabilir ve bilgiyi daha geniş bir alana yayma konusunda etkili olabilmektedirler. MK287 (0,009091) ve MK274 (0,00641) gibi üreticilerin kümelenme katsayıları oldukça düşüktür. Düşük kümelenme katsayısı, bu üreticilerin ve bu üretici ile doğrudan bağlantılı olan diğer üreticilerin birbirleriyle daha az iletişim kurduğunu göstermektedir.



5. SONUÇLAR

Bu araştırma Antalya ilinin Serik, Aksu ve Kumluca ilçelerinde serada sebze yetiştiriciliği yapan üreticileri kapsamaktadır. Araştırma kapsamında yer alan serada sebze yetiştiriciliği yapan üreticiler üzerinde liderlik türlerinin saptanarak karşılaştırmalı analizi yapılmış, üreticilerin sosyo-ekonomik özellikleri ve bilgi kaynakları saptanmış, üreticiler arasındaki ilişkiler ağı sosyal ağ analizi ile incelenmiş ve lider çiftçiler belirlenmiştir. Bununla birlikte, kırsal alandaki örtüaltı sebze üreticilerinin algıladıkları liderlik türleri de tespit edilmiş olup, değişkenler arasındaki ilişkileri anlamak ve bu değişkenleri daha anlamlı hale getirmek üzere faktör analizi kullanılmıştır. Araştırmada elde edilen bulgulara yönelik sonuçlar üç başlık altında sunulmuştur.

5.1. Üreticilerin Sosyo-ekonomik Özellikleri ve Bilgi Kaynaklarına İlişkin Sonuçlar

Araştırma kapsamında, kırsal alanda faaliyet gösteren üreticilerin sosyo-ekonomik özellikleri ve tarımsal faaliyetleri ile ilgili bilgi kaynaklarına ilişkin veriler analiz edilmiştir.

Üreticilerin %61,5'i, 3-4 kişilik aileye sahip olduğu, işletmede çalışan aile bireyi sayısının ise üreticilerin %46,2'sinde iki kişi olduğu görülmektedir. Üreticilerin %80,8'inin evli olduğu, çocuk sayısının ise genellikle bir (%19,2) veya iki (%35,6) olduğu görülmektedir. Üreticilerin %99,0'ı erkek olup, yaş ortalaması 41,5 olarak hesaplanmıştır. Eğitim durumu incelendiğinde, üreticilerin %54,8'inin ilköğretim mezunu, %25,0'ının lise mezunu ve %20,2'sinin üniversite mezunu olduğu görülmektedir.

Üreticilerin işletme gelirleri, tarımsal faaliyetlerin ekonomik sürdürülebilirliği açısından önemli veriler sunmakta ve işletme gelirleri ile ilgili veriler gelir dağılımının önemli ölçüde değişkenlik göstermektedir. Buna göre, üreticilerin %77,9'unun sadece kendi işletmelerinde çalıştığı, %22,1'inin ise işletme dışı işlerde çalıştığı görülmektedir. Bu durum, tarım dışı işlerin ek gelir kaynağı olarak önemli olduğunu göstermektedir.

Büyük araziye sahip üreticilerin eğitim düzeylerinin daha yüksek olduğu ve bu üreticilerin genç yaş gruplarında yoğunlaştığı görülmektedir. Çalışma bulguları daha büyük araziye sahip olan üreticilerin yenilikleri daha hızlı bir şekilde kabul ettiklerini göstermektedir. Ayrıca, daha büyük araziye sahip üreticilerin kooperatif ortaklığı, tarım sigortası yaptırmaya, ÇKS ve ÖKS kaydı yaptırmaya oranlarının da daha yüksek olduğu görülmektedir.

Yüksek gelir düzeyine sahip üreticilerin tarımsal yenilikleri ve yeni teknolojileri daha hızlı benimsediği görülmektedir. Ayrıca kooperatife ortak olma ve tarım sigortası yaptırmaya oranları da yüksek gelir düzeyine sahip üreticilerde daha yüksektir. Düşük gelir grubundaki üreticilerin bazı tarımsal yenilikleri uyguladığı, ancak yeniliklerin tamamını uygulama oranının düşük olduğu, orta gelir grubunda ise yenilikleri uygulamayan üreticilerin oranının daha fazla olduğu görülmektedir.

Yaş gruplarına göre yapılan analizlerde, genç üreticilerin tarımsal yenilikleri ve yeni teknolojileri daha hızlı benimsediği görülmektedir. 35 yaş ve altındaki üreticilerin büyük çoğunluğunun tarımsal yeniliklerin tamamını uyguladığı ve yeni teknolojileri

hemen kabul etme eğiliminde olduğu görülmektedir. Orta yaş grubu ve üzeri gruplarda ise bu yeniliklerin benimsenme oranlarının düştüğü görülmektedir. Ayrıca, genç üreticilerin kooperatif ortaklığı ve tarım sigortası yaptırma oranlarının yüksek olduğu görülmektedir.

Örtüaltı sebze yetiştiriciliği deneyimine göre yapılan analizlerde, deneyim süresi arttıkça tarımsal yenilikleri ve yeni teknolojileri kabul etme hızının azaldığı görülmektedir. Sebze yetiştiriciliğinde 1-10 yıl arasında deneyime sahip üreticilerin büyük çoğunluğunun tarımsal yenilikleri ve yeni teknolojileri hemen benimseme eğiliminde olduğu görülmüştür. Deneyim süresi arttıkça, bu yeniliklerin benimsenme oranı düşmektedir ancak tarımsal desteklerden yararlanma oranı artmaktadır. Özellikle, deneyim süresi arttıkça mazot, gübre ve toprak analizi desteklerinden yararlanma oranları artmakta, ancak pazarlama bilgisine duyulan ihtiyaç azalmaktadır.

Kırsal alanda tarımsal faaliyetlerin sürdürülebilirliği ve yeniliklerin benimsenmesi, üreticilerin bilgi kaynaklarına erişimleri ve bu kaynakları kullanma sıklıkları ve etkin kullanmaları ile doğrudan ilişkilidir. Üreticilerin çoğu kendi tecrübelerini en önemli bilgi kaynağı olarak görürken, hastalık ve zararlı mücadelesi, yetiştiricilikle ilgili işlemler ve ürün fiyat/piyasa bilgisi gibi konularda bilgi ihtiyacının yüksek olduğu görülmektedir. Ancak, ücretli tarım danışmanlık hizmetlerinden yararlanma oranının düşük olması, kırsal alanda bilgiye erişim ve danışmanlık hizmetlerinin yaygınlaştırılması gerektiğini göstermektedir.

Araştırma sonuçları, üreticilerin işletme gelirlerinin, arazi genişliklerinin, yaş gruplarının ve sebze yetiştiriciliği deneyimlerinin tarımsal yenilikleri ve yeni teknolojileri benimseme süreçlerinde önemli olduğunu göstermektedir. Bu faktörlerin dikkate alınarak, tarımsal bilgilerin ve yeniliklerin daha hızlı ve etkili bir şekilde yayılmasını sağlamak için önder çiftçilerin gerekli eğitim programları ile desteklenerek etkinliklerinin artırılması yönünde destekler sağlanmalıdır.

Özellikle, genç ve yüksek gelirli üreticilere yönelik eğitim ve destek programlarının yaygınlaştırılması, tarımsal yeniliklerin benimsenme oranlarını artırmada etkili olabilir. Ayrıca, küçük arazi sahiplerinin kooperatif ortaklığı ve tarım sigortası yaptırma oranlarını artırmaya yönelik teşviklerin de önemli olduğu görülmektedir. Üreticilerde arzu edilen davranış değişikliklerini sağlamak için, bilgi akışının doğru kanallarla sağlanması, etkin eğitim programları ile desteklenmesi ve üretici desteklerinin geliştirilmesi gerekmektedir.

Üreticilerin eğitim seviyelerinin artırılması, sosyal güvenlik kapsamının genişletilmesi, profesyonel danışmanlık hizmetlerinin yaygınlaştırılması, eğitim ve destek programlarının yaygınlaştırılması ve tarımsal yeniliklerin benimsenmesi için teşvik edici politikaların uygulanması gerekmektedir.

5.2. Algılanan Liderlik Türünün Belirlenmesine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Çalışmada, örtüaltı sebze üreticilerinin algıladıkları liderlik türleri belirlenmiştir. Bu amaçla, veri setindeki değişkenler arasındaki ilişkileri anlamak ve bu değişkenleri daha anlamlı faktörlere dönüştürmek için faktör analizi kullanılmıştır.

Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri ve Barlett Küresellik Testi sonuçları, veri setinin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Cronbach Alpha değeri hesaplanmış ve bu değer veri setinin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Faktör analizi sonucunda, toplam varyansın %59,4'ünü açıklayan 5 faktör elde edilmiştir. Bu faktörler, üreticilerin algıladıkları liderlik türlerini daha anlamlı bir şekilde gruplamaktadır. İlk faktör, toplam varyansın %15,1'ini açıklayarak en yüksek açıklama gücüne sahip olmaktadır. Diğer faktörler sırasıyla %12,1, %11,7, %11,5, %8,8 oranında varyans açıklamaktadır. Bu sonuçlar, faktör analizi ile elde edilen faktörlerin, veri setindeki değişkenliğin büyük bir kısmını açıklayabildiğini göstermektedir.

Sonuç olarak araştırma alanındaki liderlerde her ne kadar etkileşimci, karizmatik ve diğer liderlik türleri özelliklerine yönelik bazı özellikler bulunsa da esas itibarıyla faktör ağırlıkları da dikkate alındığında araştırmada belirlenen lider tipi “dönüşümcü lider” özelliklerini temsil etmektedir.

5.3. Üreticiler Arasındaki Bilgi Akışı Ağlarına İlişkin Sosyal Ağ Analizi Sonuçları

Antalya ilinin araştırma kapsamındaki kırsal alanlarında yapılan araştırmada, üreticiler arasındaki bilgi akışını ve lider çiftçileri belirlemek için sosyal ağ analizi yöntemi kullanılmıştır. Bu analiz ile üreticiler arasındaki bilgi akışı ağları ve lider çiftçilerin bağlantıları ayrıntılı olarak incelenmiştir.

Ağ parametreleri incelendiğinde, yoğunluğun düşük olduğu ve üreticiler arasındaki bağlantıların seyrek olduğu görülmektedir. Çapın 6 olması, üreticilerin birbirine ulaşmasının en fazla 6 adımda gerçekleştiğini göstermektedir. Modülerlik değerinin yüksek olması, üreticilerin belirgin topluluklara ayrıldığını ve kendi içlerinde sıkı bağlantılara sahip olduğunu göstermektedir. Ancak kümelenme katsayısının düşük olması, genel olarak üreticiler arasında doğrudan bağlantıların az olduğunu ve lider üreticilerin dağınık bir ağ yapısı içinde yer aldığını göstermektedir.

Lider üreticilerin ağ içindeki konumları ve merkezilik değerleri, bu üreticilerin kırsal alandaki tarımsal bilgi ve yeniliklerin yayılmasında kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Yüksek yakınlık merkeziliği değerlerine sahip üreticiler, diğer üreticilere hızlıca ulaşabilmekte ve bilgi paylaşımında önemli bir konumda bulunmaktadır. Yüksek arasındalık merkeziliği değerlerine sahip üreticiler ise, ağ içinde köprü görevi üstlenerek bilgi akışını kolaylaştırmaktadır. Bu bulgular, kırsal alanda lider üreticilerin desteklenmesi ve eğitim programları ile bilgi akışının daha etkin hale getirilmesinin, tarımsal üretim süreçlerinin iyileştirilmesine ve kırsal kalkınmaya önemli katkılar sağlayacağını ortaya koymaktadır.

Bilgi paylaşımını artırmak için, yüksek yakınlık merkeziliğine sahip üreticileri (örneğin, MK102, MK030) kullanarak, önemli bilgiler ve yenilikler ağ genelinde daha

hızlı bir şekilde yaygınlaştırılabilir. Bu şekilde tarımsal yenilikler, iyi uygulamalar ve doğru bilgilerin üreticiler arasında etkin bir şekilde paylaşılması sağlanabilir.

Yüksek arasındalık merkeziliğine sahip üreticiler (MK287, MK273), farklı üretici grupları arasındaki iletişimi sağlamak ve güçlendirmek için çok önemli rol oynamaktadır. Bu üreticiler, farklı üretici grupları arasındaki iletişimi kolaylaştırmaktadır. Yüksek derece merkeziliğine sahip üreticiler (MK030, MK274, MK287) geniş bir etkileşim ağına sahiptir.

Belirgin modülerlik sınıfları ele alınarak, liderlerin topluluklar arasında köprü görevi üstlenmesi farklı üretici grupları arasında işbirliğini artırmak için desteklenebilir. Bu destek ile birlikte farklı üretici grupları arasındaki bağlar güçlenebilir ve daha etkin bir bilgi paylaşımı sağlanabilir. Düşük kümelenme katsayısına sahip üreticiler daha güçlü ağlar kurmak için teşvik edilebilir.

Yüksek yakınlık merkeziliğine sahip üreticiler, bilgi ve eğitim programlarının öncüleri olarak kullanılabilir. Bu üreticiler, yeni tarım teknikleri, yenilikler ve en iyi uygulamaların hızla yayılmasında kritik rol oynar ve ağ içinde anahtar konumda kişiler olarak görülebilirler. Stratejik konumları sayesinde bilgi, kaynak ve yeniliklerin etkin bir şekilde dağıtılmasını sağlayarak, tarımsal faaliyetlerin daha verimli ve etkili bir şekilde yürütülmesi sürecinde etkilidirler.

Ağdaki düşük yoğunluk ve kümelenme katsayısı, liderler arasındaki bağlantıların artırılması gerektiğini göstermektedir. Farklı topluluklar arasındaki bağların güçlendirilmesi, ağın genel uyumunu artırabilir.

Araştırmanın bulguları, kırsal alanda liderlik yapısının daha çok biçimsel olmayan yetki ile şekillendiğini ve önder çiftçilerin bilgi paylaşımı ve yeniliklerin yayılmasında anahtar rol oynadığını göstermektedir.

Lider üreticilerin eğitim programları ile desteklenmesi kırsal alandaki tarımsal üretim süreçlerinin iyileştirilmesine ve bilgi paylaşımının artırılmasına katkı sağlayacaktır.

KAYNAKLAR

- Abacı Dörtok, Z. 2013. Bilgi çağında tarihçi olmak: Sosyal ağ analizi yaklaşımı ve Osmanlı tarihi çalışmaları. *Türk Tarih Eğitimi Dergisi*, 2(2), 32-57.
- Abun, D., De La Gente, J. F., Encarnacion, M. J. 2022. The effect of bureaucratic and humanistic leadership styles on the innovative work behavior of employees. *Divine Word International Journal of Management and Humanities* 1(1), 41-57.
- Adenidji, A. 2022. Benin'de pamuk üreticilerinin iklim değişikliğine uyumunun sosyal ağ analiziyle çözümlemesi. Doktora tezi, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- Ağçay, F. 2015. Liderin güç kaynakları kullanımı ilişkisi üzerine bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Akçaoz, H., Özkan, B., Kızılay, H. 2005. Tarımsal üretimde çiftçilerin tutum ve davranışları: Çiftçilik Amaçları Ölçeği (FOS). *Anadolu Tarım Araştırma Dergisi*, 15(2): 104-125.
- Aslan, Ş. 2009. Duygusal Zekâ ve Dönüşümcü, Etkileşimci Liderlik. 1. Basım, Nobel Yayın Dağıtım. Ankara.
- Avant, F., Rich-Rice, K., Copeland, S. 2013. Leadership and rural communities. *International Journal of Business, Humanities and Technology*, 3(8): 45-55.
- Avolio, B. J. 1999. Full Leadership Development: Building the Vital Forces in Organizations. Sage Publications.
- Aydoğan, T. 2012. Samsun ilinde organik ve konvansiyonel fındık yetiştiricilerinin gübre kullanımı konusundaki iletişim kaynaklarının sosyal ağ analizi ile karşılaştırılması. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 5(3):45-60.
- Aydoğan, T. 2018. Tarımsal yenilik sistemleri ve iş birliği ağları: Samsun ili çeltik üreticileri örneği. Doktora Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun.
- Bakan, İ., Büyükbeşe, T. 2010. Zorlayıcı gücün örgütsel etkileri. *Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi*, 12(2): 23-45.
- Bal, D.Ç. 2018. Trakya Bölgesi'nde bitkisel üretim yapan tarım işletmelerinin risk kaynakları ve risk yönetim stratejilerinin değerlendirilmesi. Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Tekirdağ.
- Balcı, A. 2010. Sosyal bilimlerde araştırma yöntem, teknik ve ilkeler. Pegem Akademi Yayıncılık.
- Barnes, J. A., Harary, F. 1983. Graph theory in network analysis. *Social Networks*, 5(2): 235-244. Retrieved from University of Michigan Library.
- Bass, B. M. 1985. Leadership and Performance Beyond Expectations. Free Press.
- Bass, Bernard M., and Bruce J. Avolio. 1993. "Transformational leadership and organizational culture." *Public administration quarterly* (1993): 112-121.
- Bass, B. 1988. The inspirational processes of leadership. *Journal of Management Development*, 7(5), 21-31.

- Başaran, İ. E. 2004. Yönetimde insan ilişkileri (3. Baskı). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Bennis, W., Nanus, B. 1985. Leaders: The Strategies for Taking Charge. Harper, Row.
- Berry, F. S., Brower, R. S., Choi, S. O., Goa, W. X., Kwon, M., Word, J. 2004. Three Traditions of Network Research: What the Public Management Research Agenda Can Learn from Other Research Communities. Public Administration Review, 64(5), 539–552.
- Beserek, S. 2019. Sera üreticilerinin tarımsal kredi kartı kullanımlarının incelenmesi: Muğla ili örneği. Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Isparta, 78 s.
- Beycioğlu, K. 2018. Liderlerlik psikolojisi. N. Güçlü (Ed.), Eğitim yönetiminde liderlik: teori, araştırma ve uygulama içinde (217-244), Ankara: Pegem.
- Bhagat, R. 2008. Rural Leadership. Indian Agricultural Research Institute, New Delhi.
- Blom, M., Alvesson, M. (2014). Leadership On Demand: Followers as initiators and inhibitors of managerial leadership. Scandinavian Journal of Management, 30(3), 344-357. <https://doi.org/10.1016/j.scaman.2013.10.006>
- Boz, I., Özçatalbaş, O. 2010. Determining information sources used by crop producers: A case study of Gaziantep province in Turkey. African Journal of Agricultural Research, 5(10): 980-987.
- Boz, İ., Verma, S. 2001. "Factors influencing adult volunteer 4 H leadership in Louisiana In 17th Annual Conference of Association for International Agricultural and Extension Education," 17th Annual Conference of Association for International Agricultural and Extension Education
- Borgatti, S. P., Halgin, D. S. 2011. On network theory. Organization Science, 22(5): 1168-1181.
- Borgatti, S. P., Everett, M. G., Johnson, J. C. 2013. Analyzing social networks. [DX Reader Version]. <http://books.google.com>
- Budak, G. 2003. Liderlik ve Liderlik Kuramlarına Bütünleşik Bir Yaklaşım. Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları, İzmir.
- Burns, J. M. 1978. Leadership. New York: Harper & Row.
- Gürkan, G. 2017. Elmalı ilçesinde serada sözleşmeli tarımın benimsenmesi ve yayılmasını etkileyen faktörlerin analizi. Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı.
- Ceylan, İ. C., Köksal, Ö., Kutlar, İ. 2010. Determination of effective factors on adoption of integrated pest management practices. journal of environmental protection and ecology, 11(2): 709-717.
- Çapar, Z. 2021. Liderlik türlerinin iş tatminine etkisi: Beyaz yakalı çalışanlar üzerinde bir araştırma. Beykent Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul. 112 s.
- Çiftçi, K. 2020. Antalya ili Manavgat ilçesinde susam yetiştiricilerinin girdi kullanımında bilgi kaynaklarının sosyal ağ analizi ile karşılaştırılması. Akdeniz Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Antalya. 54 s.

- Çukur, T., Kızılaslan, N. ve Kızılaslan, H. 2019. Analysis of the factors affecting the adoption of organic farming in Turkey: The case of Samsun Province. *Applied Ecology and Environmental Research*.
- Çukur, T., and Çukur, F. 2019. A research on the determination of the factors affecting the implementations of agricultural innovations by beekeepers in Muğla province, Turkey. *Applied Ecology and Environmental Research*.
- De Cremer, D. 2007. Emotional Effects of Distributive Justice as a Function of Autocratic Leader Behavior 1. *Journal of Applied Social Psychology*. 37(6) (2007): 1385-1404.
- Demir, O. ve Gözübüyük, Z. 2012. Erzurum yöresinde çiftçi ailelerinin yaşam standartlarının ve bunu etkileyen sosyo-ekonomik faktörlerin tespiti. *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 43:2, 141-147.
- Demiryürek, K., Aydoğan, M. 2010. Türkiye'nin organik tarım ve gıda ürünleri ihracatının sosyal ağ analizi ile ortaya konulması. *Türkiye IX. Tarım Ekonomisi Kongresi*, 333-340.
- Demiryürek, K., Aydoğan, T. 2010. Social network analysis with Pajek. 3. Uluslararası Tarım, Gıda, Ormancılık ve Çevre Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kongresi Bildirileri (ITAFE' 10), ss. 163-169, 14-18 Haziran, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun.
- Demiryürek, K. 2014. Tarımsal bilgi ve yenilik sistemleri ve sosyal iletişim ağları. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 29(2): 345-358.
- Demiryürek, K., Aydoğan, T., Yılmaz, E. 2015. The comparison of pest management information systems and communication networks for organic and conventional hazelnut producers in Samsun province of Turkey. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi*, 30(4): 485-493.
- Dombrowski, U., ve Mielke, T. 2013. Lean leadership: Fundamental principles and their application. *Procedia CIRP*, 7, 569-574.
- Dumas, C., ve Beinecke, R. H. 2018. Change leadership in the 21st century. *Journal of Organizational Change Management*, 31(4), 867-876.
- Emery, C., Calvard, T. S., Pierce, M. E. 2013. Leadership as an emergent group process: A social network study of personality and leadership. *Group Processes and Intergroup Relations*, 16(1): 28-45.
- Emery, M., Flora, C. B. 2006. Spiraling-Up: Mapping Community Transformation with Community Capitals Framework. *Community Development*, 37(1): 19-35.
- Eren, E. 2013. Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi. Beta Basım Yayım.
- Fiedler, F. E. 1967. A Theory of Leadership Effectiveness. McGraw-Hill.
- Flora, C. B., Flora, J. L. 1993. Entrepreneurial Social Infrastructure: A Necessary Ingredient. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 529(1): 48-58.
- Freeman, L. 2004. The development of social network analysis: A study in the sociology of science. Empirical Press, Vancouver, Canada.

- French, J. R. P., Raven, B. 1959. The Bases of Social Power. In D. Cartwright (Ed.), Studies in Social Power Ann Arbor. MI: Institute for Social Research, 150-167.
- Gardner, J. W. 1990. On Leadership. Free Press.
- Goodman, L. A. 1961. Snowball sampling. Annals of Mathematical Statistics.
- Goleman, D. 2000. Leadership That Gets Results. Harvard Business Review.
- Gül, H. 2003. Karizmatik liderlik ve örgütsel bağlılık ilişkisi üzerine aksaray ve karaman emniyet müdürlüklerinde yapılan bir araştırma. Doktora Tezi. Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güney, S. 2017. Örgütsel Davranış. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Gürkan, G. 2017. Elmalı ilçesinde serada sözleşmeli tarımın benimsenmesi ve yayılmasını etkileyen faktörlerin analizi (Yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- Gürsakar, N. 2009. Sosyal ağ analizi. Dora Yayıncılık.
- Güzel, A. 2023. Antalya ilinde turuncgil üretiminde kredi kullanımı ve finansman riski yönetiminin araştırılması (Yüksek lisans tezi). Akdeniz Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Antalya.
- Hangül, Ş. 2018. Okullardaki sosyal yapı ve doğal liderlik süreçlerinin sosyal ağ teorisi perspektifinden incelenmesi: bir durum çalışması. Doktora Tezi, Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Hansen, M., Overton, K. 2014. Finding local resources: A network analysis and knowledge map of the agricultural sector in Alamance County, NC. North Carolina State University, Raleigh.
- Heifetz, R. A. 1994. Leadership Without Easy Answers. Harvard University Press.
- Hersey, P., Blanchard, K. H. ve Johnson, D. E. 2007. Management of Organizational Behavior: Leading Human Resources (9th ed.). Pearson Education.
- Hogg, M. A., Vaughan, G. M. 2005. Social Psychology. Prentice Hall.
- House, R. J. 1996. Path-goal theory of leadership: Lessons, legacy, and a reformulated theory. The Leadership Quarterly, 7(3), 323-352.
- Imran, M., ve Özçatalbaş, O. 2017. Pakistan Muzaffargarh Bölgesi pamuk yetiştiricilerinin bilgi kaynakları ve memnuniyeti. TED - Turkish Journal of Agricultural Economics, 23(1): 61-68.
- Jex, S. M., Britt, T. W. 2014. Organizational Psychology: A Scientist-Practitioner Approach. Hoboken, NJ: John Wiley Sons.
- Karaman, Ş. 2015. Ağbağda Biçimsel ve Doğal Lider: Bir Kamu Üniversitesinde Uygulama (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Kaufman, H. F., Wilkinson, K. P. 2000. Community Development in Rural America: A Case Study Approach. Sociologia Ruralis, 40(1): 30-52.
- Kesimli, İ. 2013. Liderlik Davranış Türleri. Kırklareli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2(1): 1-10.

- Kılıç, O ve ark. 2020. Comparison of leadership styles of university students in terms of their demographic characteristics, *Türkiye Tarımsal Araştırmalar Dergisi*.
- Kim, J. Y., Honeycutt, T., ve Morzuch, M. 2017. Transforming Coalition Leadership: An Evaluation of a Collaborative Leadership Training Program. *The Foundation Review*, 9(4).
- Koçel, T. 2013. *İşletme Yöneticiliği*. Beta Yayınları.
- Kotter, J. P. 1990. *A Force for Change: How Leadership Differs from Management*. Free Press.
- Kouzes, J. M., Posner, B. Z. 2002. *The Leadership Challenge: How to Make Extraordinary Things Happen in Organizations*. Jossey-Bass.
- Kökçikaran, A. 2016. *Liderlik Tipleri Perspektifinde Kazım Karabekir Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta*.
- Kutlar, İ., Akçaöz, H. 2022. Inclinations of greenhouse farmers in Turkey toward agricultural insurance, *Ciencia Rural*, 52(4).
- Laine, F. 1963. *Pour une Reforme de L'Entreprise*, Paris.
- Leavitt, H. J. 1951. Some Effects of Certain Communication Patterns on Group Performance. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 46(1), 38–50.
- Marin, A., Wellman, B. 2011. Social network analysis: An introduction. *The SAGE handbook of social network analysis*.
- Marion, R., Christiansen, J., Klar, H., Schreiber, C., Erdener, M. A. 2016. Informal leadership, interaction, cliques and productive capacity in organizations: A Collectivist analysis. *The Leadership Quarterly*.
- Marsden, T. 2003. *The Condition of Rural Sustainability*. Van Gorcum.
- Mert, M. 2016. *SPSS STATA Yatay Kesit Veri Analizi Bilgisayar Uygulamaları*. Detay Yayıncılık.
- Meshram, M., Shrivastava, P., Jaiswal, A., Meshram, V., Paradkar, S. 2022. Rural leadership. In *Agricultural development and leadership* (Chapter 6).
- Newman, M. E. J. 2010. *Networks: An introduction*. Oxford University Press.
- Northouse, P. G. 2018. *Leadership: Theory and Practice*. Sage Publications.
- Ören, M. E. 2023. Okul müdürlerinin danışma ilişkileri ile liderlik süreçlerinin sosyal ağ analizi ile incelenmesi (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi). Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Siirt.
- Özaydın, G., Çelik, Y. 2020. Liderlik tarzları ve görev performansının tarım işletmelerinde yenilik stratejileri üzerine etkisi (Çumra İlçesi Örneği). *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi*, 23(1): 181-193.
- Özçatalbaş O. 1994. GAP Bölgesinde (Şanlıurfa'da) Tarımsal Yayımın Analizi ve Etkin Bir Yayım Çalışması İçin Gerekli Koşulların Saptanması Üzerine Bir Araştırma, Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, YÖK Ulusal Tez Merkezi No 38766, Adana (261)s.

- Özçatalbaş, O., Gürgen, Y. 1998. Tarımsal Yayım ve Haberleşme. Baki Kitabevi, Adana.
- Özçatalbaş, O. 1999. Türkiye'de tarımsal yayımın yönetimine farklı bir bakış. Tarım Ekonomisi Dergisi, 1999(4): 19-28.
- Özçatalbaş, O. 2014. Kırsal kadın girişimciliğinin gelişimi ve önemi. ATSO Kırsalda Kadın Girişimciliği Paneli, 16 Mayıs 2014. Antalya.
- Özçatalbaş, O. 2020. Tarımda Girişimcilik ve Yeni İş Fikirleri Notları. Antalya Kadın Çiftçi Akademisi. ATSO-Tarım Orman İl Müdürlüğü, Antalya.
- Özçatalbaş, O. 2020. Technology Transfer and Change Management. In W. Leal Filho, A. Azul, L. Brandli, P. Özuyar, T. Wall (Eds.), Zero Hunger. Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals. Springer, Cham.
- Özçatalbaş, O., Kalaycı, M. 2021. Tarımsal Girişimcilik. Girişimciliği Keşfet Kitabı (G. Çıkmaz, S. Çavuşoğlu, Eds.). Paradigma Akademi.
- Özçatalbaş, O. 2022. Tarımsal Yayım ve İletişim Dersi Notları.
- Özkalp, E., Kirel, Ç. 2010. Örgütsel Davranış, Ekin Yayınevi, Bursa.
- Prell, C. 2012. Social network analysis, history, theory and methodology. California: Sage.
- Quiedeville, S. ve ark, 2018. Using Social Network Analysis to Evaluate the Impacts of the Research: on the Transition to Organic Farming in The Camargue
- Rost, J. C. 1991. Leadership for the Twenty-First Century. Praeger.
- Sabuncuoğlu, Z., Tüz, M. 2008. Örgütsel Psikoloji, Alfa Yayınevi, Bursa.
- Sarikaya, E. N. 2022. Antalya ili Aksu ilçesinde üreticilerin iyi tarım uygulama eğilimini etkileyen faktörlerin analizi Yüksek lisans tezi, Akdeniz Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Saruhan, S. C.ve Yıldız, M. L. 2009. Çağdaş Yönetim Bilimi. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Schein, E. H. 1985. Organizational Culture and Leadership. Jossey-Bass.
- Scott, J. 2000. Social network analysis: a handbook (2nd edition). Sage. Newberry Park, CA, USA.
- Scott, J. 2017. Social network analysis (4th edition). Sage, London, UK.
- Scott, J., Carrington, P. 2012. The SAGE Handbook of Social Network Analysis. (J. Scott & P. Carrington, Eds.). London: SAGE Publications.
- Selsky, J. W., Smith, A. E. 1994. Community Entrepreneurship: A Framework for Social Change Leadership. Leadership Quarterly, 5(3-4): 277-296.
- Shortall, S. 2004. Social or Economic Goals, Civic Inclusion or Exclusion An Analysis of Rural Development Theory and Practice. Sociologia Ruralis, 44(1): 109-123.
- Stogdill, R. M. 1974. Handbook of Leadership: A Survey of Theory and Research. Free Press.
- Stoner, J. A. ve Edward, F. R. 1992. Management. New Jersey: Prentice Hall.

- Şahin, S. 2004. Okul müdürlerinin dönüştürücü ve sürdürücü liderlik stilleri ile okul kültürü arasındaki ilişkiler. Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri.
- Şen, A., ve Eren, E. 2012. Innovative leadership for the twenty-first century. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 41, 1-14.
- T.C. Resmi Gazete. 2008. 5510 Sayılı Kanun gereğince sigortalı sayılanlar, sayılmayanlar, sigortalılığın başlangıcı, kuruma bildirilmesi ve sona ermesi hakkında tebliğ. 28.9.2008. Sayı: 27011, Başbakanlık Basımevi, Ankara.
- Tang, C., Jones, M. 2013. Local leadership for rural tourism development: A case study of Adventa, Monmouthshire, UK. Tourism Management, 38: 10-20.
- Tezcan, Y. 2006. Liderlik özellik ve davranışlarının belirlenmesi ve konuyla ilgili olarak yapılan bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi, Edirne.
- Tin, G. 2020. Algılanan liderlik tiplerinin örgütsel bağlılık ve iş tatmini üzerindeki etkisi: Bankacılık sektöründe bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, İstanbul.
- Tsvetovat M., Kouznetsov A. 2011. Social network analysis for startups. Sebastopol: O'Reilly.
- TÜİK, 2021. Örtüaltı tarım alanları. Erişim adresi: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) (tuik.gov.tr)
- Türk Dil Kurumu. 2021. Liderlik. Türk Dil Kurumu Sözlüğü. <https://sozluk.gov.tr/>
- Wasserman, S., Faust, K. 1994. Social network analysis: Methods and applications. Cambridge University Press.
- Wellman, B., 1999. Networks in the Global Village. Boulder, CO: Westview Press.
- Williams, L. L., ve Lindsey, M. L. 2011. Rural leaders and leadership development in Pennsylvania. Journal of Leadership Education, 10(1): 45-58.
- Yavuz, G. 2010. Polatlı ilçesinde üreticilerin tarım sigortası yaptırmaya karar verme sürecinde etkili olan faktörlerin analizi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Ankara.
- Yıldırım, Ali. 2010. Etik liderlik ve örgütsel adalet üzerine bir uygulama, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi
- Yiğit, F., Karaman, S. 2021. Yaş meyve ve sebze ticaretinde tüccar ve komisyoncuların sosyal ağ analizi: Antalya ili örneği. Mustafa Kemal Üniversitesi Tarım Bilimleri Dergisi, 26(3): 736-745.
- Yoğun, A. E., Göl, Ö. G. 2016. Liderlik Tipleri: Kamu ve Özel Eğitim Kurumlarında Karşılaştırılmalı Bir Araştırma, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, The Journal of International Social Research, Cilt: 9, Sayı: 42.
- Yukl, G. 2008. How Leaders Influence Organizational Effectiveness. The Leadership Quarterly. 19(6) (2008): 708-722.
- Yukl, G. 2013. Leadership in Organizations. Pearson.

- Zamani, G. H., ve Karami, E. 2006. Rural leadership and sustainable agriculture: Criteria for recruiting leaders. Journal of Food, Agriculture & Environment, 4(3&4): 228-234.



ÖZGEÇMİŞ

Miray KALAYCI

ÖĞRENİM BİLGİLERİ

Doktora 2018- Devam Ediyor	Akdeniz Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Antalya
Yüksek Lisans 2014-2017	Akdeniz Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Antalya
Lisans 2004-2009	Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Isparta

MESLEKİ VE İDARİ GÖREVLER

Araştırma Görevlisi 2014-Devam Ediyor	Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Antalya
--	---