

T.C.
GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ
BAHÇE BİTKİLERİ ANA BİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

KONYA İLİNDE PERAKENDE SÜS BİTKİLERİ SATIŞI YAPAN
İŞLETMELERİN MEVCUT DURUMU,
SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

TOKAT

Aralık-2021

Her hakkı saklıdır.

TEZ BEYANI

Tez yazım kurallarına uygun olarak hazırlanan bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, tezin içerdığı yenilik ve sonuçların başka bir yerden alınmadığını, kullanılan veriler üzerinde herhangi bir oynama veya değişiklik yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitede başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Gülçin Eda BABADAĞ

Aralık, 2021

ÖZET

YÜKSEK LİSANS TEZİ

KONYA İLİNDE PERAKENDE SÜS BİTKİLERİ SATIŞI YAPAN

İŞLETMELERİN MEVCUT DURUMU,

SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

GÜLÇİN EDA BABADAĞ

TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

BAHÇE BİTKİLERİ ANA BİLİM DALI

(TEZ DANIŞMANI: PROF. DR. MEHMET GÜNEŞ)

Bu araştırma, Konya ilinde perakende çiçek satışı yapan esnafın mevcut yapısını ve pazarlama sorunlarını tespit etmek amacıyla yürütülmüştür. Çalışmada tam sayım yapılarak, il merkezinde bulunan 67 adet çiçek perakendecisi ile yüz yüze görüşme yoluyla anket uygulanmıştır. Anket formu aracılığıyla, perakendecilerin demografik yapısı, satış yapılan yerin özellikleri, ürün tedarik şekilleri, satış sürecindeki ürün kayıpları, çiçek türlerine göre satış durumu, uygulanan muhafaza yöntemleri incelenmiştir. Bunun yanında, en fazla çiçek satışının yapıldığı sezon ve özel günler, tüketiciler tarafından en çok tercih edilen çiçek türleri, perakendecilerin çiçek perakendeciliği hakkında görüş, önerileri ve başlıca sorun alanları irdelenmiştir. Yapılan değerlendirmelere göre; esnafın kendilerini geliştirme eğilimlerinin çok yüksek olmadığı, teknik bilgi edinmek konusunda çok aktif olmadıkları söylenebilir. Bir yandan ürün çeşitliliği, ürün dizaynı, ürün bakımı gibi konularda, diğer yandan işletme yönetimine ilişkin konularda, dünyada hızla değişen ve gelişen trendler dikkate alındığında, sektörde güçlü bir şekilde var olmaya devam edebilmeleri için daha fazla kendilerini geliştirme eğilimi taşımalarının yararlı olacağı düşünülerek çözüm önerileri getirilmiştir.

60 sayfa, 2021

ANAHTAR KELİMELEER: Süs Bitkileri, Anket, İşletme, Kesme Çiçek, Saksılı Çiçek

ABSTRACT

MASTER'S THESIS
RETAIL ORNAMENTAL PLANTS IN KONYA PROVINCE
CURRENT STATUS OF BUSINESSES,
PROBLEMS AND SOLUTIONS

GÜLÇİN EDA BABADAĞ

TOKAT GAZİOSMANPAŞA UNIVERSITY GRADUATE SCHOOL

HORTICULTURE

(Thesis Advisor: PROF. DR. MEHMET GÜNEŞ)

This research was carried out to determine the current structure and marketing problems of flower retailing in Konya. In the study, a complete census was made and a questionnaire was applied to 67 flower retailers in the city center through face-to-face interviews. By means of the questionnaire, the demographic structure of the retailers, the characteristics of the place of sale, product supply types, product losses in the sales process, sales status according to flower types, storage methods were examined. In addition, the season and special days when the most flowers are sold, the most preferred flower types by consumers, the opinions and suggestions of retailers about flower retailing and the main problem areas are examined.

According to the reviews; It can be said that the tendency of the tradesmen to develop themselves is not very high and they are not very active in acquiring technical knowledge. Considering the rapidly changing and developing trends in the world on issues such as product variety, product design, product maintenance on the one hand, and business management on the other hand, solutions have been proposed considering that it would be beneficial for them to have a tendency to develop themselves more so that they can continue to exist in a strong manner in the sector. 60 page, 2021

KEYWORDS: Ornamental, Survey, Business, Cut Flower, Pot Flower

ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimim boyunca her konuda bana destek veren bilgisiyle, tecrübesiyle yanımda olan kıymetli danışman hocam Prof. Dr. Mehmet GÜNEŞ'e ve yine bu süreç boyunca sevecenliğiyle, güler yüzüyle desteğini hiç esirgemeyen tezime yapmış olduğu katkıdan dolayı Doç. Dr. Esen EN ORUÇ'a, teşekkür ederim.

İşletmecilerle yaptığım anket çalışmalarında beni yalnız bırakmayan, maddi manevi hep yanımda olan canım anneme ve güzeller güzeli kardeşime teşekkürlerimi sunarım.

Gülçin Eda BABADAĞ

Aralık, 2021

İÇİNDEKİLER

ÖZET	i
ABSTRACT	ii
ÖNSÖZ	iii
İÇİNDEKİLER	iv
ŞEKİL LİSTESİ	vii
ÇİZELGE LİSTESİ	ix
1. GİRİŞ	1
2.1. Dünyada Süs Bitkileri.....	5
2.2. Türkiye’de Süs Bitkileri	6
3. MATERYAL ve YÖNTEM	14
3.1. Araştırma Alanına Ait Bilgiler	14
4. ARAŞTIRMA BULGULARI	16
4.1. Çiçek Satışı Yapan Esnafın Demografik Özellikleri	16
4.1.2. Çiçek satışı yapan esnafın cinsiyet dağılımı	17

4.1.3. Çiçek satışı yapan esnafın eğitim düzeyine göre dağılımı	18
4.1.4. Çiçek satışı yapan esnafın medeni durumu	18
4.1.5. Çiçek satışı yapan esnafın meslekte deneyim yılı	19
4.2. Çiçek Satışı Yapan (Perakendeci) Esnafın İşletmelerine İlişkin Bazı Özellikler	19
4.2.1. Çiçek satışından elde edilen gelir (yıllık)	19
4.2.2. Çiçek satışı yapan esnafın süs bitkisi satışı yaptıkları mekanların mülkiyet durumları	21
4.2.3. Çiçek satışı yapan esnafın süs bitkisi satışı yaptıkları mekanların büyüklüğü	21
4.2.4. Çiçek satışı yapan esnafın zarara karşı sigorta yaptırma durumu	22
4.2.5. Çiçek satışı yapan esnaf perakendecilerin çalıştırdığı elemanlar	22
4.2.6. Çiçeklerin getirildiği iller	24
4.2.7. Çiçekleri firmalardan temin ederken fiyat belirleme yöntemleri	25
4.2.8. Çiçeklerin temin edilme şekli	25
4.3. Çiçekçi Esnafının Ürün Muhafaza, Bakım ve Ürün Kayıplarına İlişkin Bilgiler	25
4.3.1. Çiçekçi esnafının (perakendecilerinin) çiçekleri muhafaza yöntemleri	26
4.3.2. Çiçek satışı yapan perakendeci esnafın süs bitkilerinde gördüğü hastalıklar	26
4.3.3. Çiçek satışı yapan esnafın süs bitkilerinde gördüğü zararlılar	27
4.3.4. Çiçek satışı sırasında ürün kaybı ve nedenleri	28
4.3.5. Konya çiçek perakendeci esnafının çiçeklere uyguladığı bakım işlemleri	29
4.4. Ürün Satış Aşamasına İlişkin Bilgiler	29
4.4.1. Çiçek satışının mevsimsel dağılımı	29
4.4.2. Çiçek fiyatlarının yıl içerisinde değişkenlik gösterme durumu	30
4.4.3. Konya çiçek perakendeci esnafının çiçekleri etiketleme tercihi	30
4.4.4. Çiçek satışı yapan esnafın en fazla sattıkları kesme ve saksılı çiçekler	31
4.4.5. Çiçek satış fiyatı belirleme yöntemleri	31
4.4.6. Çiçek fiyatları konusunda çiçekçi esnafının memnuniyeti	32
4.4.7. Satışa sunulan çiçeklerin tamamını satabilme yüzdesi	33
4.4.8. Konya çiçek perakendeci esnafının kâr zarar değerlendirmesi	33
4.4.9. Zarar durumunda olan esnafa göre bu durumun nedenleri	34

4.4.10. Konya çiçek perakendeci esnafına göre satışını etkileyen faktörler.....	35
4.5. Çiçekçi Esnafının Kendini ve İşletmesini Geliştirme Eğilimi	35
4.5.1. Konya çiçek perakendeci esnafının süs bitkileri alanında akademik eğitim durumu	35
4.5.2. Konya çiçek perakendeci esnafının teknik bilgi açısından Tarım ve Orman İl Müdürlüğünden faydalanma eğilimi	36
4.5.3. Çiçekçi esnafının Tarım ve Orman İl Müdürlüğünden Faydalanmama nedenleri	36
4.6. Çiçekçi Esnafının Meslek Seçim Nedenleri, Sorunları ve Önerileri	37
4.6.1. Görüşülen çiçekçi esnafının süs bitkileri perakende satışını meslek olarak seçme nedenleri	38
4.6.2. Devlet tarafından sağlanan kredilerden faydalanma oranı.....	39
4.6.3. Çiçek satışında yaşanan sorunlar	40
4.6.4. Çiçekçi esnafının yaşadığı sorunlar	41
4.6.5. Konya çiçek perakendeci esnafının sektörle ilgili görüş ve önerileri	41
7. KAYNAKLAR	48
8. EKLER	51
9. ÖZGEÇMİŞ	60

KISALTMALAR ve SİMGELER

Kısaltma

Açıklama

AB:	Avrupa Birliği
AIPH :	The International Association of Horticultural Producers
COVID-19:	Yeni Korona Virüs Hastalığı-2019
da:	dekar ha:
hektar	
SÜSBİR :	Süs Bitkileri Üreticileri Alt Birliği
TL :	Türk Lirası
TÜİK :	Türkiye İstatistik Kurumu
UN COMTRADE :	United Nations Comtrade

USD: Amerikan Doları

YY: Yüzyıl

Simge

Açıklama

\$

Dollar

€ :

Euro %:

Yüzde

m²:

Metrekare

ŞEKİL LİSTESİ

Sekil No

Sayfa No

Şekil 1 AB'de insanların çiçek satın alma nedenleri (Anonim, 2019)	2
Şekil 2 AB'de işletmelerin işlevsel amaçlı çiçek satın alma nedenleri (Anonim, 2019) ...	2
Şekil 3.1. Konya ili konum haritası	14
Şekil 3.2. Konya Noya çiçekçiliğe ait görüntüler (Orijinal, 2020)	15
Şekil 4.1. Konya çiçek perakendeci esnafının gruplara göre yaş dağılımı	16
Şekil 4.2. Konya çiçek perakendeci esnafının cinsiyet dağılımı	17
Şekil 4.3. Konya çiçek perakendeci esnafının eğitim durumu	17
Şekil 4.4. Konya çiçek perakendeci esnafının medeni durumu	18
Şekil 4.5. Çiçekçi esnafının yaş gruplarına göre deneyim yılı dağılımı	19
Şekil 4.6. Konya çiçek perakendeci esnafının çiçek satışından elde ettiği yıllık gelirin grup dağılımı	20
Şekil 4.7. Konya çiçek perakendeci esnafının çiçek satışından elde ettiği yıllık gelirin grup dağılımı	21
Şekil 4.8. Çiçek satışı yapan esnafın satış yaptıkları mekânların büyüklüğünün gruplara göre dağılımı	22

Şekil 4.9. Konya çiçekçi esnafının çalıştırdığı eleman durumu.....	23
Şekil 4.10. Çiçeklerin temin edildiği iller.....	24
Şekil 4.11. Çiçekleri firmalardan temin ederken fiyat belirleme yöntemleri	24
Şekil 4.12. Çiçeklerin temin edilme şekli	25
Şekil 4.13. Konya çiçek perakendeci esnafının çiçekleri muhafaza yöntemleri.....	26
Şekil 4.14. Konya çiçek perakendeci esnafının çiçeklerde gördüğü hastalıklar	26
Şekil 4.15. Konya çiçekçi esnafının çiçeklerde gördüğü zararlılar	27
Şekil 4.16. Çiçek satışı sırasında ürün kaybı	27
Şekil 4.17. Çiçek kayıplarının nedenleri	28
Şekil 4.18. Çiçeklere uygulanan bakım şekilleri.....	28
Şekil 4.19. Çiçek satışının mevsimsel dağılımı	29
Şekil 4.20. Çiçek fiyatlarının mevsimsel durumu	29
Şekil 4.21. Çiçeklerin etiketlenme durumu	30
Şekil 4.22. Saksılı çiçeklere yönelik talep dağılımı	30
Şekil 4.23. Kesme çiçeklere yönelik talep dağılımı	31
Şekil 4.24. Çiçek satış fiyatının belirlenmesi	31
Şekil 4.25. Konya çiçek perakendeci esnafının memnuniyet durumu	32
Şekil 4.26. Konya perakendeci esnafın çiçeklerin tamamını satabilme yüzdesi	32
Şekil 4.27. Konya çiçek perakendeci esnafının kar-zarar durumu	33
Şekil 4.28. Zarar durumundaki Konya çiçek perakendeci esnafının zararının nedenleri	34
Şekil 4.29. Satışı etkileyen etmenler	34
Şekil 4.30. Konya çiçek perakendeci esnafının çiçekçilik alanında akademik eğitim alma durumu	35
Şekil 4.31. Konya çiçek perakendeci esnafının teknik bilgi açısından kurumlardan faydalanma durumu	36
Şekil 4.32. Esnafın Tarım İl Müdürlüğü'nden faydalanmama nedeni	36
Şekil 4.33. Konya çiçek perakendeci esnafın kursa katılma durumu.....	37
Şekil 4.34. Konya çiçek perakendeci esnafın çiçekçilik mesleğini seçme nedenleri.....	38
Şekil 4.35. Konya çiçek perakendeci esnafın krediden yararlanma durumu	39
Şekil 4.36. Çiçek satışı sırasında yaşanan sorunlar	40

Şekil 4.37. Konya çiçek perakendeci esnafının yaşadığı genel sorunlar 41

ÇİZELGE LİSTESİ

Çizelge No

Sayfa No

Çizelge 2.1. Dünya kesme çiçek ve saksılı bitkiler üretim alanları (2020)	5
Çizelge 2.2 .Ürün grubuna göre dünya süs bitkileri ihracatı (Değer: 1.000 USD)	6
Çizelge 2.3. Türkiye’de yıllara göre süs bitkileri üretim alanları (da)	6
Çizelge 2.4 Türkiye’de yıllara göre süs bitkileri üretim miktarları (adet)	7
Çizelge 4.1 Konya çiçek perakendeci esnafının yaş değerleri	16
Çizelge 4.2. Konya çiçek perakendeci esnafının meslekte deneyim yılı	19
Çizelge 4.3. Konya çiçek perakendeci esnafın çiçek satışından elde ettiği gelir miktarı (yıllık)	20
Çizelge 4.4. Konya çiçek perakendeci esnafının çiçek satışı yaptığı mekanın alan büyüklüğü	22



1. GİRİŞ

Süs bitkileri, alışılmış anlamda insanların ruhsal (psikolojik) ve fiziksel (koklama, duyma, hissetme gibi) açıdan ihtiyaçlarının giderilmesine yönelik yetiştirilen bitkiler olarak ifade edilmişlerdir. Ancak bugün bu ifade genişleyerek ve süs bitkileri, bilhassa şehirlerde doğadan uzakta yaşayan insanlar ile doğa arasında bağın kurulması ve doğa özleminin giderilmesi açısından yeşil alanların oluşturulmasında kullanılan temel araçlar olarak tanımlanmışlardır. (Ay, 2009). Dolayısıyla ‘Süs Bitkileri’ deyiimi genel bir kavram olup; “Süs Bitkileri”, hem işlevsellikleri hem de daha iyi anlaşılması açısından kesme çiçekler, iç mekân (saksı-salon) süs bitkileri, dış mekân süs bitkileri ve doğal çiçek soğanları (geofitler) olmak üzere dört başlık altında sınıflandırılmaktadır (Gürsan, 2002).

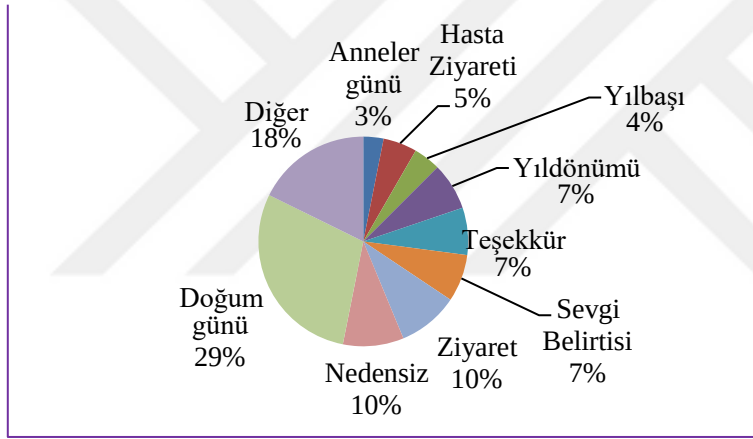
Süs bitkilerinin kullanımı ile ilgili geçmişten edinilen bilgilere göre tam zamanı bilinmemekte olup kaynakların bildirdiklerinden estetik, ekolojik konfor olarak bahçe ve çevre düzenlemelerinde, inançların ifade edilmesinde kullanılan bu bitkiler ve insan arasındaki bağ insanoğlunun varoluşu kadar eskidir (Baktır, 2013).

Süs bitkisi yetiştiriciliği ekonomik (parasal) bir değer taşıması ile 20. yy’ın başlarında ABD, İngiltere, Almanya, Fransa, Hollanda, Japonya gibi gelişmiş ülkelerin önemli merkezlerinde ticari süs bitkileri yetiştiriciliği başlamıştır (Karagüzel, 2010). Bugün dünyada süs bitkileri sektörüne bakıldığında toplam 42 milyar 283 milyon dolar bir ticaret hacminin olduğu buna karşın Türkiye’nin ise sektördeki payının binde 3 gibi çok düşük bir düzeyde bulunduğu görülmektedir (Aydişakir, ve ark., 2014; Anonim, 2021).

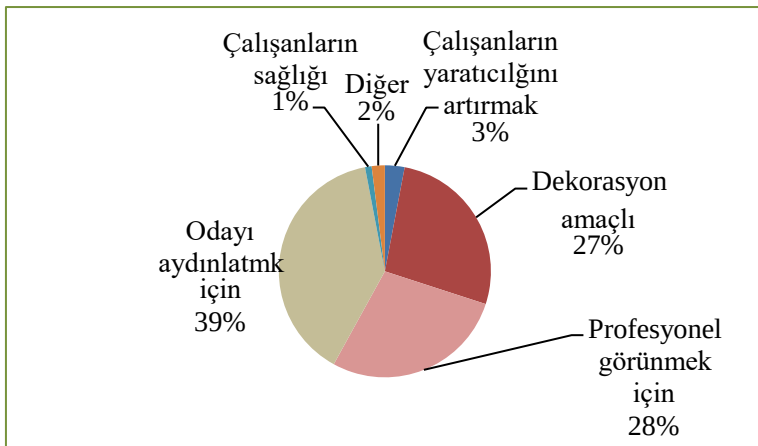
Avrupa ülkelerinin geneline bakıldığında üretim değerlerinde yıllar itibariyle artış görülmektedir. Üretimdeki artış dolayısıyla tüketimdeki artışa yansımaktadır. Dolayısıyla ülkelerin çiçek tüketimleri refah seviyeleri ve ekonomileriyle doğru orantılıdır. Bunun yanı sıra ülkelerin geçmişlerinde yerleşmiş olan çiçek kültürü ve çiçeğe verdikleri değer de tüketimlerini belirlemektedir. Özellikle Avrupa Birliği’nin ilk 15 üyesinin dünyadaki toplam tüketimin yarıdan fazlasını gerçekleştirdikleri ve kişi başına çiçek tüketim bakımından İtalya, Fransa ve İspanya’da yıllık harcama ortalama 40 €’ya Avusturya, Belçika’da 100 €’ya yaklaşmaktadır. Almanya, Danimarka, Hollanda’da ise 100 €’yı

geçmektedir. Türkiye’deki çiçek tüketimi ise 1 €’nun altındadır (Hekimoğlu ve Altındeğer, 2012; Anonim, 2021).

Çiçeğin tüketim şekilleri toplumlarda değişiklik gösterse de, özellikle kesme çiçek hediye/ saygı simgesi olarak kullanılmaktadır. Diğer yandan, turizmde ve dekorasyon amaçlı olarak kullanımı da tüketimi arttırmaktadır. AB ülkelerinde çiçek tüketimine yönelik olarak yapılan bir araştırmada modern yaşamda çiçek tüketimi Şekil 1. ve Şekil 2.’de yorumlanmıştır. Özellikle şirketlerin/iş yerlerinin çiçek satın almalarındaki belli başlı nedenlerin iş verimi ve iş yerinin çekiciliğini arttırmak olduğu tespit edilmiştir (Anonim, 2019).



Şekil 1 AB’de insanların çiçek satın alma nedenleri (Anonim, 2019)



Şekil 2 AB'de işletmelerin işlevsel amaçlı çiçek satın alma nedenleri (Anonim, 2019)

Türkiye’de ise süs bitkilerinde ticari üretim 1940’lı yıllarda İstanbul Adalar ve Yalova çevresinde başlamıştır. 1960’lı yıllarda Atatürk Bahçe Kùltürleri Merkez Araştırma Enstitüsü adını alan araştırma enstitüsünde süs bitkilerine yönelik az sayıda inceleme yapılmaya başlanmıştır. Sektör 1975’li yıllarda ulaşımın kolaylaşmasıyla kışları daha ılık geçen İzmir’e ve daha sonra 85’li yıllarda Antalya’ya yayılarak gelişmiştir (Karagözel vd., 2010; Kazaz, 2012; Gülcür, 2015). Bugün süs bitkileri sektörü bitkisel üretim sektörünün düzenli büyüme eğiliminde olan bir alt sektörüdür (Kazaz, 2012). Türkiye’de süs bitkileri sektörünün %95 oranında yüksek katma değeri ve yüksek istihdam yaratan bir sektör olduğu bilinmektedir. Sektördeki doğrudan istihdam 100 bin kişi olup, sektördeki dolaylı istihdam ise yaklaşık 500 bin kişidir. Sektör ülkedeki sosyal yapıya da yeni iş alanlarının yaratılması ve istihdam edilen kesimlere barınma ve eğitim olanakları sağlanması ile katkı sağlamaktadır (Anonim, 2021).

Türkiye insanının artan refah düzeyine bağlı olarak değışen sosyal ihtiyaçları, tercihleri, şehir hayatı gibi etkenler süs bitkilerine olan ilgiyi ve talebi kaçınılmaz kılmıştır. Türkiye’nin kıyı ve batı bölgelerindeki çiçek üretim ve tüketimindeki hızlı artışlar çiçekçilik sektörünün gelişmesinin en büyük etkenlerinden biridir. Ayrıca belediyelerin çevre düzenlemelerine ağırlık vermeleri, insanların şehrin karmaşasından uzaklaşıp doğayla baş başa kalıp bir nebze olsun rahat nefes alma arzusu, şehirlere yakın kırsal alanlar, köy sınırları ve kentlerde bulunan müstakil (bahçeli konut) tipi yapıların artış göstermesi, şehirlerde ve yeni yaşam alanlarında çevresel yeşil alan düzenlemesinin temel malzemeleri olan süs bitkilerine talebin artmasına neden olan diğer etkenlerdir (Eşitken ve ark., 2012).

Daha sonraları ulaşım olanaklarının artmasıyla, halkın sosyo-ekonomik ve kültürel yapısındaki değışim ve gelişmeler sonucu, kıyı ve batı bölgelerde görölen çiçek tüketim artışı yavaş yavaş iç bölgelerde görölmeye başlamıştır. Bu süreç içerisinde çiçek tüketiminin artış gösterdiği bölgelerden birisi de İç Anadolu Bölgesidir (Bulut, vd., 2007).

Eşitken ve ark., (2012)’a göre Konya, süs bitkileri üretim ve tüketim potansiyeli olan önemli illerden bir tanesi olup coğrafi konum ve sahip olduğu doğal kaynaklar nedeniyle Türkiye’nin en hızlı gelişen ve metropolleşen illerindendir. Konya ilinin bir taraftan

kentleşme hızı ve diğer taraftan bulunduğu konum itibarıyla önemli batı ve doğu metropol illerinin de kavşak noktasında bulunması nedeni ile şehir peyzaj düzenleme faaliyetlerinin gelişip, ekonomik sektör boyutuna ulaşacağı bir konumdur. İlin bu coğrafi, sosyoekonomik yapısı nedeniyle, süs bitkileri yetiştiriciliği bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır. İlde ortaya çıkan ve büyük bölümü diğer illerden karşılanan bu talebi gören bireysel girişimciler kendi koşullarında süs bitkisi üreten işletmeler kurup faaliyette bulunmaktadır.

Bu araştırmada temel amaç, Konya ilinde faaliyet gösteren çiçekçi esnafının (perakendecilerin) temel özelliklerini, işletmelerinin işleyiş sistemini ve sorunlarını ortaya koymak, belirlenen mevcut durum üzerinden sorunlarına ve gelişimlerine yönelik çözüm önerileri oluşturmaya çalışmaktır. Bu kapsamda, çiçekçi esnaflarının karşılaştıkları sorunları, süs bitkilerini temin ettikleri iller, çiçekleri sunum şekilleri, satış yöntemleri, satış yapılan yerin mülkiyet durumu, alan büyüklüğü ve çiçeklerin nakliyesi, en fazla satış yapılan sezon ve özel günler, tüketicilerin en çok tercih ettiği kesme ve saksılı çiçek türleri gibi özellikler belirlenmeye çalışılmıştır.

2. LİTERATÜR ÖZETLERİ

2.1. Dünyada Süs Bitkileri

Yüzyıllar önce estetik amaçlarla kullanılmaya başlanan süs bitkileri, ticari bir alt sektöre giden süreçte öncelikle 19. yüzyılın sonları, 20. yüzyılın başlarında ABD, İngiltere, Almanya, Fransa, Hollanda, Japonya gibi gelişmiş ülkelerin önemli kentlerinde (New York, Londra, Berlin, Paris, Amsterdam, Tokyo) ticari süs bitkileri yetiştiriciliği kesme çiçek ağırlıklı başlamıştır (Agyekum, 2010; Karagüzel, 2010; Sarioğlu, 2021). Daha sonra iç ve dış mekan süs bitkileri ile çiçek soğanları faaliyet alanlarına doğru genişleyerek hızlı bir büyüme göstermiştir. Süs bitkileri üretim, pazarlama, istihdam kavramları ile ekonomik açıdan ele alınması, süs bitkilerinin bitkisel üretim sektörü içinde bir alt sektör olarak anılmasına neden olmuştur. Bu alt sektörün unsurlarının endüstriyel ürünler gibi ele alınması ve araştırma geliştirme çalışmaları, üretimde bir örneklik, süreklilik ve teknoloji kullanım düzeylerindeki gelişmeler, sektörün süs bitkileri endüstrisi olarak ele alınmasına neden olmuştur (Sönmez, 2012; Sarioğlu, 2021).

Çizelge 2.1’de görüldüğü üzere 2020 yılı verilerine göre, dünyada kesme çiçek ve saksılı bitkiler üretimi toplam 749 200 hektarlık bir alanda yapılmaktadır. Bu alanın büyük bir kısmında Asya/Pasifik kıtası üretimi tek başına üstlenmektedir ve toplam 580.000 hektarlık üretim alanını kaplamaktadır. Süs bitkileri üretim alanlarının %75’i Asya/Pasifik bölgesindedir. En az üretim alanı Orta Doğu bölgesinde bulunmakla birlikte, Amerika, Afrika, Avrupa ve Orta Doğu’nun toplam alanı, dünya üretim alanlarının hektar bazında sadece %25’ini oluşturmaktadır (Anonim, 2021).

Çizelge 2.1. Dünya kesme çiçek ve saksılı bitkiler üretim alanları (2020)

Bölge	Üretim alanı (ha)
Asya/Pasifik	580 000
Avrupa	60 000
Orta/Güney Amerika	55 000
Kuzey Amerika	30 000
Afrika	18 000
Orta Doğu	6 200
Toplam	749 200

Kaynak: AIPH, 2021

Dünya süs bitkileri ihracatının ürün gruplarına göre son beş yıllık dağılımı Çizelge 2.2.'de yer almaktadır. Dünyada en fazla ihracat yapılan ürün grubu canlı bitkiler ve kesme çiçeklerdir. 2020 yılı verilerine göre dünya canlı bitkiler ihracatı toplam 10 milyar 624 milyon \$'dır. 2020 yılında dünya üzerinde 8 milyar 435 milyon \$ kesme çiçek, 1 milyar 766 milyon \$ çiçek soğanları, 1 milyar 281 milyon \$ yosun ve ağaç dalları ihracatı yapılmıştır.

Çizelge 2.2. Ürün grubuna göre dünya süs bitkileri ihracatı (Değer: 1.000 USD)

Ürün Grubu	2016	2017	2018	2019	2020
Canlı Bitkiler	8 436 513	9 140 593	9 006 581	10 114 667	10 624 969
Kesme Çiçekler	8 344 615	8 639 837	10 116 162	9 409 525	8 435 416
Çiçek Soğanları	1 720 214	1 775 782	1 795 454	1 785 735	1 766 228
Yosun Ağ. Dal.	1 154 100	1 245 690	1 323 318	1 355 617	1 281 667
Toplam	19 655 442	20 801 902	22 241 515	22 665 544	22 108 280

Kaynak: UN COMTRADE/ITC

2.2. Türkiye’de Süs Bitkileri

Türkiye, süs bitkileri açısından oldukça zengin bir çeşitliliğe sahiptir. Türkiye, süs bitkileri yetiştiriciliğinde uygun ekolojik koşullar, pazar ülkelere yakınlığı ve ucuz işgücüne sahip olması gibi nedenlerle önemli avantajlara sahiptir. Türkiye’de 2020 yılında toplam 54 128 da alanda süs bitkileri üretimi yapılmaktadır (Anonim, 2021). Üretim alanlarının ve üretim miktarlarının yıllara göre değişimi Çizelge 2.3. ve 2.4.’te verilmiştir (TÜİK, 2020).

Çizelge 2.3. Türkiye’de yıllara göre süs bitkileri üretim alanları (da)

Ürün Grubu	2018	2019	2020
Dış Mekan Süs Bitkileri	37 307	37 699	39 739
Kesme Çiçekler	11 920	12 374	12 184

İç Mekan (saksılı) Süs Bitkileri	2 081	1 992	1 706
Çiçek Soğanları	494	412	499
Toplam	51 802	52 477	54 128

Kaynak: TÜİK, 2021

Çizelge 2.4 Türkiye’de yıllara göre süs bitkileri üretim miktarları (adet)

Ürün Grubu	2018	2019	2020
Dış Mekan Süs Bitkileri	507 183	510 558	529 109
Kesme Çiçekler	1.055 784	1 093 333	1 009 613
İç Mekan (saksılı) Süs Bitkileri	60 150	51 669	48 458
Çiçek Soğanları	88 657	62 537	71 415
Toplam	1 711 774	1 718 098	1 658 595

Kaynak: TÜİK, 2021

Bugün Türkiye’de 28 ilde süs bitkileri üretimi yapılmaktadır. Üretimin en fazla yapıldığı iller sırasıyla İzmir, Antalya, Yalova ve İstanbul’dur ve toplam süs bitkileri üretiminin %22’sini kesme çiçek oluşturmaktadır. Türkiye’de kesme çiçek üretimi Marmara, Ege ve Akdeniz Bölgelerinde yer alan mikroklimatik alanlarda yoğunlaşmaktadır. Marmara ve Ege Bölgesinde (İstanbul, Yalova, İzmir, Aydın) yapılan kesme çiçek üretimi genellikle iç pazara yöneliktir. Antalya bölgesinde seralarda yapılan üretimin büyük çoğunluğu ise yüksek kaliteli ve ihracata yöneliktir. Üretim alanlarına göre Türkiye’de ağırlıklı olarak karanfil üretilmektedir ve 2020 yılı sezonu itibarıyla üretimin %36’sını oluşturmaktadır. Üretimde diğer önemli kesme çiçek çeşitleri gerbera (%9) ve güldür (%19). Ayrıca kıyı bölgelerinden içerde; Isparta, Burdur, Korkuteli ve Aksu bölgelerinde yaz aylarında yüksek kaliteli karanfil ağırlıklı üretim de yapılmaktadır. Bu sayede yılın 12 ayı karanfil üretilmektedir (Anonim, 2021; TÜİK, 2021).

Türkiye’de 2020 yılı verilerine göre 106 milyon dolar değerinde süs bitkileri ihracatı yapılmıştır. Toplam süs bitkileri ihracatının %34’ünü kesme çiçekler oluşturmaktadır. 2020 yılında %36.6 milyon dolar olan kesme çiçek ihracatında en önemli ürün karanfildir. Karanfil dışında ihraç edilen diğer kesme çiçekler arasında gerbera, gypsophilla, lilium önemli olup, yeni türlerden ranunculus, lisianthus gibi türlerin de ihracatı önem kazanmaya başlamıştır. Türkiye’nin kesme çiçek ihracatının %85’i Antalya’dan yapılmaktadır. Antalya’dan sonra sırasıyla İzmir ve Yalova illeri gelmektedir. Türkiye’den bugün yaklaşık 50 ülkeye kesme çiçek ihracatı yapılmaktadır. Kesme çiçek

ihracatında en önemli pazarlarımız Hollanda, Özbekistan, Almanya, Azerbaycan, İngiltere ve Bulgaristan'dır (Anonim, 2021).

Mevcut koşullar dikkate alındığında henüz istenilen ve beklenen seviyeye ulaşmamış olmasına rağmen önemli bir üretim ve ihracat potansiyeli taşıması sektöre özel bir ilgi gösterilmesini gerekli kılmaktadır (Anonim, 2002; Bulut, ve ark., 2007). Bunun yanında süs bitkisi tüketiminin Türk toplumunda halen lüks tüketim olarak algılanması, pazarlama ve ulaşım sorunu, tüketicilerin yeterli bilgiye sahip olmaması ve süs bitkisi tüketimi için yapılan tanıtım faaliyetlerinin istenen seviyede olmaması gibi nedenler süs bitkisi üretim ve pazarlama işletmelerinin Türkiye'de belirli alanlar üzerinde yoğunlaşmasına yol açmıştır (Onay, 2008).

Güçlü (1991), çalışmada, Erzurum ve çevre illerde süs bitkileri tüketim potansiyeli araştırılmıştır. Olumsuz iklim koşulları, ekonomik yapısının iyi olmaması süs bitkilerinin gelişmesini engellediğini buna karşın halkın çiçek tüketimi bakımından yörede oldukça yüksek bir potansiyele sahip olduğunu ve çevre illerin çiçek ihtiyacının yine Erzurum'dan karşılandığı belirtilmiştir. Erzurum'un çiçek üretim merkezlerine olan uzaklığı dışında çiçeğin pazarlanması bakımından büyük bir problemi olmadığı sadece çiçek temin edilirken nakliyenin zor ve masraflı olduğu bildirilmiştir. Sonuç olarak yöre koşullarında kesme çiçekçiliğinin gelişmesi için Erzurum'a yakın olan mikroklimatik özelliğe sahip Tortum'da kontrollü seralar inşa edilmesi gerektiğini ve süs bitkisi yetiştiriciliğinin, Doğu Anadolu Bölgesinde teşvik edilmesi ve kredi koşullarının kolaylaştırılması gibi öneriler geliştirmişlerdir.

Titiz ve ark., (2000) çalışmalarında süs bitkilerini 4 grup altında incelemiş ve bu gruplardaki ortak sorunları; yetişmiş eleman gücünün ve özel eğitim kurumlarının yetersizliği, pazar sisteminin yapısal bozukluğu ve mevcut sistemin ihtiyacı karşılayacak bir organizasyona sahip olmaması olarak ortaya koymuşlardır.

Moore ve ark., (2000) "Seçilmiş Çiçek Bitkilerinin Tüketici Algıları" isimli çalışmalarında ABD'nin süs bitkileri ve kesme çiçek pazarları ile tüketici eğilimleri hakkında bilgilere yer vermişlerdir. Çalışma bulgularına göre bireylerin bir çiçeği satın alırken rengine göre karar verdikleri ve renk faktörü önemli unsur olarak görülmüş ve

başka bir sınıflandırma boyutu olarak tanımlanmıştır. Ayrıca bu çalışmada, tüketicilerin uzun ömürlü olan saksılı süs bitkilerini tercih ettiklerini diğer süs bitkilerine oranla daha fazla olduğunu destekleyen veriler de bulunmaktadır.

Bulut ve ark., (2007), tarafından yapılan bu çalışma çiçek perakendecileri üzerinde yapılan ilk çalışmadır. Kentteki çiçekçilerle yapılan anket sonucu elde edilen verilere dayanılarak yapılan bu çalışma ile kentin kesme çiçek tüketim potansiyeli ve çiçekçilerin yaşadıkları sorunlar ortaya konmaya çalışılmıştır. Çiçeklerin nakliye alım, satım ve muhafaza aşamasında karşılaştıkları en önemli problemin olumsuz iklim koşulları olduğu belirlenmiştir. Bu sorunların azaltılmasında Erzurum'un yakınında bulunan Torum ve Çoruh Vadisi sahip oldukları mikro klima özellikleri nedeniyle birçok kesme çiçeğin ekonomik olarak üretilmesinde ve Doğu Anadolu Bölgesi'ndeki çok sayıda ilin kesme çiçek ihtiyacının karşılandığı, üretim ve dağıtımı konusunda ön plana çıkacağı düşünülmektedir.

Onay (2008) tarafından Türkiye'de süs bitkileri sektörünün üretim ve yapısal sorunlarını analiz ederek bunlara yapıcı ve sürdürülebilir çözümler üretmek amacıyla bir çalışma yapılmıştır. Bunun için öncelikle sektörün Türkiye'deki mevcut durumu ortaya konulmaya çalışılmıştır. Sektörün üretim ve yapısal durumuna, ekonomik ve istihdam durumuna, örgütlenme ve pazarlama durumuna, mevzuatına ve yönetimine ilişkin öneriler geliştirilmiştir. Genel anlamda süs bitkileri sektörünün geliştirilmesi için, öncelikle kamuda ve eğitim alanında süs bitkisi sektörünün kendine yer edinmesi ve uzun vadeli stratejilerin geliştirilmesi, bu stratejilere göre AR-GE çalışmalarının yapılması, sektörün ekonomik ve sosyal hayata katkısının sağlanması için işletmelerin geliştirilmesi ve bu sektöründe diğer tarımsal sektörler gibi önemsenmesi gerektiği sonucuna varılmıştır.

Ay (2009), "Süs Bitkileri İhracatı Sorunları ve Çözüm Önerileri" adlı çalışmada Yalova ili çalışma sahası olarak seçmiştir. Yalova ilindeki üretim kalitesinin nasıl arttırılacağına değinilmiş ve ihracat değerlerinin yükselmesi için tespitler yapılmıştır.

Kooten ve Kuiper (2009), "Çiçek Zincirlerinde Tüketici Kabulü: Nihai Müşterilerin Gerçekten Ne İstedğini Nasıl Belirleyebiliriz?" isimli çalışmalarında tüketicilerin süs

bitkisi alt sektörü olan kesme çiçek ile ilgili taleplerinin nelerden ibaret olduğunu, nasıl tahmin ettikleri ile ilgili veriler yer almaktadır. Bu çalışmada kesme çiçeklerde uygulanan kalite kontrolleri, çiçeğin vazo ömrü ile ilgili bilgiler verilmiştir. İngiltere’de örneğin Sainbury’ler ve Tesco süs bitkileri kategorilerini geliştirerek icat ettikleri “Vazo Ömrü Garantisi” kalitelerini önemli ölçüde arttırmış ve pazar payındaki artış 15 yılda %18’den %60’lara yükselirken toplam çiçek tüketimini İngiltere’de son 15 yılda ikiye katlamıştır. Bu çalışmada; tüketicilerin, eğilimlerini büyük ölçüde etkileyen bu kriterlere verdikleri önem ile ilişkili olarak, vazo ömrü kalitesi uzun olan kesme çiçeği tercih ettikleri görülmüştür.

Eşitken ve ark., (2012), çalışmada Konya ilinde dış mekân süs bitkileri için uygun üretim alanlarının belirlenmesi için bu çalışma yapılmıştır. Yapılan değerlendirmeler ışığında Konya ilinde özellikle dış mekân süs bitkileri yetiştiriciliği için uygun alanların bulunduğu belirlenmiştir. Bununla beraber, sektörün bu bölgede oluşması ve gelişmesi için bazı öneriler getirmişlerdir. Bunlar; Farkındalık oluşturma eğitiminin yapılması, şehir merkezine yakın alanlarda şirketleşme, uygun olarak belirlenen diğer alanlarda aile işletmeciliğinin geliştirilmesi ve yeni işe başlayacak aile işletmelerinin ara mamulle işe başlaması ve ara mamul üretimin teşvik edilmesi, KOP, Mevka, İl Özel İdaresi kaynaklarından sektöre destek ve teşviklerin sağlanması vb.

Gençer (2014), Türkiye’de kesme çiçek sektörünün genel durumunu ortaya koymayı ve İstanbul ili kentsel alanda yaşayan tüketicilerle anket çalışması yaparak, tüketicilerin kesme çiçek tüketim eğilimlerini belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırma alanındaki tüketicilerin %32,9’unun kesme çiçek, %37,2’sinin saksılı süs bitkisi, %19’unun yapma çiçek tercih ettiği belirtilmiştir. Ayrıca sosyal sınıflar itibarıyla incelendiğinde ise kesme çiçek tüketimi gelir seviyesi en yüksek grupta %48, en düşük olan grupta %20 olarak belirlenmiş ve tüketiciler genellikle birden fazla kesme çiçek çeşidini tercih etmekle birlikte, saksılı süs bitkilerine olan tüketim eğiliminin daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Gül %15,9 oranıyla birinci sırada tercih edilirken, ikinci sırada Lisianthus %14 oranıyla tercih edilmektedir. Tüketicilerin gelirleri ve eğitim düzeyleri arttıkça kesme çiçek tüketimlerinde de artış olduğu bildirilmiştir.

Aydınşakir ve ark. (2014), Antalya ilinde çiçek perakendeciliğinin mevcut yapısını ve pazarlama sorunlarını tespit etmek amacıyla bir çalışma yürütmüşlerdir. Çalışmada tam sayım yapılarak, il merkezinde bulunan 48 adet çiçek perakendecisi ile yüz yüze görüşme yoluyla anket uygulanmıştır. Anket formu aracılığıyla, perakendecilerin demografik yapısı, satış yapılan yerin özellikleri, ürün tedarik kanalları ve ödeme şekli, satış sürecindeki ürün kayıpları, satış yöntemleri, sunum şekilleri, çiçek türlerine göre satış durumu, uygulanan muhafaza yöntemleri, satış artırmaya yönelik geliştirilen yeni teknikler ve sorunları incelenmiş ve çözüm önerileri geliştirilmeye çalışılmıştır.

Gülçür (2015), çalışmasında Dünya, Avrupa Birliği ile Türkiye'deki süs bitkileri sektörünün yapısal durumu, ithalat ve ihracat bakımından önde olan diğer 35 ülkedeki mevcut durumları ile ortaya koyarak, Türkiye'nin sektör bazında sorun ve çözüm önerilerini değerlendirmiştir. Yapılan bu çalışma ile 2016 yılında Antalya'da düzenlenen Expo 2016 için sektör paydaşlarına ışık tutması beklenmiştir.

Kızıllıkan (2016), Türkiye'de süs bitkileri üretimi ve pazarlama sektörünün mevcut durumunu ve gelişimini ortaya koymak, sorunlarını belirlemek ve çözüm önerileri geliştirmek amacıyla bu tez çalışması yapılmıştır. Çalışmada; sektörün son on yılda büyüme gösterdiği üretimin olmadığı sahalarda kalifiye eleman ve yeniliğe açık üreticiler olduğu takdirde üretimin sağlanabileceği ve Türkiye'nin konumu ve genetik bitki örtüsü kaynakları ile sahip olduğumuz tüm değerlerin süs bitkileri sektöründe yeterince değerlendirilemediğini ancak olumlu stratejiler uygulanabilir plan ve doğru uygulamalarla sektörün gelecekte arzu edilen değerlere yaklaşacağı öngörülmektedir.

Eroğlu (2016), Yalova ilinde dış mekan süs bitkilerinin mevcut durumu, sorunları ve çözüm önerilerini ortaya koymak amacıyla tez çalışması yapılmıştır. İşletmecilerin yalnızca %7'si Tarım il Müdürlüklerinden faydalanmaktadır. Karşılaştıkları sorunlar içerisinde; işletmecilerin %58,1'i bakım, %37'si iş gücü yetersizliği sorunu ile karşılaşmaktadır. İşletmecilerin en çok tercih ettiği bitki türü % 79,1 oranı ile taflandır. Yalova ilinde bulunan, Organize Süs Bitkileri Bölgesi'nin varlığı sektöre önemli bir katkı sağlamaktadır. Ancak firmaların plansız üretim yapması, geleneksel yöntemlerle dış mekan süs bitkileri üretmesi, standart çeşitlerin dışına çıkamaması, işletmelerde

danışmanların bulunmayışı, Yalova dış mekan süs bitkisi sektörünün gelişimini engelleyici unsurlar olarak ortaya çıkmıştır.

Yazıcı ve Gülgün (2016), süs bitkisi sektörünün Orta Karadeniz Geçit Kuşağındaki durumunu incelemiştir. Çalışma kapsamını; TR 83 illeri (Samsun-Tokat, Amasya ve Çorum), bu illerin süs bitkileri açısından yönetimi ve konu ile ilgili olarak yapılan SWOT analizi oluşturmuştur. Bahse konu illerde bulunan farklı üretim sertifikasyonuna sahip üreticilerle görüşme yapılarak her kent için ayrı ayrı kendi içinde değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Belirlenen veriler doğrultusunda olumlu katkı sağlayacak hususlar ortaya konularak öneriler sunulmuştur. Bölge sektöründeki üretici firmaların genellikle aile işletmeleri olması, ailede devam ettirecek kişilerin olmaması, tecrübeli eleman sayısının azlığı, pazar sıkıntısı, sektörün en önemli konuları arasında yer aldığı, güçlü yönleri, illerin kendi aralarında sektör ilişkilerinin fırsata dönüştürülmesi ve bölgenin zayıf yönleri değerlendirilmiştir. İncelenen kentler içerisinde Samsun, Amasya ve Tokat kentlerinin uygun ikliminin, nüfusu ve endüstri yönünden gelişmişliğinin süs bitkisi sektörü ile doğru orantılı olduğu tespit edilmiştir. Ancak endüstri yönünden gelişmeye devam eden başkente yakınlığı ve uygun iklim koşulları olmasına rağmen Çorum ilinde kayıtlı süs bitkisi üretici yoktur. Çalışma sonucunda bölgenin konumu ve zengin kaynaklara sahip olmasının süs bitkisi sektöründe önemli bir avantaj olduğu ortaya çıkmıştır. Bölgenin doğal kaynaklarını koruyarak, yasal mevzuata uygun, meslek disiplinlerinin ortak çalışabileceği, üreten ve pazarlayan sektör gelişimi ve ekolojik kalite artırılmasının bir arada amaçlanması gerektiği ortaya çıkmıştır.

Cengiz ve ark., (2017) tarafından İstanbul Eyüp ilçesinde peyzaj ile ilgili yapılan bir çalışmada, Türkiye'nin bitki tür çeşitliliği sayısı itibariyle yüksek bir potansiyele sahip olduğu ifade edilmiştir. Ancak, bu potansiyelin incelenen fidanlık işletmelerine yeterince yansımadağı da bu çalışma ile ortaya konulmuştur. Araştırmacılara göre, fidanlıkların mevcut potansiyellerinin arttırılması doğrultusunda modern çözümler üzerinde araştırmaların yapılması gerekmekte ve doğal çeşitlerin pazarlanması ve üretilmesi konusundaki faaliyetlere önem verilmesi gerekmektedir.

Akça ve ark., (2019) tarafından yapılan çalışmada Zonguldak kentinde çiçek perakendecilerinin mevcut yapısını ve kesme çiçek tüketimini belirlemek amacıyla

yürütülmüştür. Çalışma, kent merkezi ve ilçelerde bulunan 34 çiçek perakendecisi ile yapılan anket çalışması sonucu elde edilen verilere dayanılarak yapılmıştır. Anket çalışması ile perakendecilerin demografik yapısı, çiçekçilerin karşılaştıkları sorunlar, kesme çiçekleri temin ettikleri iller, çiçekleri sunum şekilleri, satış yöntemleri, satış yapılan yerin mülkiyet durumu, dükkân büyüklüğü ve çiçeklerin nakliyesi, en fazla satış yapılan özel günler ve tüketicilerin en çok tercih ettiği kesme çiçek türleri incelenmiştir. Sonuç olarak Zonguldak ili süs bitkileri perakendecilerinin mevcut durumu göz önüne alınarak ekonomik durumlarının iyileştirilmesi, geleceğe yönelik sağlıklı iş politikaları oluşturulabilmesi için bazı öneriler getirmişlerdir. Bu önerilerden birkaçı şöyledir: Farklı tasarımlar ile tüketiciye hitap edilmesi gerektiği, kent içinde o yöreye ait çiçek tasarım stilleri geliştirilerek dünyada pazar oluşturulabileceği, sağlıklı bir lojistik sisteminin oluşturulmasıyla perakendecilerin rekabet gücünü arttırmada etkili olacağı, bilhassa kesme çiçeklerin muhafazasında optimum koşulları sağlayacak muhafaza yönteminin oluşturulmasının ve çiçek perakendecilerinin gelirlerini artırmaları için tanıtım, reklam vb. yapması gerektiğini belirtmişlerdir. Ayrıca Zonguldak ilinin yaz aylarındaki sıcaklık değerlerinin kaliteli üretim açısından uygun koşullara sahip olduğunu ve ilin konumu açısından da bir değerlendirme yapıldığında; Ankara ve İstanbul gibi büyükşehirlerle yakınlığı ve üretim planlamasına bağlı olarak sadece iç pazara değil ihracata yönelik olarak da yetiştiricilik de yapılabileceği öngörülmektedir.

Aksu (2020), Bu çalışma Mersin İli ve İlçelerindeki süs bitkileri üretimi ile uğraşan işletmelerin karşılaştıkları problemleri belirlemek ve problemlerine çözüm önerileri sunmak amacıyla yapılmıştır. Yapılan çalışmada üreticilerin yeterli teknik bilgiye, kalifiye eleman dediğimiz yetişmiş personele ve üretici birliklerle yeteri kadar iletişim kuramadıklarından yeteri örgütlenmeye sahip olamadıkları; daha çok kendi bildikleri yöntemlerle yetiştiricilik yaptıkları, tarımsal yeniliğe açık olarak gözükmelerine rağmen yeteri kadar risk alamadıklarından yeniliğe kapalı oldukları tespit edilmiştir.

Yıldızoğulları (2020), Şanlıurfa iline ait süs bitkisi potansiyelinin belirlenmesi amacı üzerine tez çalışması yapılmıştır. Yapılan çalışmada ortalama olarak yıllık 125 TL harcadığı, öğretmenler günü gibi özel günlerde daha çok satın alma gerçekleştirdiği ve iç mekân bitkilerinin daha çok tercih edildiği tespit edilmiştir. Tüketicilerin geliri arttığında

süs bitkisi alma oranının da arttığı tespit edilmiş olup kooperatif eksiliğinden dolayı pazar oluşturma, markalaşma veya fiyat belirlemede problemler yaşandığı anlaşılmıştır. Aracılar ile yapılan ankette ise Şanlıurfa'daki mevcut üretimin tüketimi karşılamadığı, arz eksikliğinin dışarıdan karşılandığı sonucu ortaya çıkmıştır.

3. MATERYAL ve YÖNTEM

Bu araştırma 2021 yılında Konya ilinde yürütülmüştür. Araştırmanın ana materyalini, Konya İli merkez ilçelerinde kesme çiçek ve saksılı süs bitkileri satışı yapan perakendeci esnafı ile yapılan yüz yüze görüşmeler sonucunda elde edilen anket verileri oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra, konu kapsamında yapılacak olan araştırma ve makaleler ile resmi kurum/kuruluşların (Konya Tarım İl Müdürlüğü vb) bilgilerinden de yararlanılmıştır.

Örnekleme yöntemi olarak Tam Sayım Yöntemi kullanılmış Konya ilinde çiçek satışı yapan 67 işletmenin tamamı ile görüşülmüştür. Elde edilen veriler değerlendirilirken aritmetik ortalama ve yüzde (%) hesapları kullanılarak elde edilen sonuçlar çizelgeler ve grafikler yardımıyla yorumlanmış ve sonuçlar ortaya konulmuştur.

3.1. Araştırma Alanına Ait Bilgiler



Şekil 3.1. Konya ili konum haritası



Şekil 3 3.2. Konya Noya çiçekçiliğe ait görüntüler (Orijinal, 2020)

Araştırmanın yapıldığı Konya ili yüzölçümü, 38 257 km²'dir. Bu alanı ile Türkiye'nin yüz ölçümü bakımından en büyük ili ve en kalabalık yedinci şehridir. 31 ilçeden oluşur. Konya İl Nüfusu: 2 250 020'dir. Konya'nın doğusunda Niğde güneyinde İçel ve Antalya batısında Isparta ve Afyonkarahisar kuzeybatısında Eskişehir kuzeyinde de Ankara illeri yer almaktadır.

İç Anadolu bölgesinin güney kısmında yer alan Konya'da kışlar sert, soğuk ve kar yağışlı, yazlar sıcak ve kurak geçer. Yıllık ortalama sıcaklık 11.5°C'dir. Rastlanan en yüksek sıcaklık 40°C, en düşük ise -28.2°C'dir. Yılın ortalama 10 gününde sıcaklık -10°C'den düşüktür. Don olayı görülen gün sayısı 100'dür. Konya'da yıllık ortalama yağış 326 mm olup 45.4 mm Mayıs ayı başta gelir. Yıllık yağış 143.7 mm ile 544.9 mm arasında değişir Yağışlı gün sayısı 82'dir. Konya ilinin bitki örtüsü ise bozkırdır. Orman varlığı azdır.

4.ARAŞTIRMA BULGULARI

4.1. Çiçek Satışı Yapan Esnafın Demografik Özellikleri

Görüşme yapılan katılımcıların bazı temel özellikleriyle tanınması amacıyla ilk olarak demografik bulgular ortaya konulmuştur. Yaş, cinsiyet, eğitim gibi kriterler, mesleki yaklaşım, işletmecilik anlayışı gibi birçok konuda etkili olabilmekte, bu nedenle bu tür araştırmalarda araştırma kapsamına giren grup, bu kriterler açısından değerlendirmeye alınmaktadır.

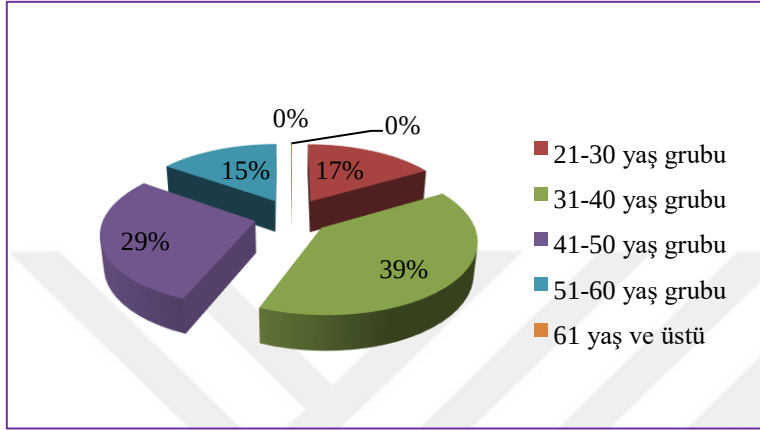
Bu araştırmada görüşülen çiçekçi esnafının yaş kriterine ilişkin değerleri Çizelge 4.1'de ve yaş grupları itibariyle dağılımı Şekil 4.1'de verilmiştir. Elde edilen verilere göre çiçekçi esnafının yaşlarının 21 ile 67 arasında olduğu belirlenmiştir. Yaş ortalaması ise 40.46 olarak hesaplanmıştır.

Çizelge

Tablo 1 4.1 Konya çiçek perakendeci esnafının yaş değerleri

	Frekans	En küçük	En büyük	Ortalama

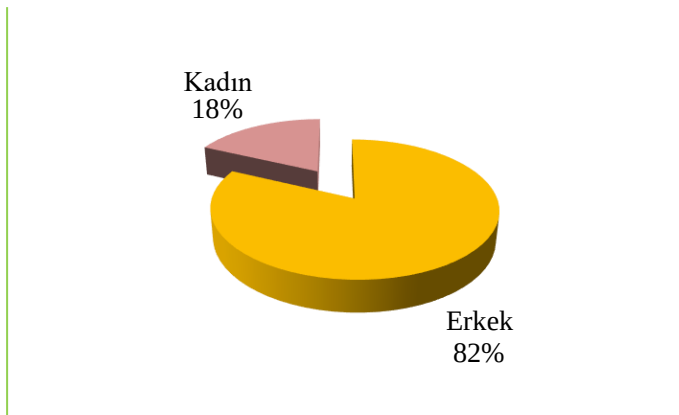
Çiçekçi esnafının yaş değerleri	67	21.00	67.00	40.4627
--	----	-------	-------	---------



Şekil 4 4.1. Konya çiçek perakendeci esnafının gruplara göre yaş dağılımı

4.1.1. Çiçek satışı yapan esnafın gruplara göre yaş dağılımı

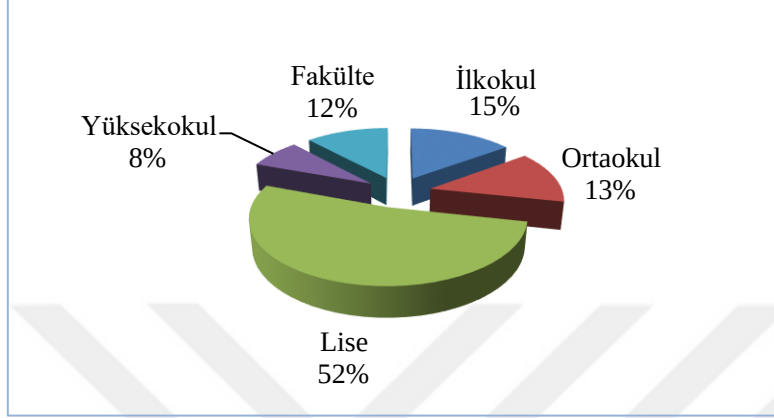
Esnafların 31-40 yaş aralığında yoğunlaştığı, büyük bölümünün 50 yaş altında olduğu görülmektedir. Bu verilere göre, çiçekçilik yapan bireylerin genç ve orta yaş grubunda ağırlık kazandığı söylenebilir.



Şekil 5 4.2. Konya çiçek perakendeci esnafının cinsiyet dağılımı

4.1.2. Çiçek satışı yapan esnafın cinsiyet dağılımı

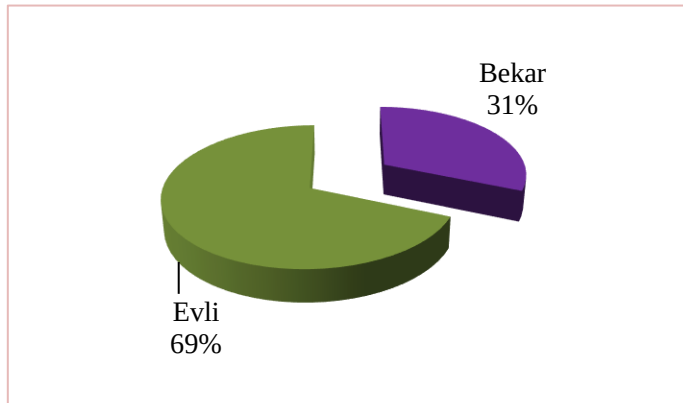
Şekil 4.2.'ye göre anket yapılan çiçek satışı yapan esnafın %82.1'i erkek, %17.9'u kadınlardan oluşmaktadır. Perakende çiçek satışının genellikle erkekler tarafından gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır.



Şekil 6 4.3. Konya çiçek perakendeci esnafının eğitim durumu

4.1.3. Çiçek satışı yapan esnafın eğitim düzeyine göre dağılımı

Yapılan anket çalışmasına göre, Konya ilinde çiçek satışı yapan esnaf perakendecilerin eğitim durumuna bakıldığında; %14.9'u ilkokul mezunu, %13.4'ü ortaokul mezunu, %52.2'si lise mezunu, %7.5'i yüksekokul mezunu, %11.9'u lisans mezunu olduğu görülmüştür. En büyük oranı lise mezunları almaktadır. Fakülte ve yüksekokul mezunları da %20 oranıyla önemli bir pay almaktadır (Şekil 4.3.).



Şekil 7 4.4. Konya çiçek perakendeci esnafının medeni durumu

4.1.4. Çiçek satışı yapan esnafın medeni durumu

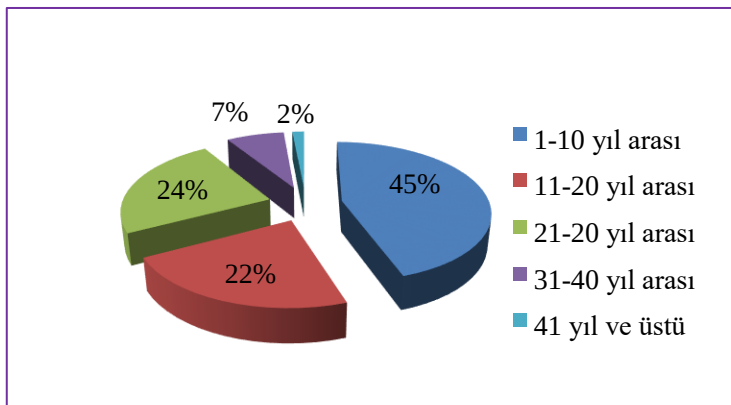
Şekil 4.4.'e göre incelenen çiçekçi esnafının %68.7'sinin evli, %31.3'ünün bekar olduğu saptanmıştır.

Yapılan anket çalışmasına göre, Konya ilinde çiçek satışı yapan işletme sahiplerinin bu işi yapma deneyimi incelenmiş ve elde edilen verilere göre Çizelge 4.2 hazırlanmıştır.

Görüşülen bireylerin 1 ile 50 yıl arasında, oldukça geniş bir aralıkta deneyime sahip oldukları görülmüştür. Bir başka deyişle bu işe çok yeni başlamış bir yıllık çiçek satış deneyimi olan esnafların yanı sıra, 50 yıl gibi çok uzun süreden beri sektörde faaliyet gösterenlerin de olduğu görülmektedir. Ortalama deneyim yaklaşık 16 yıldır. Bu verilere göre Konya ilinde önemli bir süreden beri perakende çiçek satışının yapıldığı ifade edilebilir.

Çizelge 4.2. Konya çiçek perakendeci esnafının meslekte deneyim yılı

Meslekte deneyim (yıl)	Frekans	En az	En çok	Ortalama
	67	1	50	15,82



Şekil 8 4.5. Çiçekçi esnafının yaş gruplarına göre deneyim yılı dağılımı

4.1.5. Çiçek satışı yapan esnafın meslekte deneyim yılı

Konya ilinde süs bitkisi satışı yapan esnafın meslekte deneyimi incelendiğinde; 1-10 yıl arasında deneyimi olanların yüksek oranı oluşturduğu görülmüştür.

4.2. Çiçek Satışı Yapan (Perakendeci) Esnafın İşletmelerine İlişkin Bazı Özellikler

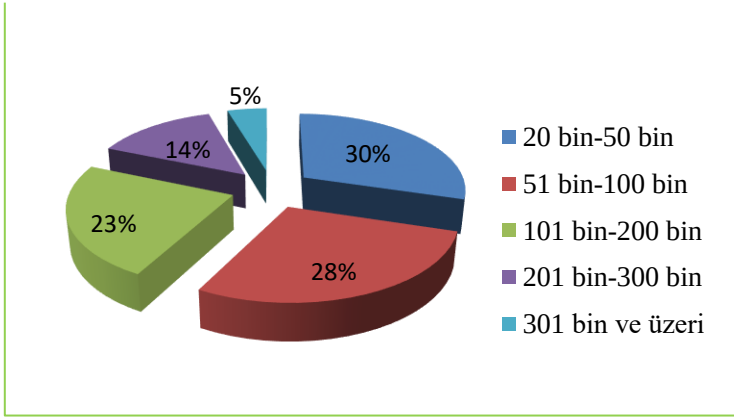
Bu bölümde çiçekçi esnafının çiçek satışından elde ettikleri gelir, işletmelerinin mülkiyet durumu, işletmenin mekânsal büyüklüğü, sigortalılık durumu gibi işletme özellikleri ele alınmıştır.

4.2.1. Çiçek satışından elde edilen gelir (yıllık)

Görüşülen esnafın çiçek satışından ne düzeyde gelir elde ettiklerini belirlemek üzere yapılan inceleme ile Çizelge 4.3'te yer alan sonuçlara ulaşılmıştır. Çiçek satışından bir yılda ortalama ve yaklaşık olarak 128 000 TL civarında gelir elde edilmektedir. Görüşülen esnafın bu işten yılda sadece 20 000 TL. gelir elde ettiğini belirtenlerin yanı sıra, 400 000 TL geliri olduğunu ifade edenler de olmuştur. Perakende satışından elde edilen aylık ortalama gelirin (10 651 TL) bir aile için yüksek bir gelir olduğunu söylemek çok mümkün değildir. Görüşülen esnafın ancak bir kısmının bu işten iyi düzeyde gelir elde ettiği sonucuna varılmıştır. Görüşülen esnafın üçü bu soruya cevap vermekten kaçınmışlardır.

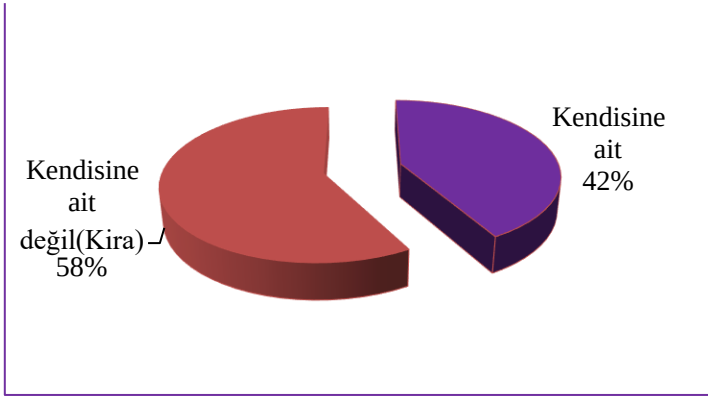
Çizelge 4.3. Konya çiçek perakendeci esnafın çiçek satışından elde ettiği gelir miktarı (yıllık)

Çiçek satışından elde edilen gelir miktarı (TL)	Frekans	En az	En çok	Ortalama
	64	20 000 TL.	400 000 TL.	127 812,50 TL



Şekil 4.6. Konya çiçek perakendeci esnafının çiçek satışından elde ettiği yıllık gelirin grup dağılımı

Konya ilinde süs bitkisi satışı yapan esnafın bir yılda elde ettikleri gelirler incelendiğinde; 20 -50 bin TL. gelir elde eden çiçek perakendeci sayısı 19 (%30), 51-100 bin TL. gelir elde eden çiçek perakendeci sayısı 18 (%28), 101-200 bin TL. gelir elde eden çiçek perakendeci sayısı 15 (%23), 201-300 bin TL. gelir elde eden çiçek perakendeci sayısı 9 (%14), 301 bin TL. ve üzeri gelir elde eden çiçek perakendeci sayısı 3 (%5) olarak belirlenmiştir (Şekil 4.6.).



Şekil 4.7. Konya çiçek perakendeci esnafının çiçek satışından elde ettiği yıllık gelirin grup dağılımı

4.2.2. Çiçek satışı yapan esnafın süs bitkisi satışı yaptıkları mekanların mülkiyet durumları

Görüşülen çiçekçi esnafının genellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler grubunda yer aldığını söylemek mümkündür. Bu tür işletmeler için işletme mekânlarının kendilerine ait

olması işletmenin karlılığında ve sürdürülebilirliğinde önem taşımaktadır. Araştırma kapsamında yer alan işletmelerin işletme mekânının kendilerine ait olup olmadığına ilişkin cevaplarına

dayanılarak Şekil 4.7.'de oluşturulmuştur. Esnafın %41.8'inin, çiçek satışı yaptıkları mekânların kendisine ait olduğu, %58.2'sinin kira olduğu belirlenmiştir. Kendi mülkünde çiçekçilik yapanların yarıya yakın olmasına karşın, yarıdan fazla esnafın kiralık mekanlarda bu işi yürüttükleri anlaşılmaktadır.

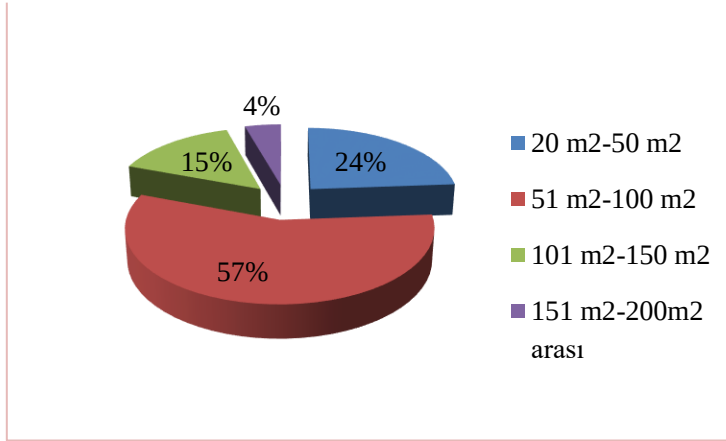
4.2.3. Çiçek satışı yapan esnafın süs bitkisi satışı yaptıkları mekanların büyüklüğü

Yine çiçek satışı yapılan mekanın büyüklüğü, işlerin yürütülmesi, çiçeklerin sergilenmesi, müşteri üzerindeki imaj, dekorasyon olanakları gibi bir çok açıdan önem taşımaktadır. Çizelge 4.4.'te gösterildiği gibi Konya ili çiçekçi esnafı arasında 20 m² alanda çiçekçilik yapanlar olduğu gibi satış alanı 200 m² alan olanlar da bulunmaktadır.

Ortalama büyüklük 80 m² olarak belirlenmiştir.

Çizelge 4.4. Konya çiçek perakendeci esnafının çiçek satışı yaptığı mekanın alan büyüklüğü

Çiçekçi esnafının satış yaptıkları mekanların alan büyüklüğü	Frekans	En küçük	En büyük	Ortalama
	67	20 m ²	200 m ²	80,2090 m ²



Şekil 9 4.8. Çiçek satışı yapan esnafın satış yaptıkları mekânların büyüklüğünün gruplara göre dağılımı

Çiçek satışı yapan esnafın çoğunluğunun dükkan büyüklüklerinin küçük olduğu görülmektedir (Şekil 4.8).

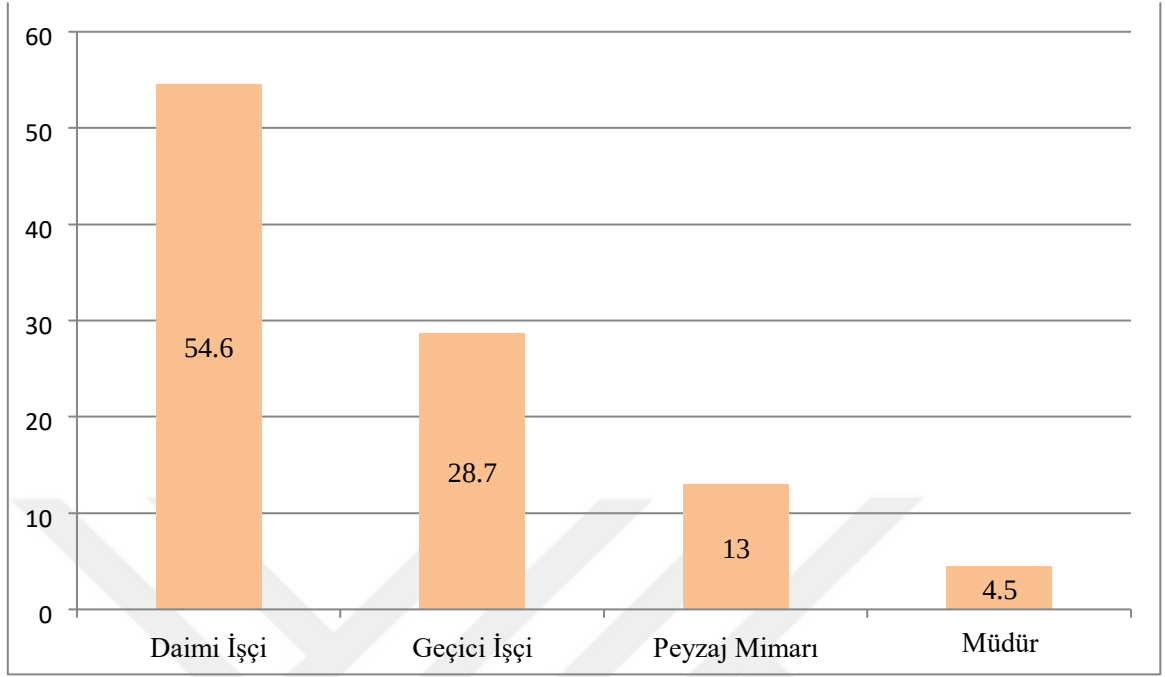
4.2.4. Çiçek satışı yapan esnafın zarara karşı sigorta yaptırma durumu

Çiçek satışı yapan esnafa “Herhangi bir zarara karşı sigortanız var mı?” sorusu yönlendirildiğinde tamamının sigorta yaptırmadığı belirlenmiştir. Bu sonuç, çiçekçi esnafının, işletmelerinde sigorta uygulamasını göz ardı ettikleri görülmektedir. Bu durum profesyonel işletmecilik açısından bir eksiklik olarak değerlendirilebilir.

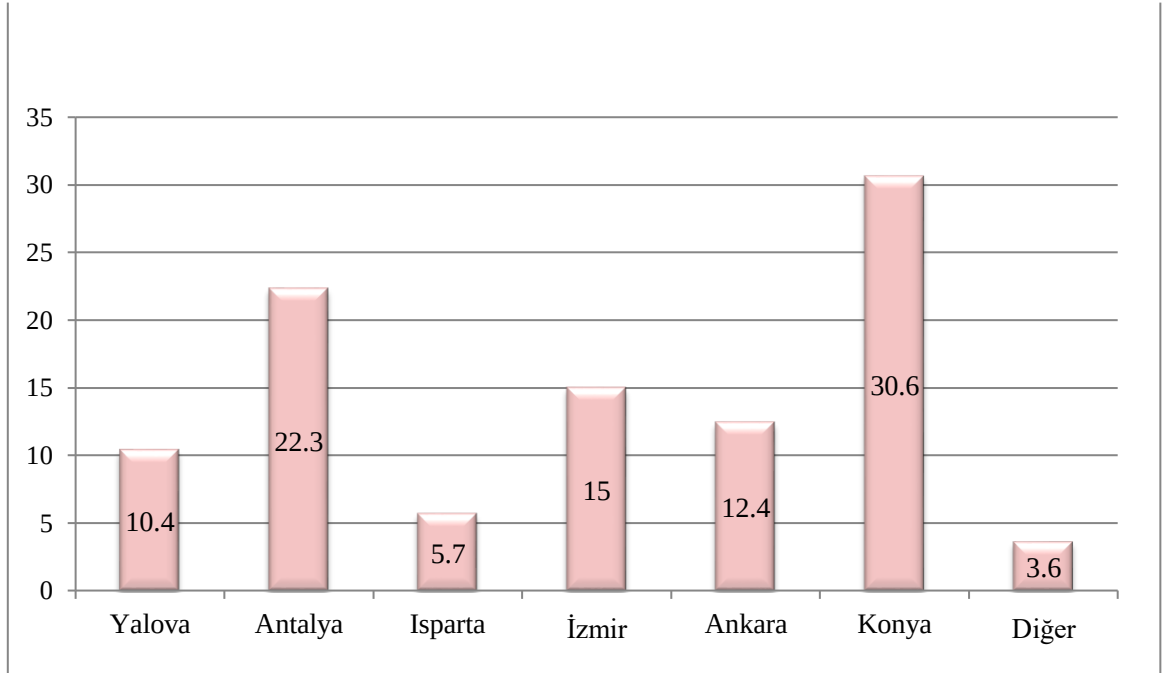
Önceki yapılan çalışmalara bakıldığında süs bitkileri yetiştiriciliği yapan üreticilerin genellikle sigortası bulunmaktayken perakendecilikle uğraşan kesimin sigorta yaptırmadığı gözlemlenmiştir.

4.2.5. Çiçek satışı yapan esnaf perakendecilerin çalıştırdığı elemanlar

İşletmelerin geçici ya da sürekli eleman sayıları da, iş boyutları açısından bir kriter olabilmektedir. Görüşülen Konya ili perakende çiçekçilerinin geçici ve sürekli işçi sayıları irdelenmiş, elde edilen verilerle Şekil 4.9’da hazırlanmıştır. Sonuçlara ve şekle göre, çiçek satışı yapan esnafın %54.6’sı daimi işçi çalıştırırken %28.7’si geçici işçi çalıştırmaktadır. %13’ü peyzaj mimarı ve %3.7’si müdür çalıştırmaktadır. Peyzaj mimarı gibi bu işi akademik olarak bilen eleman çalıştıran işletmelerin düşük bir oranda olduğu görülmektedir.



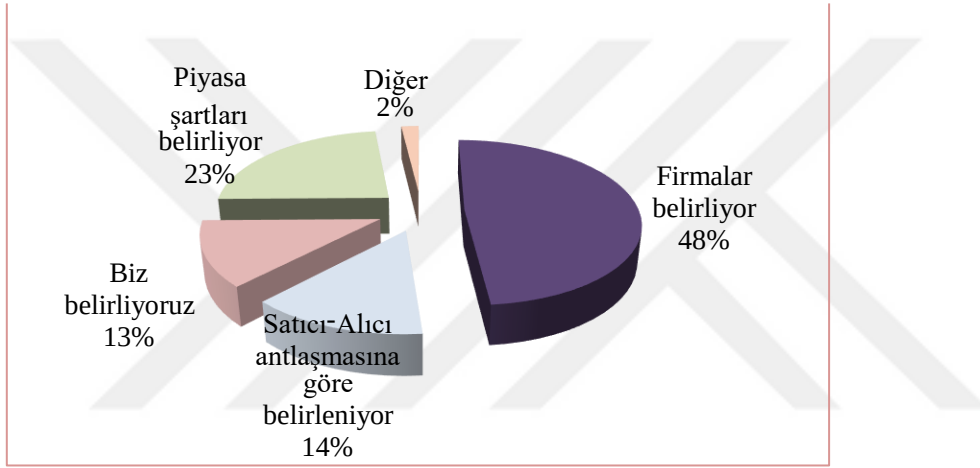
Şekil 10 4.9. Konya çiçekçi esnafının çalıştırdığı eleman durumu



Şekil 4.10. Çiçeklerin temin edildiği iller

4.2.6. Çiçeklerin getirildiği iller

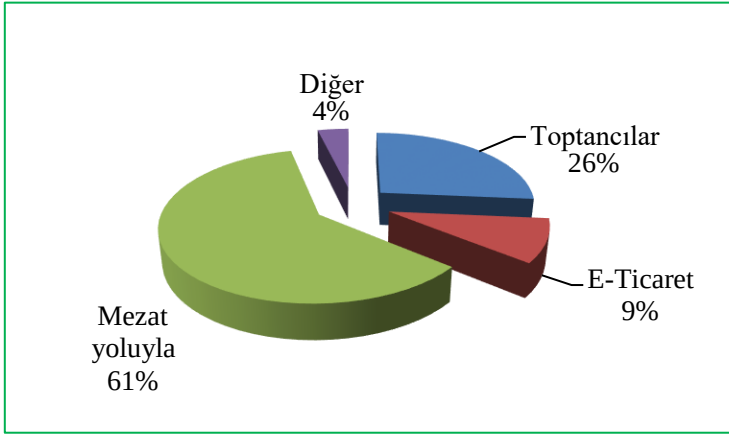
Görüşülen esnafa çiçeklerin daha çok hangi illerden temin edildiği sorulmuş, verilere göre Şekil 4.10. düzenlenmiştir. Konya ilindeki çiçekçi esnafının kesme ve saksılı çiçekleri tedarik ettiği iller gösterilmektedir. %30'luk kısım Konya içinden tedarik edilmektedir. Çünkü Konya'ya üreticiler tarafından getirilip mezar usulü satışı yapılmaktadır. İkinci sırayı %22.3 pay ile Antalya, sırasıyla bunu %15 ile İzmir, %12.4 ile Ankara ve %5.7 ile Isparta izlemektedir.



Şekil 4.11. Çiçekleri firmalardan temin ederken fiyat belirleme yöntemleri

4.2.7. Çiçekleri firmalardan temin ederken fiyat belirleme yöntemleri

Çiçeklerin temin edildiği aşamada fiyatın nasıl belirlendiği ve dolayısıyla çiçekçi esnafın fiyatta ne ölçüde söz sahibi oldukları, ortaya konulmaya sonuçlar arasındadır. Şekil 4.11.'de bu konuya ilişkin dağılım yer almaktadır. Verilere göre, çiçekçi esnafın ürün aldığı firmalar geniş ölçüde söz sahibidir. Çiçekçilerin %48'i temin ettikleri çiçeklerin fiyatlarını karşı taraftaki firmaların belirlediğini belirtmişlerdir. Bunun dışında, %13'lük bir oran hariç, satıcı ve alıcının söz sahibi olduğu daha dengeli bir fiyat oluşumuyla ürün alan çiçekçiler de söz konusudur. Fiyatı kendilerinin belirlediğini belirten %13 oranındaki çiçekçilerin, üretim aşamasında söz sahibi olabilecekleri ya da genellikle piyasadaki daha güçlü işletmeler olduğu tahmin edilmektedir. Piyasadaki farklı fiyat oluşumların, kurumsallaşmamış bir yapıya işaret ettiği düşünülebilir.



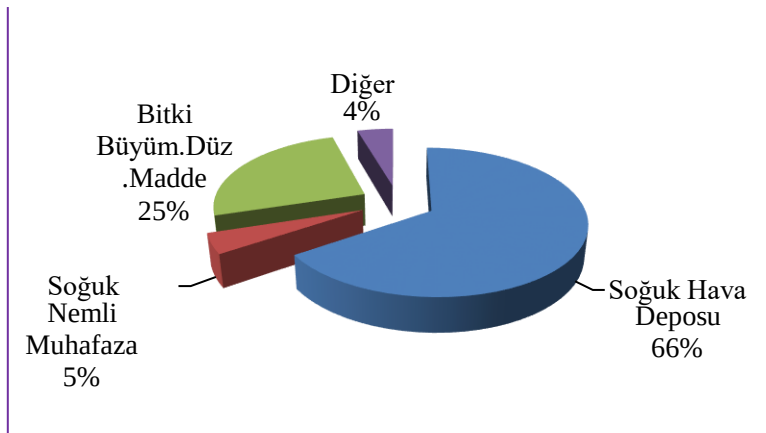
Şekil 4.12. Çiçeklerin temin edilme şekli

4.2.8. Çiçeklerin temin edilme şekli

Şekil 4.12.'de Konya'da bulunan çiçek satışı yapan perakendeci esnafın çiçek tedarik yöntemleri ve yüzdelik dağılımları gösterilmektedir. Esnafın yaklaşık %60.4'ü mezat yoluyla %26.4'ü toptancılardan temin ettiklerini, %9.4'ü ise e-ticaret, %3.8'i diğer şekilde çiçekleri tedarik ettiklerini belirtmişlerdir. Esnafın büyük çoğunluğu çiçeklerini mezat yoluyla temin etmektedir.

4.3. Çiçekçi Esnafının Ürün Muhafaza, Bakım ve Ürün Kayıplarına İlişkin Bilgiler

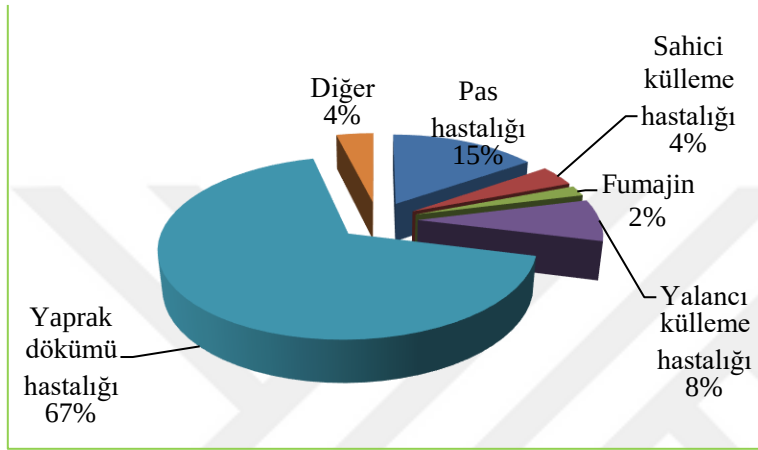
Bu bölümde görüşülen çiçekçilerin, ürünlerinin bakım, muhafaza sürecini nasıl gerçekleştirdikleri ve ürün muhafazasına bağlı bazı durumlar ortaya konulmaya çalışılmıştır.



Şekil 4.13. Konya çiçek perakendeci esnafının çiçekleri muhafaza yöntemleri

4.3.1. Çiçekçi esnafının (perakendecilerinin) çiçekleri muhafaza yöntemleri

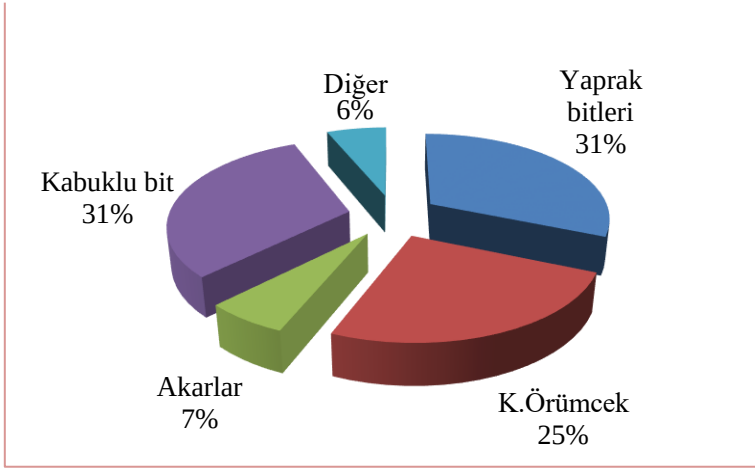
Şekil 4.13.'te elde edilen verilere göre esnaf, çiçeklerin satılıncaya kadar geçen sürede, çiçek kaybını azaltmak ve çiçek kalitesini korumak amacıyla bazı uygulamalara başvurumaktadırlar. Çiçekçi esnafın %65.7'si soğuk hava deposu, %4.5'i soğuk nemli muhafaza, %25.4'ü bitki büyüme düzenleyici madde kullanmakta, %4.5'lik kısım ürünlerini iyi muhafaza edebilmek için diğer yöntemlere (buzdolabı, klima vs.) başvurumaktadırlar.



Şekil 4.14. Konya çiçek perakendeci esnafının çiçeklerde gördüğü hastalıklar

4.3.2. Çiçek satışı yapan perakendeci esnafın süs bitkilerinde gördüğü hastalıklar

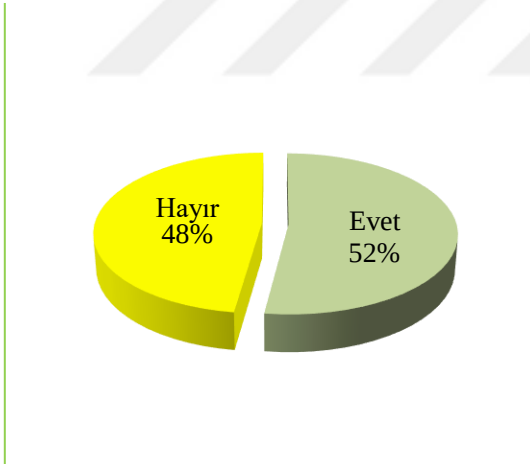
Ankete katılan çiçekçi esnafının %38.8'i saksı ve kesme çiçeklerde hemen hemen hiç hastalık görülmediğini söylerken, %28.4'ü çok az, %3.8'lik kısım bazen hastalık görüldüğünü ifade etmişlerdir. Çiçeklerde en yaygın görülen hastalık %52.2 oranı ile yaprak dökümü hastalığı olmuştur. Bunu %11.9 ile pas hastalığı ve %6 ile yalancı külleme hastalığı takip etmektedir. %3 ile sahici külleme ve %1.5 oranında fumajin görüldüğü de ifade edilmiştir (Şekil 4.14).



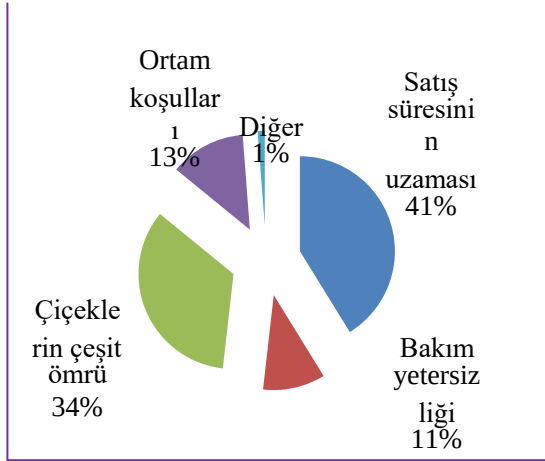
Şekil 4.15. Konya çiçekçi esnafının çiçeklerde gördüğü zararlılar

4.3.3. Çiçek satışı yapan esnafın süs bitkilerinde gördüğü zararlılar

Çiçek satışı yapan esnafın %22.4'ünün çiçeklerde gördüğü zararlılar yaprak biti ve kabuklu bit olup, %17.9'u kırmızı örümcek, %4.5'i akarlar, %4.5'lik kısmı diğer zararlıların etkili olabildiğini söylemişlerdir (Şekil 4.15).



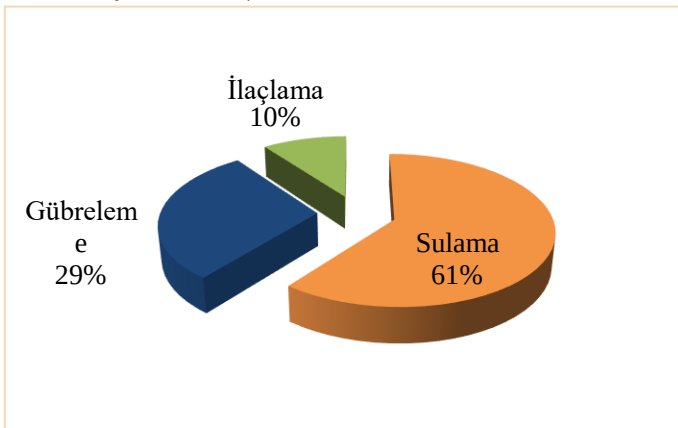
Şekil 4.16. Çiçek satışı sırasında ürün kaybı



Şekil 4.17. Çiçek kayıplarının nedenleri

4.3.4. Çiçek satışı sırasında ürün kaybı ve nedenleri

Görüşülen Konya çiçekçi esnafına ürünlerin iş yerinde muhafazasından satışa kadar geçen sürede herhangi bir kayıp yaşayıp yaşamadıkları sorulmuştur. Esnafın %52.2'si bu sürede kayıpların olduğunu söylerken, %47.8'i herhangi bir kayıp olmadığını ifade etmiştir. Ürün kaybı yaşadığını belirten esnafın %41.2'si, bu kayıpların ürünün işletmeye gelişinden satışına kadar geçen sürenin uzamasından kaynaklandığını ifade etmişlerdir. Esnaftan %34.1'i bazı ürün çeşitlerinin kısa ömürlü olmasını önemli bir neden olarak belirtmişlerdir. %12.9 oranında bir kısım esnaf ortam koşullarını, %10.6'sının bakım yetersizliğini ürün kayıplarının nedeni olarak göstermişlerdir (Şekil 4.16. ve Şekil 4.17.).



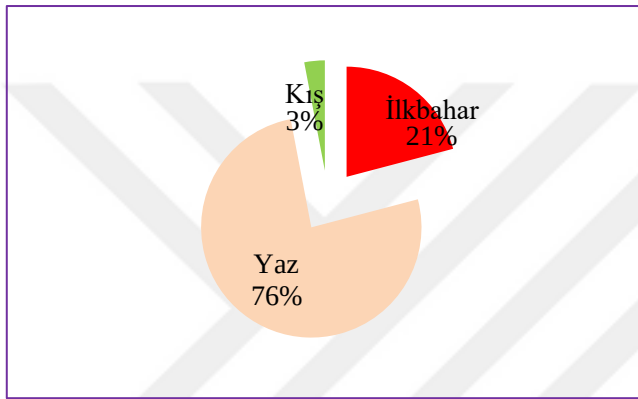
Şekil 4.18. Çiçeklere uygulanan bakım şekilleri

4.3.5. Konya çiçek perakendeci esnafının çiçeklere uyguladığı bakım işlemleri

Çiçek satışı yapan esnafa ürünlerin mağazada muhafazası sırasında ne gibi bakım işlemleri uyguladıkları sorulmuştur. % 61'i sadece çiçekleri suladığını % 29'u gübre kullandığını % 10 ise ilaçlama yaptıklarını ifade etmişlerdir (Şekil 4.18.).

4.4. Ürün Satış Aşamasına İlişkin Bilgiler

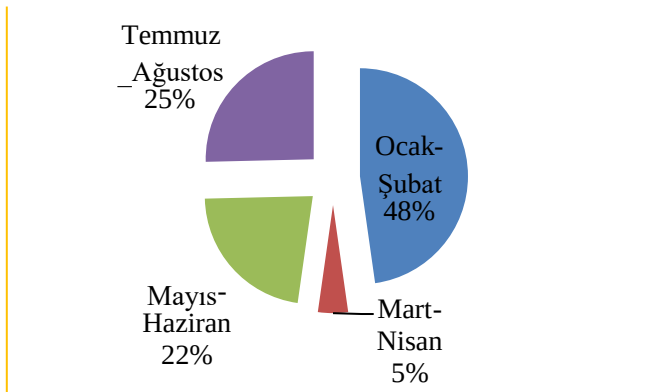
Görüşülen esnafın süs bitkileri satışına ilişkin bazı bilgiler bu bölümde ortaya konulmaya çalışılmıştır.



Şekil 4.19. Çiçek satışının mevsimsel dağılımı

4.4.1. Çiçek satışının mevsimsel dağılımı

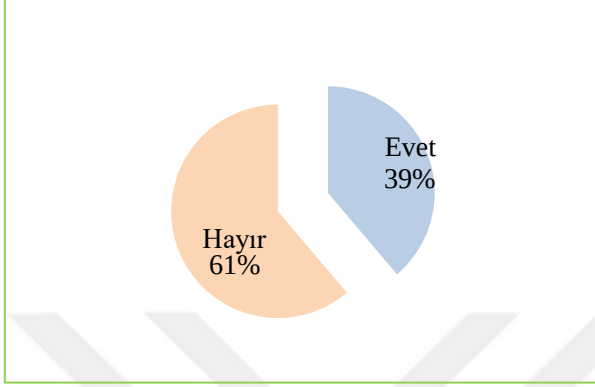
Çiçek talebinin Konya ilinde mevsimlere göre nasıl bir dağılım gösterdiğini ortaya koyan Şekil 4.19.'da görüldüğü gibi, satış önemli bir farkla yaz döneminde gerçekleşmektedir.



Şekil 4.20. Çiçek fiyatlarının mevsimsel durumu

4.4.2. Çiçek fiyatlarının yıl içerisinde değişkenlik gösterme durumu

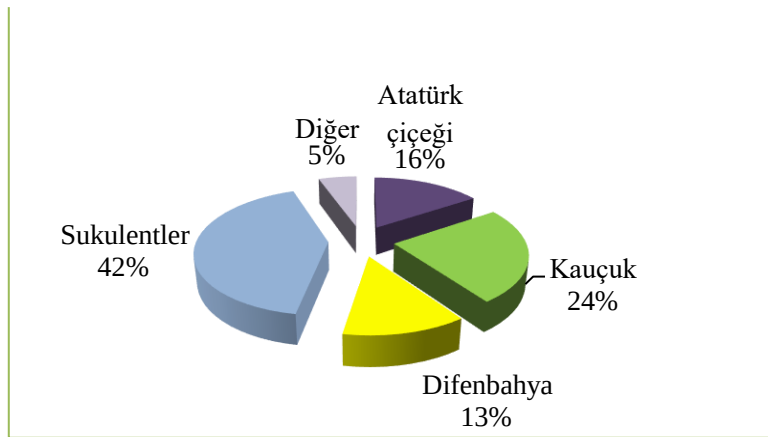
Mevsimsel talep değişikliği, ürün yetiştirmede mevsimlik etkiler gibi nedenlerle çiçek fiyatlarının da yıl içerisinde değiştiği görölmektedir. Elde edilen sonuçlar, Ocak-Şubat ayları çiçek fiyatlarının daha fazla değişkenlik gösterdiğini ortaya koymuştur. Şekil 4.20.'de çiçek fiyatlarının en çok Ocak-Şubat ayında değiştiği görölmektedir.



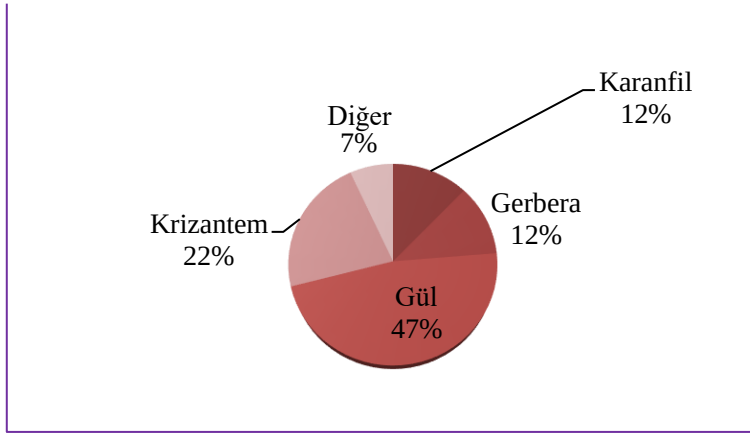
Şekil 4.21. Çiçeklerin etiketlenme durumu

4.4.3. Konya çiçek perakendeci esnafının çiçekleri etiketleme tercihi

Esnafın % 39'nun çiçekleri etiketlediği %61'inin çiçekleri etiketlemediği belirlenmiş olup Şekil 4.21.'de verilmiştir. Çiçekleri etiketleyen kişiler etiketlerde sadece tür ve çeşit adlarının bulunduğunu söylediler.



Şekil 4.22. Saksılı çiçeklere yönelik talep dağılımı

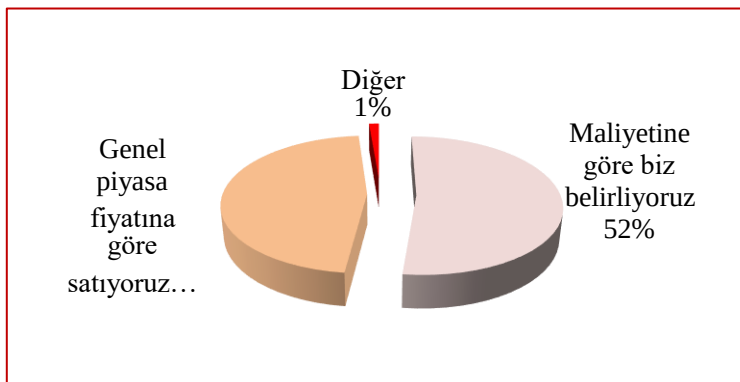


Şekil 4.23. Kesme çiçeklere yönelik talep dağılımı

4.4.4. Çiçek satışı yapan esnafın en fazla sattıkları kesme ve saksılı çiçekler

Konya ilinde çiçek satışı yapan esnaftan halkın en fazla talepte bulunduğu çiçeklerin dağılımı yapılan anketle belirlenmiştir. Satışı yapılan kesme çiçekler türlere göre incelendiğinde; en fazla tüketilen kesme çiçeğin gül olduğu 2. sırada krizantem ve 3. Sırada karanfil ve gerbera ve 4. sırada diğer çiçekler geldiği görülmektedir (Şekil 4.22.).

Saksılı çiçeklerde ise 1. Sırada %42 payla son dönemlerin trend bitkisi olan sukulentler, 2. kauçuk 3.tercih edilen %16 oranla Atatürk çiçeği ve 4.sırada %13 oranla difenbahya ve %5 oranla diğer çiçekler takip etmektedir (Şekil 4.23.).

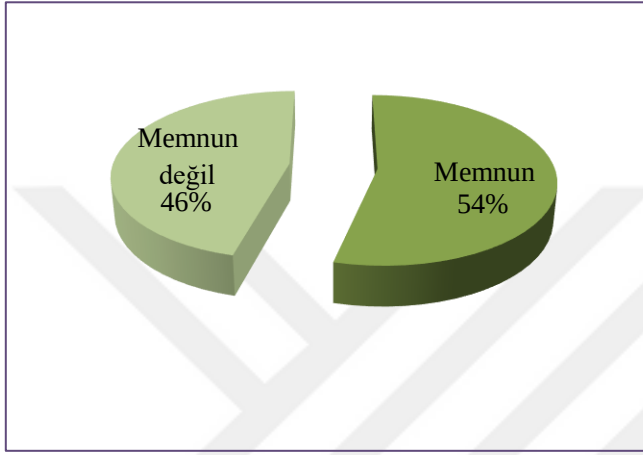


Şekil 4.24. Çiçek satış fiyatının belirlenmesi

4.4.5. Çiçek satış fiyatı belirleme yöntemleri

Ürün satış fiyatı ve bu fiyatın nasıl belirlendiği, işletmelerin karlılık ve sürdürülebilirliğinde belirleyici bir kriterdir. Bu araştırmada da çiçek fiyatlarının nihai

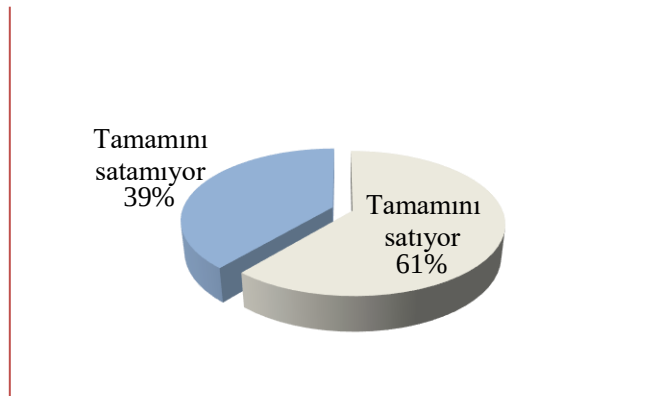
kullanıcıya satışı sırasında fiyatların nasıl belirlendiği, yine görüşülen çiçekçi esnafının beyanlarına dayalı olarak ortaya konulmuş, Şekil 4.24.'teki dağılım yapılmıştır. Ulaşılan verilere göre, yarıdan fazla oranda esnafın, maliyeti esas alarak çiçek fiyatlarını kendilerinin belirledikleri, %47'lik bir esnafın ise piyasada oluşan fiyatları esas aldıkları görülmüştür.



Şekil 4.25. Konya çiçek perakendeci esnafının memnuniyet durumu

4.4.6. Çiçek fiyatları konusunda çiçekçi esnafının memnuniyeti

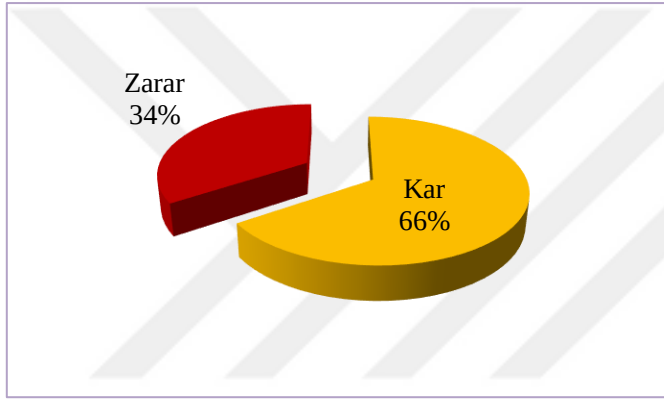
Özellikle satış fiyatlar üzerinde etkinliği olmayan, piyasada oluşan fiyatı esas almak durumunda kalan esnaf için satış fiyatından kaynaklı karlılık problemi ihtimalinden söz edilebilir. Esnafın satış fiyatlarından memnun olup olmadıkları sorulmuş, verilen cevaplardan Şekil 4.25.'teki dağılıma ulaşılmıştır. Hemen hemen piyasada oluşan fiyatlara göre satış yapan esnafın oranında (%46) çiçekçi esnafı, fiyatlardan memnun olmadıklarını ifade etmişlerdir.



Şekil 4.26. Konya perakendeci esnafın çiçeklerin tamamını satabilme yüzdesi

4.4.7. Satışa sunula çiçeklerin tamamını satabilme yüzdesi

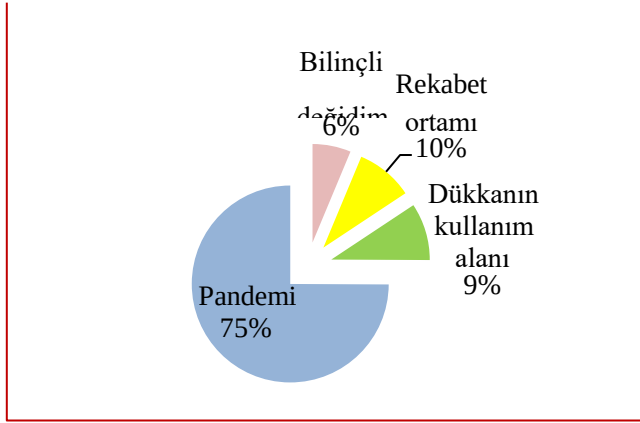
Mağazada bulunan ya da satışı yapılmak üzere esnaf tarafından temin edilen süs bitkilerinin tamamının satılıp satılmaması da işletme açısından önemli bir konudur. 2020 yılında esnafın %61'i çiçeklerinin tamamını sattıklarını söylerken %39'u tamamını satamadıklarını ifade etmişlerdir. Çiçeklerinin tamamını satamayan esnaflardan 1 kişi %20'sini, 3 kişi %30'unu, 2 kişi %0'ını, 1 kişi %45'ini, 2 kişi %50'sini, 5 kişi %0'ını, 5 kişi %70'ini, 1 kişi %75'ini, 3 kişi ise çiçeklerinin %80'ini sattığını söylerken 44 kişi ise çiçeklerinin % kaçını sattığını ifade etmemiştir (Şekil 4.26.).



Şekil 4.27. Konya çiçek perakendeci esnafının kar-zarar durumu

4.4.8. Konya çiçek perakendeci esnafının kâr zarar değerlendirmesi

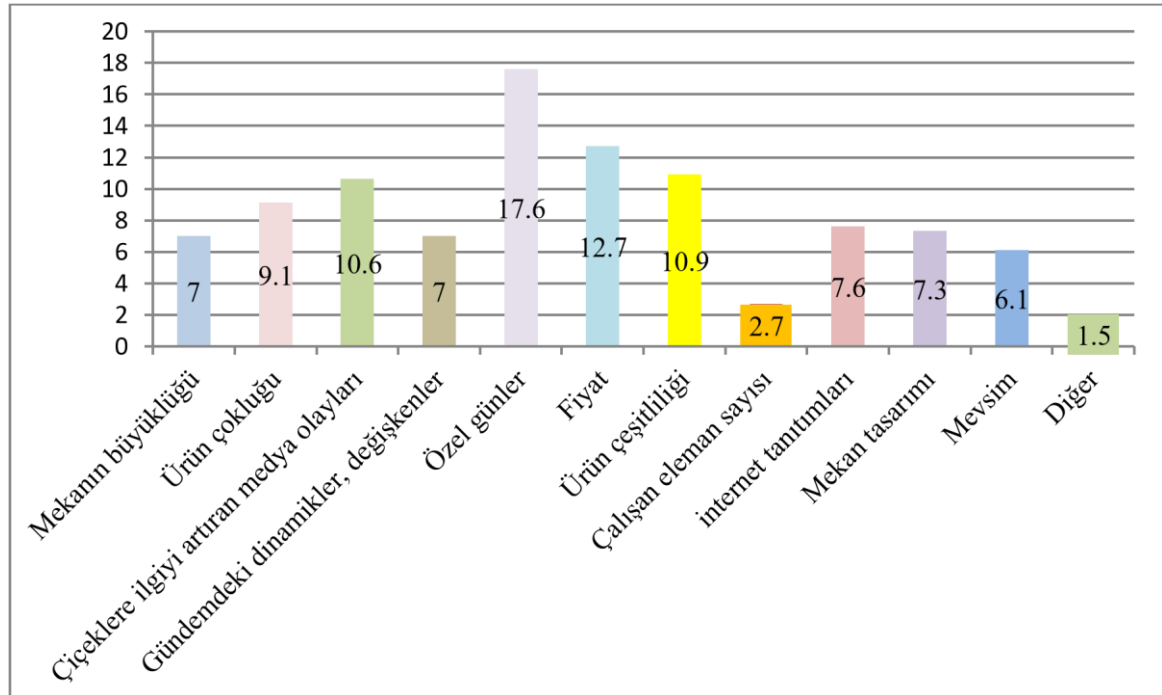
Fiyat, talep, satış potansiyeli gibi konuların birebir ilgili olduğu karlılık durumu hakkında, doğrudan çiçekçi esnafının beyanlarına başvurulmuş ve kendileri için bir değerlendirme yapmaları istenmiştir. Şekil 4.27.'de görüldüğü gibi esnafın %66'sı 2020 yılında kar yaptığını, %34'ü zarar ettiğini beyan etmiştir. Zarar durumunda olan esnafın üçte bir gibi önemli bir oranda olduğu görülmektedir.



Şekil 4.28. Zarar durumundaki Konya çiçek perakendeci esnafının zararının nedenleri

4.4.9. Zarar durumunda olan esnafa göre bu durumun nedenleri

Zarar durumunda olan esnafa bunu ne gibi nedenlerle ilişkilendirdikleri sorulmuş, elde edilen cevaplara dayanarak Şekil 4.28’de verilmiş olan dağılıma ulaşılmıştır. 2020 yılının en büyük sorunlarından biri Kovid-19 salgını olması sebebiyle her sektörde olduğu gibi bu sektöründe büyük zarar etmesinin %75 payla nedenlerinin başında gelmekteyken %10’u rekabet ortamı %9’u dükkan kullanım alanının küçüklüğünden kaynaklandığını %6’sı bilinçli bir satıcı olmadığını ifade etmiştir.



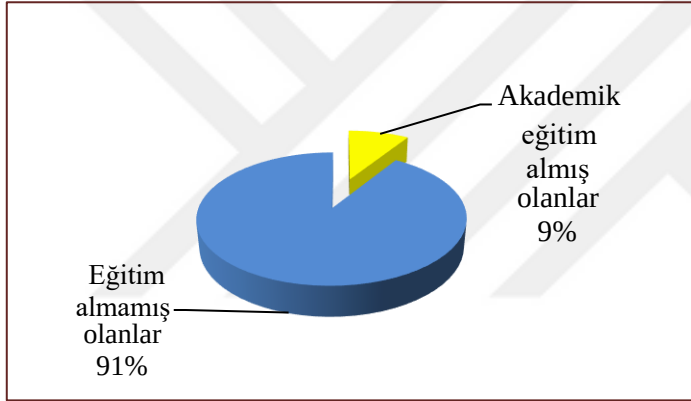
Şekil 4.29. Satışı etkileyen etmenler

4.4.10. Konya çiçek perakendeci esnafına göre satışını etkileyen faktörler

Çiçek satışını etkileyen etmenler ve yüzdelik dağılımları Şekil 4.29.'da gösterilmiştir. %18'lik payla özel günler çiçek satışını en fazla etkileyen unsur olduğu görülmektedir. Çiçek satışını etkileyen diğer önemli etmenler sırasıyla çiçeklere olan ilgiyi arttıran sebepler

4.5. Çiçekçi Esnafının Kendini ve İşletmesini Geliştirme Eğilimi

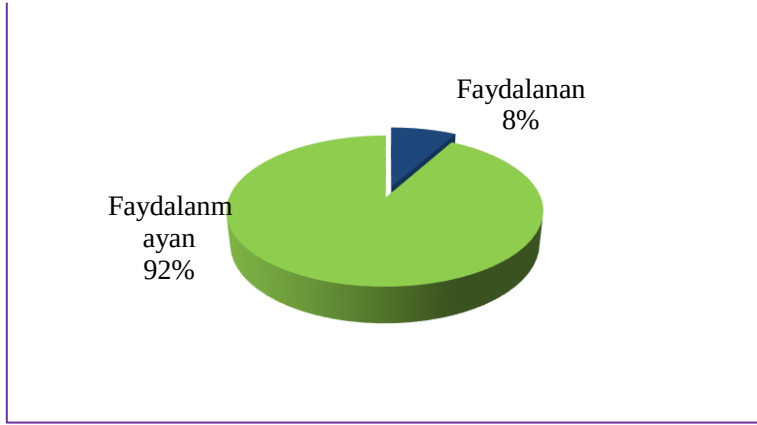
Bu bölümde görüşülen esnafların meslekleriyle ilgili akademik eğitim alıp almadıkları, ilgili kişi ve kurumlarla mesleki bilgi edinme amaçlı iletişime geçip geçmedikleri, mesleki gelişim amaçlı bir kursa katılıp katılmadıkları konularındaki bilgiler değerlendirilmeye çalışılmıştır.



Şekil 4.30. Konya çiçek perakendeci esnafının çiçekçilik alanında akademik eğitim alma durumu

4.5.1. Konya çiçek perakendeci esnafının süs bitkileri alanında akademik eğitim durumu

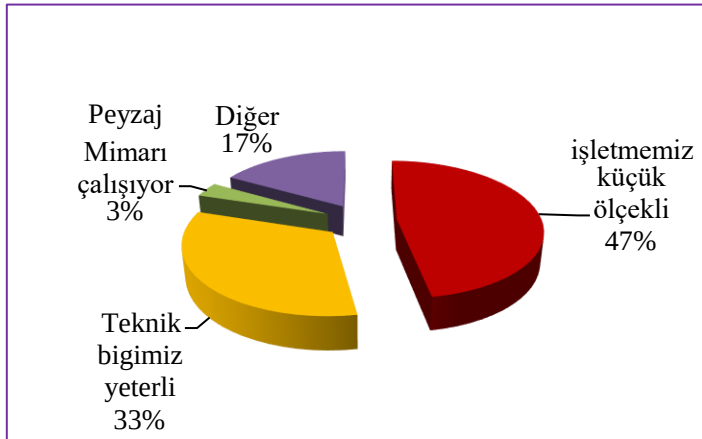
Yapılan çalışmaya göre %9'unun süs bitkileri alanında akademik eğitim aldığı %91'inin eğitim almadığı belirlenmiştir (Şekil 4.30.).



Şekil 4.31. Konya çiçek perakendeci esnafının teknik bilgi açısından kurumlardan faydalanma durumu

4.5.2. Konya çiçek perakendeci esnafının teknik bilgi açısından Tarım ve Orman İl Müdürlüğünden faydalanma eğilimi

Çiçek satışı yapan esnafın %92'si teknik bilgi almak amacıyla Tarım İl Müdürlükleriyle iletişim kurmadığını ifade ederken, % 8'lik kısım bakım işleri konusunda yardım aldıklarını belirtmişlerdir. Teknik bilgi edinme konusunda Tarım İl Müdürlüklerine başvurma eğiliminin oldukça düşük olduğu Şekil 4.31.'de görülmektedir.



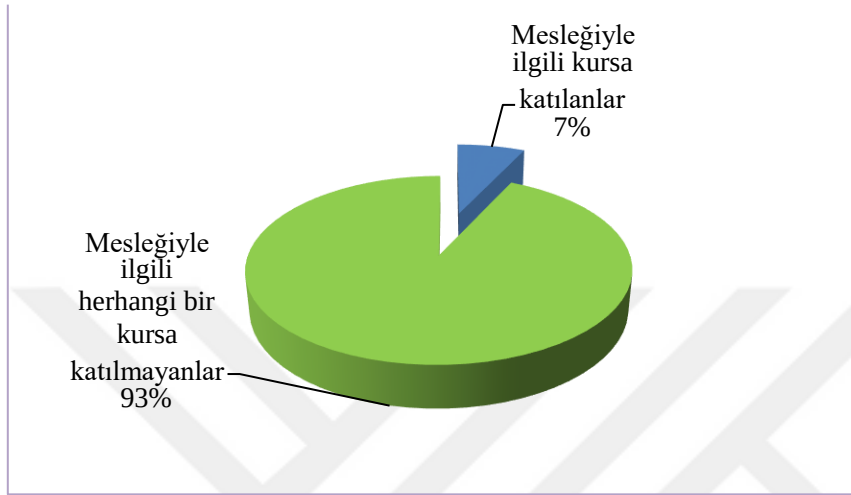
Şekil 4.32. Esnafın Tarım İl Müdürlüğü'nden faydalanmama nedeni

4.5.3. Çiçekçi esnafının Tarım ve Orman İl Müdürlüğünden Faydalanmama nedenleri

Çiçekçi esnafının %41.8'i işletmelerinin küçük ölçekli olması, %28.7'si teknik bilgilerinin yeterli olması nedeniyle Tarım ve Orman İl Müdürlüğünden teknik bilgi alma

ihtiyacı hissetmediklerini belirtmişlerdir. İşletmelerin %3'ü peyzaj mimarı ya da ziraat mühendisi çalıştırmaktadır ve bu nedenle teknik bilgiye ihtiyaç duymamaktadırlar.

%14.9 oranında bir kısım ise farklı sebepler dile getirmişlerdir (Şekil 4.32.).



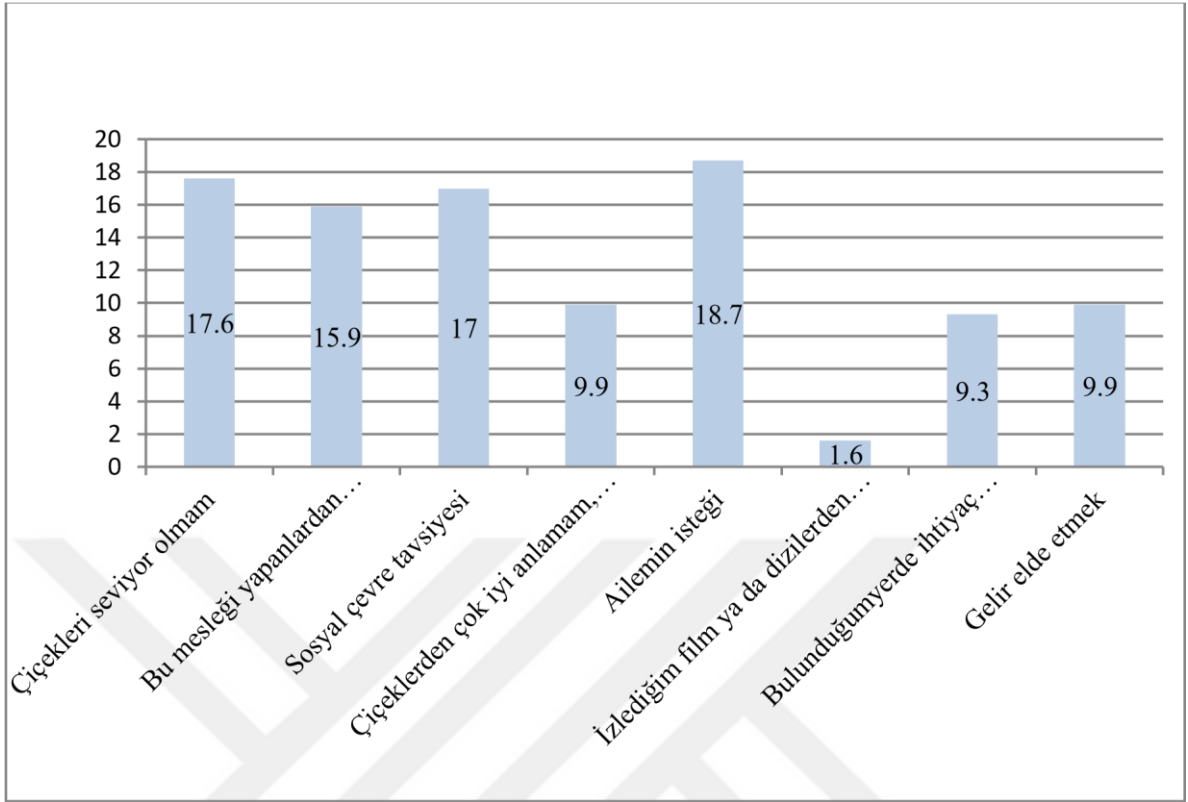
Şekil 4.33. Konya çiçek perakendeci esnafın kursa katılma durumu

4.5.4. Çiçekçi esnafının meslekleriyle ilgili bir kursa katılma oranı

Konya ilinde çiçek satışı yapan sadece 5 esnaf çiçekçilikle ilgili kursa katılmışken, 62 esnaf çiçekçilikle ilgili herhangi bir kursa katılmamıştır (Şekil 4.33.). Kursa katılan 1 kişi 2008 yılında, Antalya’da ‘İç tur flora’ adı altında, 1 kişi 2000 yılında İstanbul’da ‘İnternational flora çiçekçilik’ adı altında, 1 kişi İstanbul’da 2005 yılında özel bir firmanın kursuna 1 kişi 2017 yılında Konya Tarım Orman İl Müdürlüğüne düzenlenen bir kursa 1 kişi de 1984 yılında Samsun’da 19 Mayıs Üniversitesi tarafından düzenlenen bir kursa katılmıştır. 3 esnaf çiçek bakımı ve 1 esnaf çiçek tespiti 1 esnaf çiçek tasarımı eğitimine katılmış ve 5 esnaf da aldıkları eğitim sonunda sertifika almışlardır

4.6. Çiçekçi Esnafının Meslek Seçim Nedenleri, Sorunları ve Önerileri

Meslek seçim şekli ve yapılan mesleği isteyerek yapma durumu, mesleki başarıyı etkileyebilmektedir. Mesleğin nasıl seçildiği mesleğe bakış açısına ilişkin bir ipucu verebilmektedir.

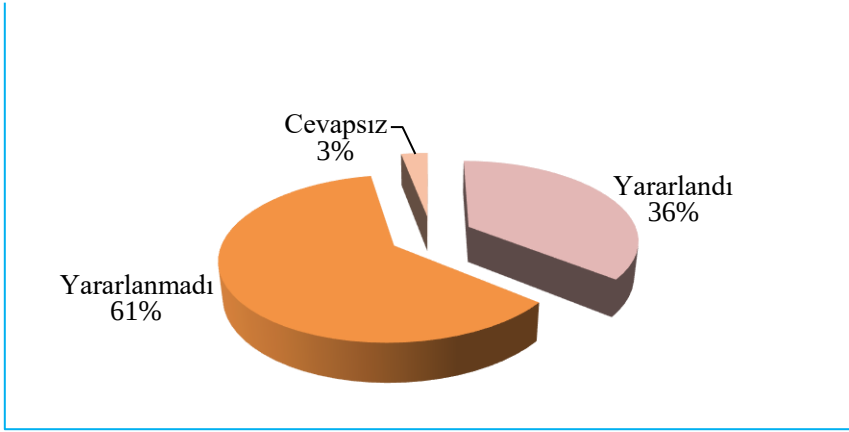


Şekil 4.34. Konya çiçek perakendeci esnafın çiçekçilik mesleğini seçme nedenleri

Şekil

4.6.1. Görüşülen çiçekçi esnafının süs bitkileri perakende satışını meslek olarak seçme nedenleri

Esnafa bu mesleği nasıl seçtikleri sorulmuştur. Şekil 4.34. bu konuya ilişkin dağılımı ortaya koymaktadır. Esnaf arasında meslek tercihi konusunda en yüksek oranı aile isteği (%18.7) oluşturmaktadır. Çiçek seviyor olma (%17.6) ikinci, sosyal çevre tavsiyesi (%17) üçüncü sırada gelen meslek seçim nedenleridir. Esnafın %15.9'u bu mesleği yapanlardan etkilenecek böyle bir tercih yaptıklarını belirtmişlerdir. Çiçek sevmeye, mesleği yapanlardan etkilenecek ilgi duyma, çiçeklerden iyi anlama ve bilgi sahibi olma (%9.9) gibi nedenler, mesleğin daha iyi yapılması, işin ve işletmenin geliştirilmesi, sürdürülebilirliği açısından olumlu etkiler ortaya çıkarabilecektir. Farklı nedenlerle seçenlerin de bu meslekte başarılı olmaları mümkün olmakla birlikte, mesleğe karşı sevgi, ilgi ve meslekle ilgili bilginin başarıyı artırıcı yönde etki yapacağı tahmin edilebilir.

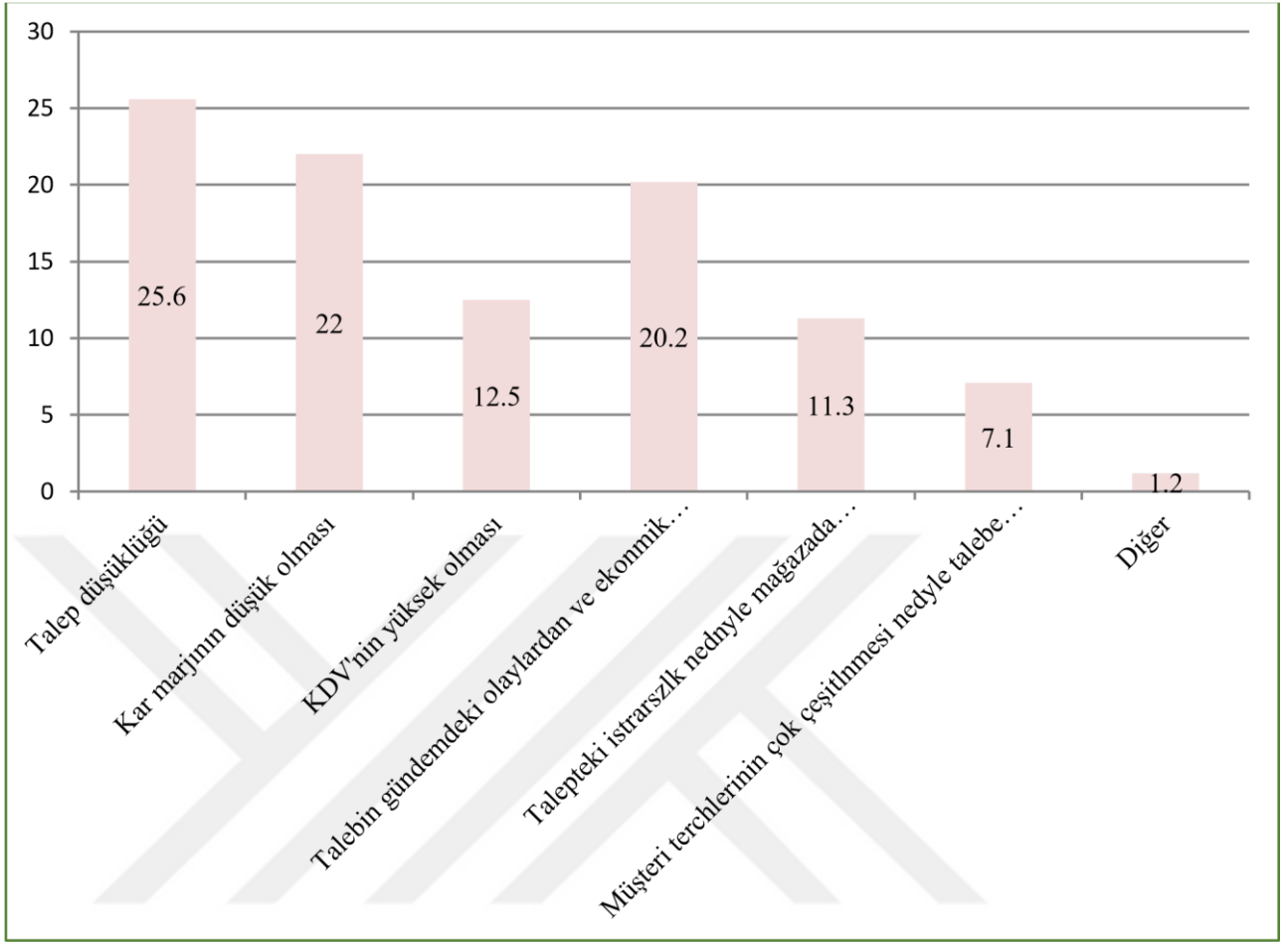


Şekil 4.35. Konya çiçek perakendeci esnafın krediden yararlanma durumu

4.6.2. Devlet tarafından sağlanan kredilerden faydalanma oranı

Bu bölümde çiçekçi esnafının özellikle pandemi döneminde kamu kurumları tarafından temin edilen krediden yararlanıp yararlanmadıkları da ortaya konulmaya çalışılmıştır.

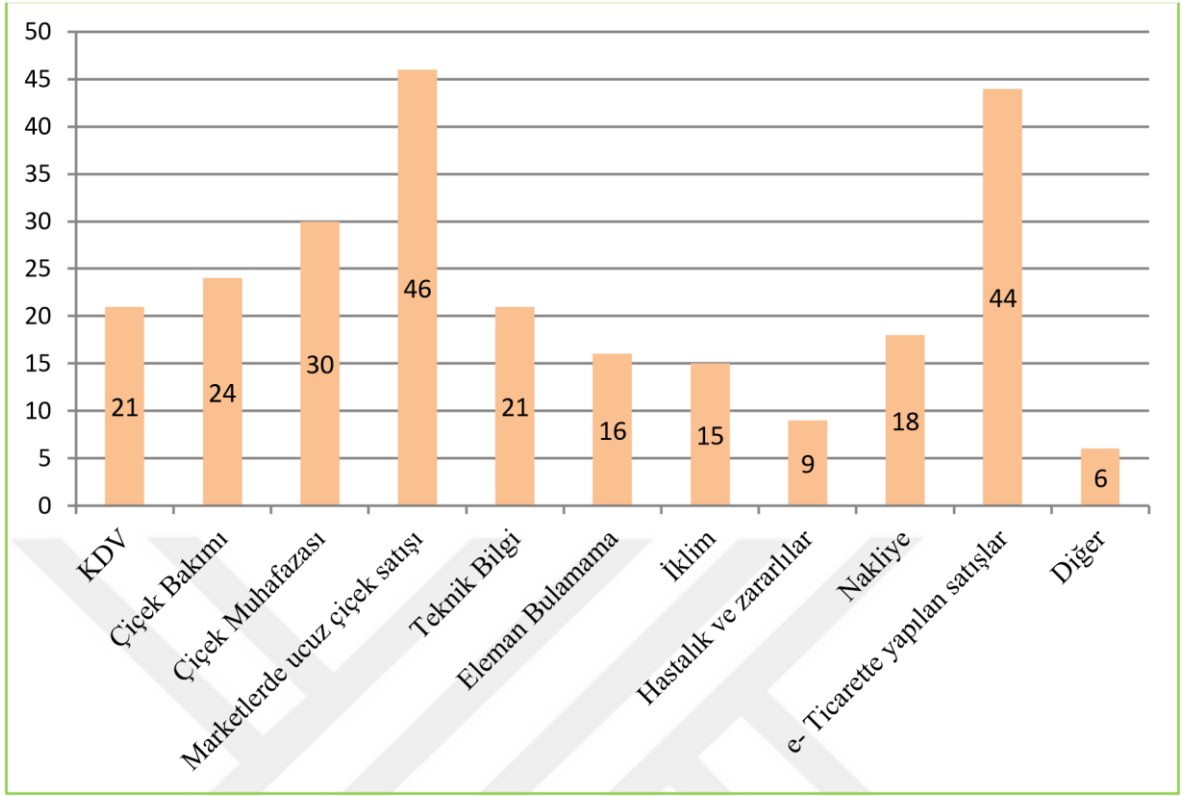
2020 yılında yaşanan Kovid-19 salgını nedeniyle devlet bazı sektörlerle belirli miktarlarda pandemi destek kredisi adı altında ekonominin canlanması için kredi desteği vermiştir. Görüşülen çiçek satışı yapan esnafın %35.8'i bu krediden faydalandığını ve bunun 25 000 lira ile sınırlı olduğunu söylerken, %61'i kullanmadıklarını ifade etmişlerdir. %3'ü ise bu soruya cevap vermemiştir (Şekil 4.35).



Şekil 4.36. Çiçek satışı sırasında yaşanan sorunlar

4.6.3. Çiçek satışında yaşanan sorunlar

Görüşülen esnafın mesleklerinde yaşadıkları sorunlar iki temel soruyla belirlenmeye çalışılmıştır. Satış aşamasının önemi dikkate alınarak, bu konuda yaşanan sorunlar ve genel sorunlar olmak üzere sorulan bu sorulara verilen cevaplar Şekil 4.36. ve 4.37.'de ortaya konmuştur. Satış aşaması için en yüksek oranda dile getirilen (%25.6) sorun talep düşüklüğüdür. Her dört çiçekçiden biri bu sorunu dile getirmiştir. Satış fiyatından dolayı kar marjının düşük olması %22 ile ikinci sırayı almaktadır. Çiçek ya da süs bitkilerinin zorunlu tüketim ürünleri grubunda olmaması nedeniyle, talebin güncel durumlardan çok etkilenmesi mümkün görünmektedir. Esnafın %20.2'si bu durumu bir sorun olarak dile getirmiştir. KDV'nin yüksek olması (%12.5), mağazada bulunacak ürün çeşidi belirlemedeki zorluk (%11.3) ve ürün yelpazesinin genişliğinden kaynaklı olarak gelen talebe cevap verememe (%7.1) dile getirilen diğer sorunlardır.



Şekil 4.37. Konya çiçek perakendeci esnafının yaşadığı genel sorunlar

4.6.4. Çiçekçi esnafının yaşadığı sorunlar

Görüşülen esnafların genel sorunları ortaya koyulmaya çalışıldığında da birçok sorunun yine ürün satışıyla ilişkili olduğu görülmüştür. %46 ile en yüksek oranda ifade edilen sorun marketlerde ucuz çiçek satışı yapılması sonucu ortaya çıkan rekabeti zorlayıcı durumdur. Yine %44 oranda internet yoluyla yapılan satışların da rekabeti zorlu hale getirdiği anlaşılmaktadır. Çiçek muhafazası %30, çiçek bakımı %24, KDV ve teknik bilgi ihtiyacı %21, nakliye zorlukları %18, iyi çalıştıracak eleman bulamama %16, iklimsel zorluklar %15, hastalık ve zararlıların ortaya çıkardığı zorluklar da %9 oranında dile getirilen sorunlar olmuştur.

4.6.5. Konya çiçek perakendeci esnafının sektörle ilgili görüş ve önerileri

- ❖ Pandeminin bir an evvel bitmesini
- ❖ Marketlerde ve internette isim yapmış firmalarda yapılan satışların kendi satışlarını olumsuz etkilediğini bu sebeple bu satışların yasaklanmasını ya da dengede tutulmasını

- ❖ Tüketicilerin genelde çiçek fiyatlarını pahalı bulduklarını, tüketicinin satın alacağı çiçeği fiyatına göre seçtiğini, Türk toplumunda genelde çiçek alma alışkanlığının olmadığını
- ❖ Süs bitkisi üretici ve satıcıların bir arada toplanmasını; Böylelikle hem üretici hem de çiçek satışı yapan firmaların dayanışma ruhunun gelişmesine hem de tüketicilerin arzu ettiği, ihtiyaç duyduğu bitki çeşidinin bir arada tedarikinin kolay olacağı, fiyatların dengeli olmasına olumlu etkisi nedeniyle avantaj sağlayacağını bu sebeple sektör içi dayanışmayı sağlayacak birlikteliğin olması için oda, dernek vb. oluşuma ihtiyaç olduğunu
- ❖ Eğitim seminerleri verilmesini
- ❖ Üretici ve satıcıların kontrol edilmesini
- ❖ Bu mesleği bilen kişiler tarafından yapılması gerektiğini ifade etmişlerdir.

6. TARTIŞMA ve SONUÇ

Çalışmada çiçekçi esnafına sorulan önemli sorulardan bir tanesi esnafın yaşı olmuştur. İlde faaliyet gösteren çiçekçi esnafın yaş ortalaması 40; yaş aralığı ise 21-67 olarak belirlenmiştir. Çiçekçi esnafının %39'u 31-40 yaş grubu arasında yer almıştır. (Aydınşakir ve ark., 2014)'nın yapmış olduğu çalışmada ise çiçek perakendecilerin %6'sı 25 yaşın altında, %27'si 26-35 yaş arasında %50'si 36-45 yaş arasında %17'si ise 46 yaşından büyük olduğunu belirtmişlerdir. En yüksek pay alan yaş aralığının 36-45 olduğu görülmektedir. Sonuç olarak her iki çalışmayı kıyasladığımızda birbirine yakın değerler çıktığı görülmektedir. Büyük çoğunluğun bu mesleği yapan kişilerin minimum 31 yaş gibi genç bireyler olduğu gibi maksimum 45 yaş gibi orta yaş bireylerinde olduğu anlaşılmaktadır.

İlin çiçekçi esnafının %82'si erkek ve %18'i kadın olarak belirlenmiştir. Zonguldak ilinde yapılan çalışmada (Akça ve ark., 2019) 34 adet işletmeden alınan verilere göre süs bitkileri perakendeciliği yapan kişilerin cinsiyet oranları %70.58'i erkek, %29.42'si ise kadın olarak belirlenmiştir. Antalya'da yapılan (Aydınşakir ve ark., 2014) çalışmada ise ankete katılan çiçek perakendecilerin %79.2'sinin erkek, %20.8'inin kadın nüfusundan oluştuğu belirtilmiştir. Çalışmamızda çiçek perakendeci esnafın %82'si erkek, %18'ini kadın oluşturmuştur. Perakende çiçek satışının genellikle erkekler tarafından gerçekleştirildiği anlaşılmaktadır. Bu oranlar dikkate alındığında çiçek sektöründe perakendecilik yapan kadın sayısının azlığı şaşırtıcı bulunmamış, cinsiyet faktörünün bazı sektörlerde olduğu gibi bu sektörde de etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

İlin çiçekçi esnafının eğitim durumlarına bakıldığında %52.2 ile en büyük oranı lise mezunları almaktadır. İldeki kesme çiçek perakendecilerinin yarısının lise mezunu olduğu ortaya çıkmıştır. Bulut ve ark. (2007)'nin Erzurum ilinde yaptıkları çalışmada kesme çiçek ticareti yapan çiçek perakendecilerin eğitim düzeyinin %62'sinin lise düzeyinde olduğunu belirtmiştir. Aydınşakir ve ark., (2014) çalışmasında ankete katılan çiçek perakendecilerin %52.1'inin lise olduğu belirtilmiştir. Zonguldak ilinde yapılan (Akça ve ark., 2019) çalışmada ise ankete katılan süs bitkileri perakendecilerinin eğitim durumlarının %50'sinin lise mezunu olduğu bildirilmiştir. Çiçek satışı yapan

perakendeciler ile yapılan bütün çalışmalarda kesme çiçek perakendecilerinin genellikle yarından çoğunun eğitim durumunun lise olduğu görülmüştür.

İlde süs bitkisi satışı yapan esnafın meslekte deneyimi incelendiğinde; ortalama deneyim 15 yıldır. Görüşülen bireylerin 1 ile 50 yıl arasında, oldukça geniş bir aralıkta deneyime sahip oldukları görülmüştür. Aydınşakir ve ark., (2014), çalışmasında ankete katılan çiçek perakendecilerin %41.7'lik kısmının 11-20 yıl arasında deneyim sahibi olan işletmeci sayısı 20 olduğu belirtilmiştir. (Akça ve ark., 2019) çalışmasında %56'lık kısmın 25 yıldan daha uzun süredir bu meslekte çalıştıklarını belirtmişlerdir. Bu verilere göre süs bitkileri perakendeciliğinin bu sektörde çok uzun süreden beri var olduğu görülmektedir.

İlde yapılan çalışmada çiçek perakendeci esnafın çiçek satışından bir yılda ortalama ve yaklaşık olarak 128 000 TL civarında gelir elde etmektedir Perakende satışından elde edilen aylık ortalama gelir (10 651) TL'dir. Aydınşakir ve ark., (2014) çalışmada 30 binden az gelir elde eden çiçek perakendecisi olduğu gibi 150 binin üzerinde gelir elde eden perakendeci sayısı da bulunmaktadır ancak en fazla çiçek perakendeci sayısının bulunduğu aralık 50-75 bin aralığıdır. Verilere göre yapılan çalışmalarda çiçekçi esnafın ancak bir kısmının bu işten iyi düzeyde gelir elde ettiği sonucuna varılmıştır.

İlde yapılan çalışmada tüketicilerin süs bitkisi esnafından en fazla talepte bulunduğu çiçek türleri; kesme çiçekte 1. sırada gül, 2. sırada krizantem ve 3. sırada karanfil ve gerbera ve 4. sırada diğer çiçekler gelmektedir. Saksılı çiçeklerde ise 1. sırada %42 payla son dönemlerin trend bitkisi olan sukulentler, 2. kauçuk 3. tercih edilen %16 oranla Atatürk çiçeği ve 4.sırada %13 oranla difenbahya ve %5 oranla diğer çiçekler olduğu yapılan anketle belirlenmiştir. Bulut ve ark., (2007) Erzurum ilinde 13 adet kesme çiçek perakendecisi ile yaptıkları çalışmada en fazla talep gören ilk dört çiçeğin sırasıyla karanfil, gül, glayöl ve gerbera belirtilmiştir. Aydınşakir ve ark., (2014) çalışmada ise %35'ini gül, %17'sini gerbera, %10'unu krizantem, %9'unu gypsophilla ve zambak, %5'ini karanfil, %7'sini mevsimlik çiçekler, %4'ünü glayöl ve %2'sini ise orkideler olduğunu bildirmişlerdir. (Akça ve ark., 2019) Zonguldak kentinde yapılan çalışmada krizantem, gül ve karanfil olduğu bildirilmiştir. Bu verilere göre tüketim tarzları farklılık gösterebilmektedir.

Konya ilinde yapılan çalışmada ildeki süs bitkisi satışı yapan esnafa yıl içerisinde en fazla süs bitkisi satışının olduğu sezon sorulduğunda yaz sezonu olduğunu belirtmişlerdir ve satışı etkileyen etmenler nelerdir sorusuna çiçek perakendeci esnafının çoğu özel günler olduğunu ifade etmişlerdir. Aydınşakir ve ark., (2014) yaptıkları çalışmada çiçek perakendecilerinin yıl içerisinde en fazla çiçek satışı yaptıkları günün Sevgililer Günü (%81.3) olduğunu, ikinci olarak Anneler Günü (%64.6) ve üçüncü sırada ise diğer başlığı altında doğum günleri, yıldönümleri, 8 Mart Dünya Kadınlar Günü vb. günlerin olduğunu bildirmişlerdir. (Akça ve ark., 2019) yapılan çalışmada çiçek perakendeci esnafına en çok kesme çiçek satışının yapıldığı özel günler sorulmuş verdikleri yanıtlarda, kesme çiçek satışının en fazla olduğu gün olarak Sevgililer Günü(%59) ve sonrasında sırasıyla Anneler Günü (%35), Öğretmenler Günü (%3) ve Yılbaşı (%3) olduğunu bildirmişlerdir. Konya ilinde yapılan çalışmada, çiçek perakendeci esnafıyla yapılan görüşmelerde esnafın %65.7'si çiçekleri soğuk hava deposunda, %4.5'i ise soğuk nemli muhafazada koruduklarını, diğer işletme sahiplerinin böyle bir imkana sahip olmadıkları için çiçekleri buzdolabında ya da klimalı ortamda sakladıklarını ifade etmişlerdir. (Bulut ve ark. 2007). Erzurum ilinde yaptıkları çalışmada, çiçekçilerle yapılan görüşmelerde %38'nin çiçekleri soğuk hava deposunda korudukları ve %62'sinin ise böyle bir alt yapıya sahip olmadıkları ortaya çıkmıştır. (Akça ve Ark., 2019) Zonguldak ilinde yapılan çalışmada Zonguldak ilinde bulunan süs bitkileri perakendecilerinin yaklaşık %97'sinin soğuk hava deposuna sahip olmadığı ortaya çıkmıştır. Sonuç olarak her üç çalışma da muhafaza imkanlarının yetersiz olduğu anlaşılmaktadır.

İlde yapılan çalışmada çiçek perakendeci esnafın sorunları araştırıldığında karşılaşılan sorunların başında (Kovid-19) salgını, e-ticarette ve marketlerde yapılan satışlar ve iklim kaynaklı muhafazanın zor olması olarak belirlenmiştir. (Bulut ve ark. 2007) Erzurum ilinde yaptıkları çalışmada, ankete katılan çiçekçilere karşılaştıkları zorlukları önem sırasına göre sıralamaları istenmiş bu sonuçlara göre ilk sırayı olumsuz iklim koşulları almıştır. İkinci sırada ise nakliyeden kaynaklanan sorunlar ve son sırada ise firma kaynaklı zararlanmalar olduğunu bildirmişlerdir. (Aydınşakir ve ark., 2014) çalışmada ankete katılan perakendecilerin %33'ü özel günlerde seyyar satıcıların yaptığı satışların kendileri açısından sorun oluşturduğunu dile getirmişlerdir. Perakendecilerin %23'ü

alışveriş merkezlerinde (AVM) yapılan satışlardan, %15'i eğitime dayalı olarak çiçek tüketim kültürünün toplumda bulunmamasından satışların olumsuz etkilendiğini belirtmişlerdir. Kesme çiçek perakendecilerinin sorunları arasında fiyat istikrarsızlığı %9 ile 4. sırada yer alırken, onu %4'erlik pay ile ekonomik sorunlar, mesleki örgütsüzlük ve ürün kalitesine bağlı sorunlar olduğunu bildirmişlerdir. (Akça ve ark., 2019) Zonguldak ilinde yapılan çalışmada ise karşılaşılan en önemli sorunun iklim koşullarından (%41) kaynaklandığı belirlenmiştir. Özellikle bu durumun nakil esnasındaki gerekli tedbirlerin alınmaması ile meydana geldiği belirtilmiştir.

Yapılan bu tez çalışmasında, 67 adet çiçekçiyle yüz yüze yapılan anket görüşmelerinden elde edilen verilere dayalı olarak, Konya İlinde süs bitkileri sektörünün mevcut durumu ortaya konulmaya ve sorunlar tespit edilmeye çalışılmış, bu sorunlara çözüm önerileri getirilmesi amaçlanmıştır. Bu bölümde araştırma sonucunda ulaşılan ve yukarıda ortaya konulmuş olan bulgulardan yola çıkılarak yapılan sonuç değerlendirmesi aktarılmaya ve bazı öneriler getirilmeye çalışılmıştır.

Anket sonuçları değerlendirildiğinde; çiçek satışı yapan esnaflar arasında erkeklerin ve lise mezunu olanların ağırlık kazandığı görülmüştür. İşletmelerin genellikle küçük ölçekli olduğu görülmüştür. Görüşmeler sırasında edinilen izlenim ve diğer bazı bulgular işletmelerin küçük ölçekli olmasının, işletmenin gelişmesi ve sürdürülebilirliği açısından önemli bir sorun oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Ürün çeşitliliği, muhafazası ve sergileme açısından çiçekçi esnaf için geniş ölçekli iş yerlerinin önemli bir avantaj oluşturacağı düşünülmektedir. Ayrıca temin edilen kesme çiçeklerin ortam koşulları ve satış süresinin uzamasına bağlı olarak kısa sürede ömürlerini tamamlamakta ve ticari değerlerini kaybetmektedirler. Bu durum maddi açıdan kayıplara neden olmaktadır. Bu nedenle temin edilen bitkiler satışa sunuluncaya kadar soğuk hava depo koşullarında muhafaza edilmelidirler. Çiçekçilerle yapılan görüşmelerde % 65.7'sinin çiçekleri soğuk hava deposunda ve %4.5'inin ise soğuk nemli muhafazada korudukları, diğer işletme sahiplerinin böyle bir imkana sahip olmadıkları için çiçekleri buzdolabında ya da klimalı ortamda sakladıklarını ifade etmişlerdir. Çiçekçiler satışlarını doğrudan ya da telefonla sipariş yöntemiyle gerçekleştirdiklerini ve satışların en fazla özel günlerde ve yaz sezonunda olduğunu söylemişlerdir. Çalışmaya göre Konya halkının en çok tercih ettiği

kesme çiçek gül olup, kesme çiçekler daha çok buket yapımında kullanılmaktadır. Saksılı çiçekte ise son yılların trend bitkisi ve bayanların en çok tercih ettiği sukulentler olmuştur.

Sorunların başında; dünyayı etkisi altına alan (Kovid-19) salgını nedeniyle tüketicilerin süs bitkileri satın alma düzeyini yok denecek duruma getirmesi, insanların çiçek ihtiyaçlarını internetteki isim yapmış çiçek satışı yapan sitelerden karşılaması, marketlerde ucuz çiçek satışların yapılması, iklim nedeniyle muhafazanın zor olması ve muhafaza imkanlarının yetersiz oluşu gelmektedir.

Esnafların kendilerini geliştirme eğilimlerinin çok yüksek olmadığı, teknik bilgi edinmek konusunda çok aktif olmadıkları söylenebilir. Bir yandan ürün çeşitliliği, ürün dizaynı, ürün bakımı gibi konularda, diğer yandan işletme yönetimine ilişkin konularda, dünyada hızla değişen ve gelişen trendler dikkate alındığında, sektörde güçlü bir şekilde var olmaya devam edebilmeleri için esnafların daha fazla kendilerini geliştirme eğilimi taşımalarının yararlı olacağı düşünülmektedir.

Konya ili süs bitkileri perakendecilerinin belirlenen mevcut durumları üzerinden sorunlarına ve gelişimlerine yönelik aşağıdaki öneriler getirilmiştir.

- ✓ Halkın ilgisini çekecek ve alacağı bitkiye nasıl bakım yapacağını bilmesi için atölye tarzı kurslar düzenlenmelidir.
- ✓ İnternet aracılığı ile daha fazla tüketiciye ulaşılabilmesi nedeniyle sosyal medya hesaplarını aktif kullanmaları satışları artıracaktır.
- ✓ Çiçekçilerin gelirlerini artırabilmek için reklam, tanıtım yapmaları gerekmektedir.
- ✓ Konya'da üretim yapılabilmesi için uygun sera koşullarının sağlanması ve bu mekanların sürekliliği adına çiçekçilere eğitim ve ekonomik destek verilebilir.
- ✓ Üretimin kendi ihtiyaçlarına göre yapılması (satış potansiyeli ile uyumlu olacak şekilde) maliyeti düşürecektir.
- ✓ Nakliyeden kaynaklı hasarın ve zaman kaybının önüne geçmek için en azından belli başlı türlerde kendi üretimlerine yönelik eğitim ve teşvik verilebilir. Böylece kesme çiçekte ürün kaybının ve kalitesiz çiçek temininde karşılaşılabilecek sorunlar minimum seviyeye ineceği tahmin edilmektedir. Bunun yanında tüketicinin daha kaliteli ve

düşük fiyatla çiçek tüketmesi ile birlikte ildeki çiçek tüketim potansiyelinin artmasına olanak sağlanacağı düşünülmektedir.

- ✓ İnternette isim yapmış büyük firmaların çiçek satışlarına sınır getirilmesi, markette satılan ucuz çiçek satışlarının belirli meblağın altında olmaması gibi satış stratejileri geliştirilebilir.
- ✓ Çiçek tüketiminin artırılması için de halkın bilinçlendirilmesi ve çiçek kültürünün oluşması sağlanmalıdır. Bunun için de bu sektördeki kurumların tüketimi artırıcı reklam vb. faaliyetlerin yapılması gerekir.
- ✓ Çiçekçilerin işyeri açmasında mesleki sertifika istenmesi bu sektörün gelişmesi için oldukça önemlidir.
- ✓ Sektör içi birlikteliğin oluşması için oda, dernek vb. yapıların olması gerek

7. KAYNAKLAR

- Akça, Ş., Yazıcı, K. ve Karaelmas, D. (2019). Zonguldak İli Kesme Çiçek Perakendecilerinin Analizi. Bartın Orman Fakültesi Dergisi, 21 (3), 580-588.
- Aksu, Z.A. (2020). Mersin İlindeki Süs Bitkileri Sektörünün Mevcut Durumu, Sorunları ve Çözüm Önerileri.(Yüksek Lisans Tezi), Siirt Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Siirt.
- Anonim, (2019a). Süs Bitkileri Sektör Raporu. Süs Bitkileri ve Mamulleri İhracatçılar Birliği.
- Anonim, (2019b). T.C. Samsun Valiliği İl Tarım ve Orman Müdürlüğü Süs Bitkileri Sektör Raporu Sorunları ve Çözüm Önerileri.
- Anonim, (2021). Çiçek sektöründen 83 ülkeye 107 milyon dolarlık ihracat. AA Ekonomi, <https://www.aa.com.tr/tr/ekonomi/cicek-sektorunden-83-ulkeye-107-milyondolarlik-ihracat/2102920>.
- Anonim, (2021). Konya iklimi. Coğrafya dünyası, <https://www.cografya.gen.tr/tr/konya/iklim.html>.
- Ay, S., (2009). Süs Bitkileri İhracatı, Sorunları Ve Çözüm Önerileri: Yalova Ölçeğinde Bir Araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 14 (3), 423-443.
- Aydınşakir, K., Sayın, B., Çelikyurt, M.A. ve Karagüzel, Ö., (2014). Antalya İli Kesme Çiçek Perakendeciliğinin Analizi. Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 27(2), 75-82.

- Anonim, (2021). Süs Bitkileri Sektör Raporu. Orta Anadolu Süs Bitkileri ve Mamulleri ihracatçılar Birliği
- Baktır, İ. (2013). V. Uluslararası Süs Bitkileri Kongresi., 06–09 Mayıs 2013, Atatürk Bahçe Kültürleri Merkez Araştırma Enstitüsü, Ankara.
- Bulut, Y., Akpınar, E. ve Yılmaz, H., (2007). Erzurum Kentinin Kesme iek Tüketim Potansiyelinin Belirlenmesi ve çözüm nerileri. GO Ziraat Fakültesi Dergisi, 24 (2), 7-11.
- Cengiz, B., Keçecioğlu, D.P., Yiğittekin, S. (2017). Peyzaj Ekonomisi Açısından Peyzaj ve Süs Bitkileri Fidanlık İşletmelerine Yönelik Sektörel Bir Analiz. Bartın Orman Fakültesi Dergisi, 19 (2), 50-62.
- Eroğlu, A., (2016). Yalova İlinde Dış Mekan Ss Bitkilerinin Mevcut Durumu, Sorunları ve çözüm nerileri.(Yüksek Lisans Tezi), Gaziosmanpaşa Üniversitesi Bahçe Bitkileri Bölümü, Tokat.
- Eşitken, A., elik, Y., Polat, A.T., Karakayacı, Z., (2012). Konya’da Dış Mekan Süs Bitkileri, İç Mekan Süs Bitkileri, Kesme iekler ve iek Soğanları Yetiştiriciliği Yatırımlarına Yönelik Fizibilite alışması. Mevlana Kalkınma Ajansı.
- Gencer, B., (2014). Dünya’da Ve Türkiye’de Kesme iek Sektörü Pazarlama Organizasyonları Ve Tüketici Eğilimleri.(Doktora Tezi), Namık Kemal Üniversitesi Ekonomisi Bölümü, Tekirdağ.
- Güçlü, K., (1991). Erzurum ve evre İllerde Ss Bitkilerin Tüketimi Atatürk Üniv. Ziraat Fak. Dergisi, 22 (1), 88-92.
- Gülçür, B., (2015). Dünyada, AB’de ve Türkiye’de Süs Bitkileri Sektöründeki Gelişmeler ile Bu Alandaki Uluslararası Fuarlar. (AB Uzmanlık Tezi). Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Avrupa Birliği ve Dış ilişkiler Genel Müdürlüğü.
- Gürsan, K., (2002). Türkiye Süs Bitkileri Sektörünün Genel Durumu. II. Ulusal Süs Bitkileri Kongresi. Narenciye ve Seracılık Araştırma Enstitüsü, Antalya.
- Karagzel O., Korkut A.B., zkan B., elikel F.G., Titiz S., (2010). Süs Bitkileri retiminin Bugünkü Durumu, Geliştirilme Olanakları Ve Hedefleri. TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası, Ziraat Mühendisliği 7. Teknik Kongresi, 11-15 Ocak 2010, Ankara.
- Kazaz, S., (2012). Odunsu Ss Bitkilerinin oğaltma ve Yetiştirme Teknikleri Ders Notları. Ankara Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Bahçe Bitkileri Anabilim Dalı.
- Kızılkın, İ., (2016). Türkiye’de Süs Bitkileri retim ve Pazarlama Sektörünün Sorunları ve çözüm nerileri.(Yüksek Lisans Tezi), Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Kooten, O. V. and Kuiper, E., (2009). Consumer Acceptability in Flower Chains: How Can We Determine What the Final Customers Really Want?. Wageningen University, <https://core.ac.uk/download/pdf/29249342.pdf> (29 Eylül 2019).
- Moore, E. H., Behe, B. K., Cameron, A., (2000). Consumer perceptions of selected flower plants marketing features of ornamentals as appreciated by the market. *Acta Hort (ISHS)*, 536, 479-484.
- Sarioğlu, N.,(2021). Samsun İlinde Süs Bitkileri Yetiştiricilerinin Sosyo-Ekonomik Sorunları Ve Çözüm Önerileri.(Yüksek Lisans Tezi), Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Samsun
- Sönmez, F., (2012). Kesme Çiçek Sektör Raporu. Doğu Karadeniz Kalkınma Ajansı.
- Onay, H.A., (2008). Türkiye’de Süs Bitkileri Sektörünün Üretim ve Yapısal Sorunları ve Öneriler. (Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi, Peyzaj Mimarlığı Bölümü, Ankara.
- Titiz, S., Çakıroğlu, N., Birişçi Yıldırım, T., Çakmak, T., (2000). Süs bitkileri üretim ve ticaretindeki gelişmeler. V. Türkiye Ziraat Mühendisliği Teknik Kongresi, Ankara.
- Yazıcı, K., ve Gülgün, B., (2016). TR83 İllerinde Süs Bitkileri Sektörünün Mevcut Durumu ve Geliştirilmesi Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Tar Bil Der*, 3(1): 18-24.
- Yıldızoğulları, N., (2020). Süs Bitkileri Potansiyelinin Belirlenmesi: Şanlıurfa İli Örneği. (Yüksek Lisans Tezi), Harran Üniversitesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Şanlıurfa.

8. EKLER

KONYA ÇİÇEKÇİ ESNAFININ SORUNLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Sayın Yetkili;

*Bu araştırma Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Bahçe Bitkileri Anabilim Dalı'nda **Prof. Dr. Mehmet GÜNEŞ** danışmanlığında Yüksek Lisans öğrencisi **Gülçin Eda BABADAĞ** tarafından yürütülmektedir. Araştırmada, Konya ilindeki çiçekçilerin genel durumu, sorunları ve çözüm önerilerinin ortaya konulması amaçlanmıştır.*

Anket yoluyla elde edilecek bilgilerin değerlendirilmesinde kişisel verilerin korunması kanununa uygun hareket edilecektir.

Bu konuda gerekli yardım ve ilgiliyi göstereceğinizi bekler, şimdiden teşekkür ederiz.

Anketin Yapıldığı;

İl: Konya.....

İlçe: Merkez.....

1. Yaşınız:.....

2. Cinsiyetiniz: () Erkek () Kadın

3. Eğitim durumunuz nedir?

() Okur-yazar değil () İlkokul () Ortaokul
() Lise () Yüksekokul () Fakülte () Master-
Doktora

4. Medeni Durum : () Evli () Bekar

5. Kaç yıldır çiçekçilik yapıyorsunuz?.....yıl

6. Süs bitkileri alanında akademik eğitiminiz var mı?

() Evet () Hayır

Varsa nedir?

7. Çiçek satışı yaptığınız alan kaç metrekaredir?

Kapalı alanm² Üretim yapılan açık alan m²

8. Çiçek satışı yapılan mekan size mi ait?

() Evet () Hayır

9. Çiçekleri ne şekilde ya da kimden temin ediyorsunuz?

() Toptancılar () E-Ticaret () Mezat yoluyla () Diğer.....

10. Çiçekleri nereden temin ediyorsunuz?

() İl içi () İl dışı () Diğer.....

11. Çiçekleri temin ettiğiniz iller hangisidir?

- () Yalova () Antalya () Isparta () İzmir ()
Ankara
() Diğer.....

12. Çiçek temininde karşılaştığınız sorunlar nelerdir?

- () Ulaşım ya da nakliye sırasında ürünlerin zarar görmesi
() İklim koşulları nedeniyle ürünlerin zarar görmesi
() Nakliye gecikmesi, aksaması ()
() Firmaların güven bozucu tutumları
() Nakliye maliyetinin yüksek olması
() Hasta ya da zararlı bulaşık bitki gelmesi
() Diğer.....

13. İşletmede çalışan kişi durumu nedir?

- a) Daimi işçi :.....kişi
b) Geçici işçi :.....kişi
c) Danışman :.....kişi
d) Müdür :.....kişi
e) Peyzaj mimarı :.....kişi
f) Diğer :.....kişi

14. Çiçeklerin muhafazasını ne şekilde yapıyorsunuz?

- () Soğuk hava deposu () Bitki büyümesini düzenleyici madde
() Soğuk nemli muhafaza () Diğer

15. Çiçeklerin mekânda muhafazası sırasında ne ölçüde bakım yapmanız gerekiyor?

() Hiç gerekmiyor () Çok az bakım gerekiyor () Çok bakım gerektiriyor

- **Ne tür bakım ve kültürel işlemler yapıyorsunuz?**

() Sulama () Gübreleme () İlaçlama ()

Diğer.....

16. Saksı ve kesme çiçeklerde hastalık- zararlı görülüyor mu?

() Hemen hemen hiç () Çok az () Bazen () Çok sık

- **Ne gibi hastalıklar görülüyor?**

() Pas hastalığı () Sahici külleme hastalığı () Fumajin

() Yalancı külleme hastalığı () Yaprak dökümü hastalığı ()

- **Ne gibi zararlılar görülüyor?**

() Yaprak bitleri () Kırmızı örümcek ()

() Akarlar () Kabuklu bit

17. Çiçeklerin muhafazası sırasında kayıp oluyor mu? () Evet () Hayır

- Cevabınız EVET ise, yüzde kaç oranında? %

- Nedenleri nedir?

() Satış süresinin uzaması () Bakım yetersizliği

() Çiçeklerin çeşit ömrü () Ortam koşulları

() Diğer.....

18. Herhangi bir zarara karşı sigortanız var mı? () Evet ()

Hayır

- Cevabınız EVET ise;

- Kaç yıldır yaptırıyorsunuz?

- Ne tür risklere karşı sigorta yapıyorsunuz?

() Biyotik /Abiyotik stresler

() Diğer

- Şimdiye kadar herhangi bir zarar meydana geldi mi? () Evet ()

Hayır

- Cevabınız EVET ise; hangi zararlar oldu? ()

Biyotik /Abiyotik zararlar

() Diğer

19. Kesme çiçek ya da saksı çiçeği arasında daha çok tercih edilen, satışı yapılan hangisidir?

() Kesme () Saksı () Hemen hemen aynı

20. Kesme çiçek sınıfında en çok hangi çiçeğin satışını yapıyorsunuz?

() Karanfil () Gerbera () Gül () Krizantem ()
Diğer.....

21. Saksılı çiçekte en çok hangi çiçeğin satışını yapıyorsunuz?

() Atatürk çiçeği () Kauçuk () Difenbahya () Sukulentler ()
Diğer.....

22. Sizce çiçek satışında etkili olan faktörler nelerdir?

() Mekânın büyüklüğü () Ürün çeşitliliği
() Ürün çokluğu () Çalışan eleman sayısı

() Çiçeklere ilgiyi artıran medya olayları () İnternet tanıtımları
() Gündemdeki dinamikler, değişkenler () Mekan tasarımı
() Özel günler () Mevsim
() Fiyat () Diğer

23. En çok çiçek satışı yılın hangi mevsiminde yapılmaktadır?

() İlkbahar () Yaz () Sonbahar () Kış

24. Çiçek fiyatları mevsimlere göre değişiklik gösteriyor mu?

() Hiç değişmez () Çok az değişir () Çok değişir

- Değişiyorsa hangi mevsimde daha yüksek olur?

() Ocak-Şubat () Mart-Nisan () Mayıs-Haziran () Temmuz-Ağustos

25. Siz çiçekleri firmadan temin ederken fiyat oluşumu nasıl gerçekleşiyor?

- () Firmalar belirliyor
() Satıcı-alıcı anlaşmasına göre belirleniyor
() Biz belirliyoruz
() Piyasa şartları belirliyor
() Diğer

26. Sizin müşteriye satışınızda fiyat nasıl belirlenir?

- () Maliyetine göre biz belirliyoruz
() Genel piyasa fiyatına göre satıyoruz
() Diğer

27. 2020 yılı fiyatlarından memnun musunuz?

() Evet () Hayır

28. 2020 yılında çiçeklerinizin tamamını satabildiniz mi?

() Evet () Hayır

- Cevabınız HAYIR ise, ne kadarını satabildiğiniz? %.....

29. Çiçeklerinizi etiketliyor musunuz ? () Evet () Hayır

- Cevabınız EVET ise, etikette hangi bilgiler bulunuyor?

() Tür adı

() Çeşit adı

() Bakımı

()

30. Çiçek satışından elde ettiğiniz yıllık ortalama gelir ne kadar?

.....TL/yıl

31. Çiçek satışından elde ettiğiniz gelir, ailenizin toplam gelirinin ne kadarını oluşturmaktadır?

%

32. 2020 yılında kar mı elde ettiniz zarar mı?

() Kar

() Zarar

-Cevabınız zararsa bunun nedeni

() Bilinçli değildim () Rekabet ortamı () Dükkanın kullanım alanı () Pandemi
() Diğer.....

33. Çiçek satışıyla ilgili yaşadığınız sorunlar nelerdir?

() Talep düşüklüğü

() Kar marjının düşük olması

() KDV'nin yüksek olması

() Talebin gündemdeki olaylardan ve ekonomik durumdan çok etkilenmesi

() Talepteki istikrarsızlık nedeniyle mağazamda bulunduracağım ürün konusundaki kararsızlık

() Müşteri tercihlerinin çok çeşitlenmesi nedeniyle talebe cevap verememe

() Diğer

34. Tarım/Orman İl Müdürlüklerinden teknik bilgi açısından faydalaniyor musunuz?

() Evet () Hayır

- Cevabınız EVET ise, en çok hangi konuda?

() Bakım işleri () Hastalık mücadelesi () Zararlı mücadelesi ()
.....

- Cevabınız HAYIR ise, nedeni?

() P. Mimarı/Z. Mühendisi çalışıyor () Teknik bilgimiz
yeterli/daha iyi

() İşletmemiz küçük ölçekli ()
.....

35. Şimdiye kadar, çiçekçilik ile ilgili herhangi bir kursa katıldınız mı?

() Evet () Hayır

- Cevabınız EVET ise;

- Ne zaman katıldınız?.....

- Hangi ilde katıldınız?.....

- Kim düzenlemişti?

() Tarım/ Orman İl Müdürlüğü () Özel Firma ()
Üniversite

() Diğer

- Ne ile ilgiliydi?

() Çeşit tespiti () Bakım işleri
() Zararlı mücadelesi () Hastalık mücadelesi

() Diğer

- Herhangi bir sertifika aldınız mı?

☐ Evet ☐ Hayır

36. Çiçekçilik mesleğini seçmenize etki eden etmenler?

- ☐ Çiçekleri sevmem ☐ Bu mesleği yapanlardan etkilenmem
☐ Sosyal çevre tavsiyesi ☐ Çiçeklerden çok iyi anlamam, bilgi sahibi olmam
☐ Ailemin isteği ☐ İzlediğim film ya da dizilerden etkilenmem
☐ Bulduğum yerde ihtiyaç olduğunu düşünmem
☐ Diğer

37. Devletten herhangi bir kredi desteği alıyor musunuz? ☐ Evet ☐ Hayır

- Cevabınız EVET ise ne zaman ve ne kadar kredi aldınız?.....

.....
.....

38. Sizce, çiçekçi esnafının yaşadığı en büyük sorun ya da sorunlar nedir/nelerdir?

☐ KDV ☐ Bakımı ☐ Muhafazası

☐ Marketlerde ucuz çiçek satışı

☐ Teknik bilgi ☐ Eleman bulamama ☐ İklim

☐ Hastalık ve Zararlılar ☐ Nakliye ☐ e-Ticarete yapılan satışlar
☐ Diğer.....

39. Sizce, yukarıdaki sorunların çözüm önerileri neler olabilir?

() ()..... ().....
().....

()..... ()..... ().....
().....

40. Yaptığınız meslekle ilgili söylemek istediğiniz başka bir şey var mı?

.....