T.C

SELÇUK ÜNİVERSİTESİ

FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

KONYA İLİNDE TARIMSAL YAYIMDA ALTERNATİF İLETİŞİM VASITASI OLARAK CEPTARIM UYGULAMALARI VE GELİŞTİRME OLANAKLARI

HÜSEYİN DOĞANÇUKURU

YÜKSEK LİSANS TEZİ

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

KONYA, 2009

ÖZET

Yüksek Lisans Tezi

KONYA İLİNDE
TARIMSAL YAYIMDA ALTERNATİF İLETİŞİM VASITASI OLARAK CEPTARIM UYGULAMALARI VE GELİŞTİRME OLANAKLARI

Hüseyin DOĞANÇUKURU
Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü
Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı
Danışman: Prof Dr. Cennet OĞUZ
2009, 111 Sayfa

Juri:
Prof.Dr.Kemal ESENGÜN Prof.Dr.Cennet OĞUZ Yrd.Doç.Dr.Yusuf ÇELİK

Bu araştırma Tarımsal yayımda mobil iletişimin nasıl kullanılacağını, çiftçilere tarımsal bilgi ve haberlerin nasıl gönderileceğini belirlemek, hangi konuların ve bilgilerin gönderilebileceğini tespit etmek, gönderilecek bilgilerin mobil iletişime ve çiftçi şartlarına göre uyarlamak bununla ilgili modeller oluşturmak, tek yönlü olan veri transferini iki yönlü olarak geliştirebilmek için gerekli birincil verilere ulaşmak ve önerilen "Ceptarım " modeli ile uygulama yapmak, veri tabanı oluşturmak amacıyla yapılmıştır.

Çalışmada Ceptarım Modeline üye olan üreticilerin % 83.33'ünün ücretli üyeliklerini devam ettirmek istedikleri, üyelerin % 86.11'inin reklam amaçlı mesaj gelmesi halinde bundan rahatsız olmayacakları, % 91.67'sinin ise üretmiş oldukları ürünleri Ceptarım modeli ile pazarlamaya istekli oldukları belirlenmiştir.

Üyelerin % 69.44'ünün tarımsal girdileri Ceptarım modelinden sipariş etme isteğinin olduğu, üyelerin % 91.67'sinin öğrenmek istedikleri konularda Ceptarıma kısa mesaj göndererek soru sormak istedikleri tespit edilmiştir.

Ceptarım Modeline üye olanların % 47.22'si kredi temini, % 72.22'si destekleme, % 41.67'si pazarlama, % 38.89'u yetiştiricilik, %55.56'sı hastalık ve zararlılar ile mücadele, % 50'si gübre ve gübreleme, % 8.33' ü çevre koruma gibi konularda bilgiye ihtiyaç duydukları saptanmıştır.

Ceptarıma üye olmaya etki eden faktörler araştırılmış ve yapılan lojistik regrasyon analizleri sonucunda toplam arazi genişliğinin Ceptarım'a üyelik üzerinde pozitif etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Toplam arazi genişliğinin 1 da artması Ceptarım'a üye olma oranını 1.004 kat artırmaktadır. İşletmelerin sahip oldukları

İşgücü varlığının 1EİB artması Ceptarım'a üye olma ihtimalini 1.217 kat daha artırmaktadır.

İşletme yöneticilerinin yaşı da Ceptarım'a üyeliği etkilemektedir. Elde edilen sonuca göre yaşı daha büyük olan üreticiler Ceptarım'a daha kolay üye olabilmektedir. İşletme yöneticilerini eğitim durumları ve işletmelerin sahip oldukları hayvan varlıkları da Ceptarımı olumlu yönde etkilemektedir. İşletme yöneticilerinin eğitimli olması Ceptarıma üye olma ihtimalini 1.363 kat artırmaktadır. Ayrıca hayvan varlığındaki 1 BBHB'lik artışta Ceptarıma üye olma ihtimalini 1.071 kat artırmaktadır. Analiz sonuçlarına göre internet kullanan işletmecilerin Ceptarım'a üye olmadıkları anlaşılmaktadır. Ayrıca modelin çiftçiler tarafından benimsenmesi ve aktif olarak kullanılabilmesi amacıyla çiftçi örgütlerinin de bu konularda bilgilendirilmesi gerekmektedir.

Anahtar kelimeler; Tarımsal Yayım, Mobil İletişim, Ceptarım

ABSTRACT

MS Thesis

USING CEPTARIM AS ALTERNATIVE MOBILE COMMUNICATION IN AGRICULTURAL EXTENSION IN KONYA PROVINCE

Huseyin DOGANCUKURU

Selcuk Universtiy Natural Scince Institute

Department of Agricultural Economics

Advisor; Prof. Dr. Cennet OGUZ

2009, 111 Pages

Juri:

Prof.Dr.Kemal ESENGÜN Prof.Dr.Cennet OĞUZ Yrd.Doç.Dr.Yusuf ÇELİK

This research has been conducted to define how mobile communication can be used in agricultural broadcast, how agricultural knowledge and news can be sent to the farmers, which topics and information to be sent, arrange the information to be sent to the farmers according to mobile communications and farmer conditions, and form related models to reach the required primary data and apply the suggested "Ceptarım" model to develop the one way data transfer to two way transfer.

In the study 83.33 % of Ceptarım model members stated that they want to continue their paid membership, 86.11% stated that they will not be disturbed from the messages involving advertisements, and it was observed that 91.67 % of the members were willing to commercialize their products via Ceptarım model.

It has been defined that 69.44 % of the members want to order agricultural input from Ceptarım model and 91.67 % of the members stated that they want to send short messages to Ceptarım model about the topics that they want to learn.

Members of Ceptarım model stated that they need information on different topics; the needs and percentages are as follows: 47.22 % need information about obtaining loan, 72.22 % about support, 41.67 % about marketing, 38.89 % about farming, 55.56 % about diseases and their treatment, 50% about fertile and fertilization and 8.33% about environment protection.

The factors affected the membership of Ceptarım model have been researched and as the result of logistic regression analysis it has been found that total field broadness had positive effect on Ceptarım membership. 1 da increase in the amount of total field area increased the chance of being a member of Ceptarım 1.004 times. Similarly, the increase of the work power that the firms have 1 EIB, increased the chance of being a Ceptarım member 1.217 times.

The age of managers of the firms also affected the ceptarım model membership. According to the obtained result the elder managers and producers become member more easily. Education level of the managers and the number of the animals, which the companies have, had positive effect on Ceptarım membership. Educated firm manager increased the chance of ceptarım membership 1.363 times. Besides, 1 BBHB increase on the animal ownership increased the chance of ceptarım mebership1.071 times. According to the results of the analysis, it has been understood that the managers that use internet did not become ceptarım member. In addition, farmer unions should be trained on the issue in order to have the model accepted and used actively by the farmers.

Key Words: Agricultural Extension, Mobile Communication, Ceptarım

ÖNSÖZ

Tarımsal konular içinde teknik, ekonomik, politik konular ve mevzuat o kadar hızlı değişmektedir ki bu konuların zaman geçirilmeden çiftçilere ulaştırılması şart olmuştur. Geleneksel metotlarla yapılan yayım çalışmasında bilgi çiftçiye ulaştığında artık güncelliğini kaybetmiş yerini yeni bir bilgi ile değiştirmiş olmakta dolayısıyla çiftçiler ihtiyaçları olan haber ve bilgileri öğrenme ve uygulamada geç kalmaktadırlar.

Mobil iletişim vasıtalarından cep telefonu kullanan çiftçilere hızlı, güvenilir, yazılı, sesli ve görüntülü bilgi transferi yapılabilmenin ilk çalışmaları araştırıcı tarafından başlatılmış olup diğer taraftan Konya çiftçisine ulaşan ilk kısa mesaj 2007 yılında yine araştırıcı tarafından gönderilmiştir. Çiftçiye gerçek anlamda tarımsal bilgi cep telefonlarına kısa mesaj olarak özel sektör tarafından gönderilmiştir. Bunun en önemli nedenlerinden biri ise ilaç veya gübre bayileri çiftçilere kendi ürünlerini kullanmaları halinde daha kazançlı olacaklarını kısa mesajlar ile bildirmekteydi. Bu şekilde hiçbir denetimi olmayan kısa mesajlar ile yanlış ya da hatalı bilgilerde çiftçilere ulaşabilmektedir.

Teknolojinin hızla ilerlemesine ve mobil iletişimin çiftçiler tarafından çok hızlı benimsenmesine rağmen tarımsal yayım açısından bu yöntem istenen düzeyde kullanılmıyordu. Bu durumda yapılması gereken Türk çiftçisini Ceptarım ile buluşturmaktı. Araştırmaya konu olan Ceptarım modeli tam anlamı ile çalışmaya başladığında her türlü tarımsal bilgi anında çiftçilere ulaşacak, çiftçiler merak ettikleri konuları Ceptarıma soracak karşılığında sesli yada görüntülü mesaj ile cevabını alacak, istediği zaman Ceptarım modeline dahil olarak üretim ve yetiştiricilik ile ilgili konuları dinleyecek, “cepkitap” bölümünden istediği bilgiye anında ulaşabilecektir. Ceptarıma göndereceği mesajla, kendisi gibi üye olan diğer üreticilere ulaşacak, istediği ürünü pazarlayacak veya satın alacaktır. Üye olduğu takdirde üyelik konusu ve zamanına bağlı olarak teknik bilgiler örneğin buzağı beslenmesi ile ilgili olarak her hafta yapılması gereken teknik konuları cep telefonun gelen mesajlar kutusunda bulacaktır.

Araştırma, konusunun belirlenmesinden istatistiki analiz ve değerlendirme konularına kadar çalışmalarımın her safhasında beni teşvik edip yönlendiren, bilgi veren başta danışmanım Prof Dr. Cennet OGUZ olmak üzere, Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü öğretim elemanlarına en derin saygılarımı sunarım. Ayrıca bana çalışmalarımda destek olan sevgili eşim Fatma DOĞANÇUKURU'na ve mesai arkadaşlarıma da teşekkürlerimi bir borç bilirim. Ceptarım Modelini bünyesine alarak çalışma sırasında oluşabilecek resmi ve ticari sorunlara engel olan Veteriner Hekim Erhan ZENGİN'ne "Ünitek Tarımsal Danışmanlık Yönetim Kurulu Başkanı " teşekkür ederim.

Bu araştırma, yoğun bir çalışma, azim, fedakârlık, kararlılık ve özellikle yardımlaşmanın bir ürünü olduğu için emeği geçen ancak isimlerini tek tek yazamadığım herkese her şeyin gönüllerince olmasını dilerken en derin saygı ve sevgilerimi sunarım.

Haziran 2009, Konya
Hüseyin DOĞANÇUKURU

İÇİNDEKİLER

ÖZET……i
ABSTRACT…….....iii

ÖNSÖZ……...……..v

İÇİNDEKİLER……...vii

KISALTMALAR……...…….viii

1.GİRİŞ…….……1

2.KAYNAK ARAŞTIRMASI…….…….……5

3.MATERYAL VE METOT ……..……15
3.1. Materyal ……..…… 15
3.2. Metot ……..…….…….15

4. ARAŞTIRMA BÖLGESİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER…….….. 20
4.1. Araştırma Alanının Doğal Durumu……..…..20
4.1.1. Araştırma alanının coğrafi konumu……..…….20
4.1.2. İklim ve bitki örtüsü……....20
4.1.3. Araştırma alanının ekolojik durumu……...……..22
4.2. Nüfus ……..……..….23
4.3. Eğitim ……...…….24
4.4. Tarımsal Yapı……..…….....24
4.4.1. Konya ilinin arazi varlığı……..……..….25
4.4.2. Sulama durumu……..…..……26
4.5. Konya İlinin Tarım Potansiyeli……..…….……27
4.5.1. Bitkisel üretim……..…27
4.5.2 Konya ili hayvan varlığı …….……31
4.5.3 Hayvansal üretim…….……32
4.5.4. Tarımsal alet ve makine durumu …….……32
4.5.5. İlin önemli ürünlerinin ülke tarımında ki yeri……...……...…….33
4.6. Konya İlinde Tarımsal Yayım…….……35
4.6.1. İlde yayım hizmeti veren kuruluşlar ……..……...35
4.6.2 İl tarım müdürlüğü tarımsal yayım çalışmaları…….…….35

5.MOBİL İLETİŞİM…….……...……40
5.1 Mobil İletişimin Dünyada Gelişimi…….……..40
5.2 Mobil İletişimin Türkiye'de Gelişimi……..……..41
5.3 Mobil İletişim Araçları ……...……43
5.4. Mobil İletişimde Ceptarım Uygulamaları……..…….….43

6.ARAŞTIRMA BULGULARI ……45
6.1 İncelenen İşletmelerde Sosyo-Ekonomik ve Tarımsal Yapı…...……45
6.1.1 İşletmelerin nüfus durumu……...……..…..45
6.1.2 Nüfusun eğitim durumu……..…..46
6.1.3 İşletmelerin iş gücü durumu ……..47
6.1.4 İşletme gruplarına göre arazi kullanım durumu …… 48
6.1.5 İşletme gruplarına göre ana tarımsal faaliyet alanı……..….49
6.1.6 İşletmelerde yetiştirilen ürünlerin dağılımı……....50
6.1.7 İşletme gruplarına göre ikamet edilen yer……..51
6.1.8 İşletme gruplarına göre şehre iniş sıklığı……..……..52
6.1.9 İşletme Gruplarına Göre Şehre İniş Sebebi……...…….53
6.1.10 İşletme gruplarına göre sahip olunan ev aletleri…...……53
6.1.11 İşletme gruplarına göre traktör dışında sahip olunan araçlar….54
6.1.12 İşletmelerin alet-makine sermayesi …….……..….55
6.1.13 İşletmelerin hayvan varlığı….. ……..……..….56
6.1.14 İşletmelerin yabancı sermaye durumu……..…..…57

6.2 İncelenen İşletmelerin Örgütlenme durumu……..…..58
6.2.1 İşletme gruplarına göre köyde tarımsal organizasyon bulunma durumu……..…….....….58
6.2.2 İşletme gruplarına göre köyde hizmet veren tarımsal organizasyonlar…….…….....59
6.2.3 İşletme gruplarına göre üye olunan çiftçi örgütleri…….....60
6.2.4 İşletme gruplarına göre tarımsal kuruluşlar ile irtibat durumu…61
6.2.5 İşletme gruplarına göre irtibatta olunan tarımsal kuruluşlar……62
6.2.6 İşletme gruplarına göre tarımsal kuruluşlar ile irtibat amacı…...63
6.2.7 İşletme gruplarına göre üye olunan organizasyondan beklentiler.63

6.3 İncelenen İşletmelerin tarımsal bilgiye olan ihtiyaçları……...65
6.3.1 İşletme gruplarına göre tarımsal bilgi kaynakları?.....65
6.3.2 İşletme gruplarına göre yardıma ihtiyaç duyulan tarımsal konular……..…….65
6.3.3 İşletme gruplarına göre yeni tarım tekniklerinin öğrenildiği yerler?.....66
6.3.4 İşletme gruplarına göre teknik elemanlarla görüşme sıklığı……..67
6.3.5 İşletme gruplarına göre tarımsal konularda karşılaşılan sorunlar için fikir alınan kişiler……..……..68

6.4 İncelenen İşletmelerin Kitle Yayım Vasıtalarından Yararlanma Durumu…….70
6.4.1 Televizyon izleme durumu…….70
6.4.2 Takip edilen tv programları……..……71
6.4.3 Tarımsal program izleme durumu……...……72
6.4.4 Düzenli izlenen tarımsal program ……...……73
6.4.5 Tarım ile ilgili takip edilen yayınlar……...……..74
6.4.6 İşletme gruplarına göre internet kullanım durumları…...…….74

6.5 İncelenen İşletmelerin Ceptarım modeline bakışı…….……75
6.5.1 Ceptarıma üye olmayanların Ceptarım modelinden haberdar olma durumu……...…75
6.5.2 İşletme gruplarına göre Ceptarım modelini öğrenme kaynağı …….…….……76
6.5.3 Ceptarım modeline üye olan işletme grubunda gelen kısa mesajlardan faydalanma durumu…….……...…77
6.5.4 İşletme gruplarına göre Ceptarım modeline kısa mesaj gönderme istekliliği…….……78
6.5.5 İşletme gruplarına göre Ceptarım modelinin . kısa mesaj sorularını cevaplama yöntemi istekliliği……78
6.5.6 İşletme gruplarına göre, tarımsal girdileri Ceptarım modeli ile sipariş verme istekliliği…….……79
6.5.7 İşletme gruplarına göre Ceptarım modeli ile pazarlama yapma istekliliği…….…….80
6.5.8 İşletme gruplarına göre Ceptarım modelinden gelecek reklam mesajlarına bakış…….……81
6.5.9 İşletme gruplarına göre Ceptarım modeline ücretli üyelik istekliliği……...……81
6.5.10 İşletme gruplarına göre Ceptarım modelinden beklentiler…...…82

6.6 Ceptarım Modeline Üye Olmayı Etkileyen Faktörler…….83
6.6.1 İşletmelerin toplam arazi genişliğinin Ceptarıma üye olmaya etkisi…….…..84
6.6.2 İşletmelerin işgücü varlığının Ceptarıma üye olmaya etkisi…….85
6.6.3 İşletme yöneticilerinin yaşının Ceptarıma üye olmaya etkisi…...86
6.6.4 İşletme yöneticilerinin eğitim durumlarının Ceptarıma üye olmaya etkisi…….…...86

6.6.5 İşletmelerin hayvan varlıklarının Ceptarıma üye olmaya etkisi……...…87
6.6.6 İşletme yöneticilerinin teknoloji kullanımının Ceptarıma üye olmaya etkisi……88

7. SONUÇ ve ÖNERİLER…….……89

KAYNAKLAR……...……..97

ÇİZELGELER LİSTESİ

Çizelge 3.1. Erkek işgücü birimine çevirmede kullanılan katsayılar…….16
Çizelge 3.2. BBHB'ne çevirmede kullanılan katsayılar…….. 17
Çizelge 4.1 Türkiye ve Konya ili karşılaştırmalı nüfus göstergeleri……..24
Çizelge 4.2 Toplam Arazi Kullanım Durumu, 2008……25
Çizelge 4.3 Konya İlinde İşlenen arazinin kullanım durumu, 2008……...26
Çizelge 4.4 Önemli tarla ürünleri ekiliş ve üretim durumu…… . .28
Çizelge 4.5 Önemli bazı sebze ürünleri ekiliş ve üretim ve verimleri……29
Çizelge 4.6 Önemli Bazı Meyve Ürünleri Ekiliş-Üretim ve Verimleri……...30
Çizelge 4.7 Konya ili hayvan varlığı…….…….31
Çizelge 4.8 Konya ili hayvansal üretim durumu…….…….32
Çizelge 4.9 Konya ili tarım alet ve makineleri varlığı…….……33
Çizelge 4.10 İlin önemli ürünlerinin ülke tarımında ki yeri…….……..34
Çizelge 5.1 Ülkemizde Telekomünikasyon ve görsel-işitsel yayın Araçlarının gelişimi……...…….……42
Çizelge 6.1 İşletme gruplarında nüfusun yaş gruplarına göre dağılımı ……...46
Çizelge 6.2 İşletme gruplarına göre 6 yaşından yukarı nüfusun eğitim durumu(%)……..…….…..47
Çizelge 6.3 İşletmelerin iş gücü durumu…….……..…48
Çizelge 6.4 İşletme gruplarına göre arazi kullanım durumu…….…49
Çizelge 6.5 İşletme gruplarına göre ana tarımsal faaliyet alanı (%)…….…50
Çizelge 6.6 İşletmelerin yetiştirilen ürünler itibariyle dağılımı (%)…….…51
Çizelge 6.7 İşletme gruplarına göre ikamet edilen yer (%)……..……52
Çizelge 6.8 İşletme gruplarına göre şehre iniş sıklığı (%)…….…….52
Çizelge 6.9 İşletme gruplarına göre şehre iniş sebebi (%)…….….53
Çizelge 6.10 İşletme gruplarına göre sahip olunan teknolojik ev aletleri (%)..54
Çizelge 6.11 İşletme gruplarına göre traktör dışında sahip olunan araçlar (%)……..…55
Çizelge 6.12 İşletmelerin ortalama alet-makine sermayesi (TL)…..……..…56
Çizelge 6.13 İşletmelerin ortalama hayvan varlığı (adet)……..……..…57
Çizelge 6.14 Yabancı sermaye durumu (TL)……..……..…58

Çizelge 6.15 İşletme gruplarına göre köyde tarımsal organizasyon Bulunma durumu (%)……..…….……59
Çizelge 6.16 İşletme gruplarına göre köyde hizmet veren tarımsal organizasyonlar durumu (%)……...…….60
Çizelge 6.17 İşletme gruplarına göre üye olunan çiftçi örgütleri (%)…..…….61
Çizelge 6.18 İşletme gruplarına göre tarımsal kuruluşlar ile irtibat durumu (%)…….61
Çizelge 6.19 İşletme gruplarına göre irtibatta olunan tarımsal kuruluşlar (%)…….62
Çizelge 6.20 İşletme gruplarına göre tarımsal kuruluşlar ile irtibat amacı (%)……...……..63
Çizelge 6.21 İşletme gruplarına göre üye olunan organizasyondan beklentiler (%)……64
Çizelge 6.22 İşletme gruplarına göre tarımsal bilgi kaynakları (%)……..…65
Çizelge 6.23 İşletme gruplarına göre yardıma ihtiyaç duyulan tarımsal konular(%)…….……..66
Çizelge 6.24 İşletme gruplarına göre yeni tarım tekniklerinin öğrenildiği yerler (%)……...……..67
Çizelge 6.25 İşletme gruplarına göre teknik elemanlarla görüşme sıklığı (%) ……68
Çizelge 6.26 İşletme gruplarına göre tarımsal konularda karşılaşılan sorunlar için fikir alınan kişiler (%)…….…….……..69
Çizelge 6.27 Televizyon izleme durumu (%)……..…..70
Çizelge 6.28 Takip edilen televizyon programları (%)……..…..71
Çizelge 6.29 Tarımsal program izleme durumu (%)……...72
Çizelge 6.30 Tarımsal konulu programlardan özellikle devamlı izlediğiniz bir program var mı? (%)……...……..73
Çizelge 6.31 Düzenli izlenen tarımsal programlar (%)…….……..73
Çizelge 6.32 Tarım ile ilgili takip edilen yayınlar (%)……..……..74
Çizelge 6.33 İşletme gruplarına göre internet kullanım durumları (%).……..75
Çizelge 6.34 İşletme gruplarından üye olmayanların Ceptarım modelinden haberdar olma durumu (%)…….75

Çizelge 6.35 İşletme gruplarına göre Ceptarım modelini öğrenme kaynağı (%)……..……76
Çizelge 6.36 İşletme Gruplarından üye olanlar grubunun Ceptarım modelinden gelen kısa mesajlardan faydalanma durumu (%)…….77
Çizelge 6.37 İşletme gruplarına göre Ceptarım modeline bilgi edinmek amacıyla kısa mesaj gönderme istekliliği (%)……..78
Çizelge 6.38 İşletme gruplarına göre Ceptarım modelinin kısa mesaj sorularını cevaplama yöntemi istekliliği (%)…….…..79
Çizelge 6.39 İşletme gruplarına göre, tarımsal girdileri Ceptarım modeli ile sipariş verme isteğine bakış (%)……..80
Çizelge 6.40 İşletme gruplarına göre Ceptarım modeli ile pazarlama yapma istekliği (%)…….80
Çizelge 6.41 İşletme gruplarına göre ceptarım modelinden gelecek reklam mesajlarına bakış (%)……..…….81
Çizelge 6.42 İşletme gruplarına göre ceptarım modeline ücretli üyelik isteği (%)…….82
Çizelge 6.43 İşletme gruplarına göre ceptarım modelinden beklentiler (%)…82
Çizelge 6.44 Ceptarım üyeliğini etkileyen faktörler……....84

KISALTMALAR

Targel : Tarımsal Yayım ve Geliştirme Projesi

ÇKS : Çiftçi Kayıt Sistemi

Yayçep : Yaygın Çiftçi Eğitim Projesi

TUYAP : Tarımsal Uygulamalı Yayım Projesi

1.GİRİŞ

1.1 Araştırmanın Amaç ve Önemi

Gelişmekte olan ülkelerin birçoğunda tarım, ekonominin önemli bir sektörü konumundadır. Bu ülkelerde ekonomik kalkınmanın gerçekleşmesi büyük ölçüde tarım sektöründeki kalkınmaya bağlıdır. Türkiye ekonomisinde de tarımın rolü küçümsenmeyecek kadar fazladır. Tarım, ülke nüfusunun beslenmesi, çiftçinin gelir kaynağı olması, istihdam kapasitesi oluşturması, kırsal kesimden kentlere olan göçün azaltılması yönünden önem taşımaktadır. Ayrıca tarım, sektörler arası ilişkilerin sağlanması, ulusal gelir ile ihracata katkısı açısından da ana sektör durumundadır. Bu nedenle, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişme sürecinde tarımın göz ardı edilmesi düşünülemez. Tarımsal kalkınmadan söz edildiğinde ilk akla gelen unsurlar, tarımsal üretim, kalite ve pazarlama olanaklarındaki artışlardır. Konu bu açıdan değerlendirildiğinde, tarımsal kalkınma sürecinde yayım çok önemli bir rol oynamaktadır. Yayım tarımsal kalkınma sürecinde olduğu gibi, kırsal kalkınma sürecinde de önemli görevler üstlenmektedir. Örneğin yayım, kırsal alanda örgütlenmenin gerçekleştirilmesi, sağlık ve altyapı hizmetlerinin iyileştirilmesi, çevre kirliliğinin önlenmesi ve kırsal turizmin geliştirilmesi gibi pek çok konuda önemli hizmetlerde bulunmaktadır.

Günümüzde çiftçilerin bilgiye olan gereksinimleri, hızla gelişen teknoloji ve değişen pazar koşulları karşısında büyük ölçüde artmış ve çeşitlenmiştir. Rekabet gücünün temel belirleyicisi bilgi olmuştur. Tarım teknolojisindeki gelişmelerin izlenmesi; işletme planlarının hazırlanması ve uygulanması; pazarlamada etkinliğin artırılması bir dizi bilgi ve beceriyi gerektirmektedir. Bu bağlamda tarımsal yayım hizmeti zamana göre artan bir önem taşımaktadır. Tarımsal yayım, kullanılan tarım teknolojisinin yenileştirilmesi, üretim etkinliğinin ve gelirin yükseltilmesi ve yaşam koşullarının iyileştirilmesi için, kırsal halka eğitimsel süreç içinde yardımcı olan hizmet ya da sistemdir (Taluğ ve Tatlıdil 1993).

Son yıllarda tarımda büyük gelişmeler yaşanmaktadır. Tarımda yaşanan bu hızlı gelişmelerden üreticilerin haberdar edilmesi, üreticilerin bu gelişmeler doğrultusunda hareket etmesinin sağlanmasında tarımsal yayıma önemli görevler düşmektedir. Zira çiftçi bilgisi ve yeteneği ulusal ve uluslararası pazarlardaki rekabette en önemli unsurdur. Yayım mesajları sadece yeni teknolojinin benimsenmesi için değil, çiftçinin hangi ürünü üreteceği veya tarım dışı faaliyette bulunup bulunmayacağı gibi çiftçinin karar aşamalarında da gereklidir. Bu nedenle çiftçilerin çevresinde olup bitenleri anlayabilen, yorumlayıp karar verebilen bireyler halini alması gereklidir. Bu ise insan kaynaklarını geliştirme ile mümkün olacaktır.

Tarımın giderek daha fazla bilgiye dayalı bir sektör halini alması, doğal kaynakların akılcı yönetimi ve sürdürülebilirliği ile ilgili kaygıların öne çıkması tarımsal yayımın önemini arttırmakta, sektörün içinde yaşadığı ve dışında gelişen kimi koşullar tarımsal yayımda yeni yaklaşımları ve yeni arayışları gündeme getirmektedir.

Radyo ve televizyon; tarımsal yayımı desteklemekte ve tamamlamakta, yayıma olan talebi arttırmakta, değişime karşı olumlu tutum ve ilgi yaratmakta, bireyleri yeniliklerden haberdar etmektedir. Tarımsal yeniliklerin kırsal kesimde yayılması sürecinde radyo ve televizyon yeniliklerden haberdar olma aşamasında etkili olmakta, bundan sonraki karar verme ve uygulama aşamalarında etkisi giderek azalmakta ve yerini kişisel iletişim kanallarına bırakmaktadır (Rogers 1983).

Tarımsal konular içinde teknik, ekonomik, politik konular ve mevzuat o kadar hızlı değişmektedir ki bu konuların zaman geçirilmeden çiftçilere ulaştırılması şart olmuştur. Geleneksel metotlarla yapılan yayım çalışmasında bilgi çiftçiye ulaştığında artık güncelliğini kaybetmiş yerini yeni bir bilgi ile değiştirmiş olmaktadır. Çiftçiler ihtiyaçları olan haber ve bilgileri öğrendiklerinde bahsi geçen konular ile ilgili harekete geçme de geç kalmaktadırlar.

İletişim teknolojileri o kadar hızlı gelişmektedir ki bu süreçte geri kalmak bugün ki bilgi edinme hızında kalıp başkalarının daha hızlı bilgiye ulaşması sizi diğerlerinden geride bırakmaktadır. Tarımsal yayımın gelecekte en etkili vasıtasının ise "Tarımsal Yayımda Mobil İletişim" olması beklenmektedir. Mobil iletişim teknolojileri her alanda kendine uygulama alanı bulmaktadır. Haberleşme, güvenlik, alışveriş, yolbul

(navigasyon), eğlence vb. olarak sayılabilir. Araştırmaya konu olan Ceptarım uygulamaları 15 Mart 2007 tarihinden itibaren faaliyet gösteren bir internet sitesi ve buna bağlı üyelik sistemi olan bir tarımsal yayım girişimidir. Türk Patent Enstitüsünden 06.08.2007 tarihinde marka koruması almıştır, 05.09.2008 tarihinde marka tescil belgesini almıştır. Marka tescil belgesi 38 numaralı sınıfa ait olup bu sınıf "Radyo ve televizyon yayın hizmetleri. Haberleşme hizmetleri (internet servisi sağlama hizmetleri dahil). Haber ajansı hizmetleri" ni kapsamaktadır (EK-C).

Yakın gelecekte mobil iletişime uyum sağlayamayan kurum ya da kuruluşlar hedef kitleleri ile bağlantılarını kaybetme sorunu yaşayabileceklerdir. Tarımsal faaliyette bulunan çok sayıda işletme vardır. Türkiye'de 3.076.649 işletmenin olduğu bilinmektedir (Anonim ,2001a). Ülke nüfusunun %25'ni oluşturan tarım kesimi ile karşı karşıya bulunmaktayız. Aynı zamanda geniş alana yayılmış olan çiftçilerin doğru ve eksiksiz bilgiye zamanında ulaşmasında sorunlar yaşanmaktadır. Bu derece yaygın ve geniş bir kitleyi oluşturan çiftçileri tarımsal konularda haberdar edilmesi ve bilgilendirilmesi mevcut kitle yayım vasıtaları ile yeterince yapılamamaktadır. Bunun sebebi kitle yayım vasıtalarından televizyon ve radyoların ticari kaygılarla tarımsal konulara yeterince yer vermemesi, dergi ve gazetelerin ise çiftçiler tarafından okunmaması olarak sayılabilir.

Çavdar (2006), Araştırma yaptığı bölgede deneklerin % 46.40'sının televizyonda yayınlanan tarım programlarını sürekli, % 42'sinde denk geldikçe izlediğini tespit etmiştir.

Mobil iletişim aracı olan cep telefonuna gönderilen veriler ise direk kullanıcısına ulaşmakta, ve bilgiler cihaz da kayıtlı olduğu için ileri tarihlerde de bu bilgi kullanılabilmektedir.

Bu tezin ana amacı tarımsal yayımda kitle yayım vasıtalarına alternatif olarak "Ceptarım"'ın Konya bölgesinde çiftçiler tarafından uygulama durumunu karşılaştırmalı olarak ortaya koymak ve bu verilerden hareketle Ceptarım modelini geliştirme olanaklarını tespit etmektir.

Tarımsal yayımda mobil iletişimin nasıl kullanılacağını, çiftçilere tarımsal bilgi ve haberlerin nasıl gönderileceğini belirlemek, hangi konuların ve bilgilerin

gönderilebileceğini tespit etmek, gönderilecek bilgilerin mobil iletişime ve çiftçi şartlarına göre uyarlamak bununla ilgili modeller oluşturmak, tek yönlü olan veri transferini iki yönlü olarak geliştirebilmek için gerekli birincil verilere ulaşmak bu sayede önerilen "Ceptarım " modeli ile uygulama yapmak, veri tabanı oluşturmak amacıyla bu araştırma yapılmıştır.

1.2. Araştırmanın Kapsamı

Tez çalışması, yedi bölümden oluşmaktadır. Konunun önemi ve amaçlarının açıklandığı giriş, birinci bölümü oluşturmaktadır. İkinci bölümde konu ile ilgili olarak yapılmış çalışmalar özetlenmiş, üçüncü bölümde araştırmada kullanılan materyal ve izlenen yöntem açıklanmıştır. Araştırma alanı olarak seçilen Konya iline ilişkin özet bilgiler dördüncü bölümde, mobil iletişimin tarihçesi ve gelişimi beşinci bölümde, araştırma bulguları altıncı bölümde, sonuç ve öneriler yedinci bölümde verilmiştir.

2.KAYNAK ARAŞTIRMASI

Araştırma konusuyla ilgili Türkiye'de ve diğer ülkelerde yapılan bazı çalışmalar aşağıda kısaca özetlenmeye çalışılmıştır:

Şenocak (1967), kitle haberleşme araçları arasında radyonun Türkiye için özel bir değeri olduğunu, köylerin yurt alanına dağılımı, ulaşım ve ulaştırma yetersizlikleri, köylü ve çiftçi kitlesinin okuma yazma yoksunluğu, basılı yayınların az ve pahalı oluşu göz önüne alındığında radyonun değerinin daha iyi anlaşılacağını belirtmiştir. Radyonun haber verme, eğitim ve eğlendirme amacının olduğunu tespit etmiştir. Çiftçilerin iş ve aile hayatında faydalı olabilecek her türlü bilgi, metot ve yenilikleri radyo vasıtasıyla onlara ulaştırmanın veya bu konularda çiftçilerin düşünce ve davranışlarını değiştirmenin mümkün olduğunu belirtmiştir. Şenocak'a göre, radyo yayınlarının konu kaynakları olaylar, haftalık faaliyetler, mevsime uygun konu ve problemler, şahsi tecrübe ve başarılar, hava ve pazar bilgileri olmalıdır. Çiftçilerin radyodan dinleme amacında oldukları konular hava durumu, pazarlama haberleri, köy ve tarım haberleri, tarımsal bilgiler ve müziktir. Programın sunuş biçimlerinin haberler, sohbetler, diyalog ve mülakatlar, açık oturumlar ve skeçler şeklinde olması gerektiğini belirtmiştir.

Özçatalbaş (1992), "Aşağı Seyhan Sulama Proje Alanındaki Mısır Üreticilerinin Bilgi Edinme Kaynakları" konulu çalışmasında; proje alanındaki 1. ve 2. ürün olarak mısır üretenlerin, mısır üretim tekniği ve ekonomik konulardaki bilgi edinme kaynakları ve bu kaynaklardan çiftçilerin etkilenme durumlarını saptamaya çalışmıştır. Araştırma alanında mısır tarımının yapıldığı 50 köy belirlenmiş ve bu köylerin ortalama işletme genişliği ölçüt alınarak 6 tabakaya ayrılmıştır. Tabakalı örneklemeyle, Neyman yöntemine göre bu tabakalardan örnek köy sayısı 8 olarak belirlenmiştir. Belirlenen bu köylerde 72 tarım işletmesiyle anket yapılarak işletmelerin ilk üretime başladıkları zaman ile bugünkü bilgi kaynakları karşılaştırılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; mısır üreticilerinin üretim tekniği konularında ihtiyaç duydukları bilgilerin (tarımsal mücadele dışında) önemli bir kısmının yayım elemanlarınca karşılanmadığı saptanmıştır. Bunun yerine üreticiler teknik konulardaki bilgi gereksinimlerinin büyük bir kısmını kırsal

toplum içerisinde oluşan geleneksel kaynaklardan karşılamaktadır. Ayrıca, ürün satın alan firmalar ve girdi satan firmaların ekonomik konularda (tohum-gübre-tarım ilaçları-ürün fiyatları) üreticilerin önemli bilgi kaynakları arasında yer aldığı da gözlenmiştir.

Boyacı (1993), İşletmelerin tarımsal bilgi yönündeki gereksinimleri ve karşılanması üzerine bir araştırma yürütmüş, üreticilerin kitle iletişim araçlarından televizyon ve gazeteden yararlanma durumlarını, gazete okuma alışkanlıklarını, gazete ve televizyondan takip edilen konular ile üreticiler arasındaki ilişkiyi incelemiştir.

Güven (1994), Şanlıurfa ilinde kitle iletişim araçlarının tarımsal yayım çalışmalarına katkısını incelediği araştırmasında; Şanlıurfa ilinde sulamaya açılacak alanlarda deneklerin yaş ve cinsiyet dağılımları, eğitim ve yaşam düzeyleri, yeni teknolojileri takip etme durumları, televizyondaki tarımsal programları izleme ve anlatılan yeniliklerin öğrenilme durumu, radyonun tarım ağırlıklı programlarının dinlenme düzeyi ve bütün bu faktörlerin tarımsal yayım çalışmalarına katkısını incelemiştir. Araştırmada elde edilen sonuçlara göre; eğitim seviyesi daha yüksek olan denekler, tarımsal yeniliklere daha açık ve daha fazla uyguladıkları tespit edilmiştir. Araştırmada; deneklerin % 50.9'unun televizyonda yayınlanan tarım programlarından yeni bir tarım tekniği öğrendiği, % 34.5'inin ise öğrenmediği belirlenmiştir. Deneklerin % 49.1'i televizyondaki tarımsal programlardan öğrendikleri yeni tarım tekniklerini işletmelerinde uyguladıklarını, % 36.36'sı ise öğrendikleri yeni tarım tekniğini kendi işletmelerinde uygulamadıklarını ifade etmişlerdir. Öğrenilen konular % 34.5 oranında tarla ziraatı-hayvancılık, % 12.7 oranında hayvancılık konularıdır. Deneklerin televizyondaki tarımsal programlardan öğrenip kendi işletmelerinde uyguladıkları konular % 27.3 oranında hayvancılık, % 21.8 oranında tarla ziraatı ve hayvancılık konuları olduğu belirlenmiştir.

Boyacı (1998), Manisa ilinde Tarımsal bilgi ve teknoloji akış sisteminin yapısal özelliklerini araştırmış sorunlarını tespit etmiş ve çözüm önerileri getirmiştir.

Boyacı (1999), araştırmasında, üreticilerin çoğunluğunun, kamu yayımcısı dışında köylerinde bağcılık alanında uygulamada olduğu üretim tekniğine yönelik bilgili kimsenin olmadığına inandıklarını, yaklaşık % 90 'ının üretimle ilgili konularda aile bireylerini bilgi kaynağı olarak gördüklerini belirlemiştir. Araştırıcı, üreticilerin üretime

ilişkin sorunlarını kamu yayımcısı, girdi satıcısı firmalar, diğer üreticiler ve TARIŞ elemanları aracılığıyla çözdüklerini saptamıştır. Araştırma bulgularına göre anket yapılan üreticilerin % 60 'ı bölgede bulunan araştırma enstitüsüne hiç gitmemiştir. Araştırmada bilginin üretim ve kullanım sürecinde; araştırma, yayım ve üreticinin üç ana grubu oluşturduğu ve bu gruplar arasındaki ilişkinin tarımsal gelişmeyi doğrudan etkilediği savunulmuştur. Ayrıca, Manisa ilinde bağcıların araştırma ve yayım çalışmalarına fikirsel ve finansal yönden doğrudan katılımlarının henüz sağlanamadığı saptanmıştır.

Anonim (2000a), TRT tarafından Türkiye çapında yapılan bir araştırmada, deneklerin % 49.8'inin "Bu Toprağın Sesi" programını izlemediği, % 30.8'inin ara sıra izlediği, % 19.4'ünün sürekli izlediği tespit edilmiştir.

Anonim (2000b), TRT tarafından yapılan başka bir çalışmada da, deneklerin % 55.6 oranında "Bu Toprağın Sesi" programını izlemedikleri, % 16.9 oranında devamlı izledikleri, % 27.5 oranında ara sıra izledikleri belirlenmiştir. Devamlı izlenme oranı, kırda yaşayanlarda kentte yaşayanlara göre daha fazladır. Programı devamlı izleyenlerin eğitim seviyelerine göre olan dağılımı, en yüksek izleyici kitlesinin eğitim seviyesinden başlayarak, sırasıyla; okuryazar olmayan, okuryazar olup okul bitirmemiş olanlar, ilkokul mezunları, ortaokul mezunları, lise mezunları, üniversite yüksek okul mezunları şeklindedir.

Çelik (2000), Patates tarımında azotlu gübrelemeye ilişkin Tarımsal Bilgi Akış Sistemi üzerine Nevşehir ve Niğde bölgesinde yaptığı araştırmasında: tarımsal bilgi sistemlerini oluşturan alt sistemlerin işleyişini, birbiriyle olan ilişkilerini, sorunlarını ve etkinliğini incelemiştir. Araştırmada tarımsal bilgi sistemini oluşturan; üretici alt sistemi, yayım alt sistemi ve araştırma alt sistemini temsil eden üç gruba anket uygulaması yapılmıştır. 85 üretici, 42 yayım elemanı ve 35 araştırmacıyla yapılan anketlerin verilerinden elde edilen sonuçlar ışığında alt sistemlerin kendi içerisindeki ilişkileri ve alt sistemler arasında olan ilişkilerin analiz edilebilmesine çalışılmıştır.

Demiryürek (2000), tarafından yapılan "The Analysis of Information Systems for Organic and Conventional Hazelnut Producers ın Three Villages of the Black Sea Region, Turkey" konulu araştırmada: araştırma bölgesindeki organik ve geleneksel

fındık üretiminde bulunan üreticilerin bilgi sistemlerini kullanımı konusu incelenerek karşılaştırılmıştır. Tarımsal Bilgi sistemini oluşturan unsurların arasındaki ilişkiler, etkileşimler ve bağlantılar analiz edilmiş ve sistem teorisi kavramı kullanılarak modellenmiştir.

Aktaş (2001) araştırmasında, GAP bölgesinde tarım ilaç satıcılarının tarımsal yayım açısından değerlendirilmesini yaparak tarım ilaç satıcılarının mevcut sistem içerindeki yeri ve önemini ortaya koymaya çalışmıştır. Tarım ilaç satıcılarının yayım faaliyetleri makro ve mikro düzeyde sınıflandırılarak tartışılmıştır. Araştırma kapsamında Şanlıurfa il merkezindeki 25 ilaç firmasıyla tamsayım yöntemiyle anket yapılmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde tarımsal ilaç satıcılarının genel özellikleri belirlenmiştir. İkinci bölümde tarım ilaç satıcılığının oluşum nedenleri, koşulları ve çevreye karşı olan duyarlılıkları araştırılmıştır. Son bölümde ise firmalarda çalışan ziraat mühendislerinin konumları ve sorunları incelenerek firmaların Ziraat Fakültelerinden beklentileri ortaya konulmuştur. Bu gözlemlere dayanarak tarımsal ilaç satıcılarının üreticilerle olan ilişkileri, çalışma yöntemleri ve amaçları, ilişkiler düzeni modelinde açıklanmıştır.

Boyacı (2001), tarafından yapılan "İsrail Tarımı ve Tarımsal Bilgi Sistemi" konulu araştırmada: İsrail Tarımsal Bilgi Sisteminin işleyişi ve başarısındaki etkenler üzerinde odaklanılmış ve araştırma-yayım ilişkisi incelenmiştir.

Demiryürek (2001), Tarımsal Enformasyon ve Bilgi Sistemlerinin (TES ve TBS) incelenmesi ve aksaklıkların belirlenerek bu aksaklıkların giderilmesine yönelik bir çalışma yapmıştır. Çalışmada TES ve TBS teorisinin temel kavramları ve modelleri ele alınarak, dünya ve Türkiye'de üreticilere enformasyon desteği sağlanan yaklaşımlar incelenmiştir. Böylece üretici, yayım servisleri, araştırma kuruluşları, tarımla ilgili diğer kamu, özel ve gönüllü kuruluşlar arasındaki enformasyon değişimi ve bu kuruluşlar arasındaki etkileşimler ortaya konulmuştur.

Oruç (2001), tarafından yapılan " Tokat İlinde Bitkisel Üretimde Tarımsal Mücadele Uygulamaları ve Çiftçilerin İlaç Kullanımı Konusundaki Bilgi Düzeyleri İle Bilgi Kaynakları" üzerine yapılan araştırmada; Tokat ilinde üreticilerin mevcut tarımsal mücadele uygulamaları ve bu konudaki bilgi düzeyleri araştırılmıştır. Araştırma

kapsamında üreticilerin bilgi kaynakları gözlenerek gelişmiş tarımsal mücadele sistemleri konusunda üreticilerin bilgi düzeyleri incelenmiştir.

Özçatalbaş ve Özkan (2001), çalışmalarında; Türkiye'deki Tarımsal Bilgi Sisteminin mevcut durumunu incelenmiş araştırma ve yayım alt sistemleri ve bu alt sistemlerin birbiriyle olan ilişkileri ortaya konulmuştur. Araştırmada Türkiye'deki temel yayım faaliyetlerinin kamu kuruluşları tarafından yürütüldüğü, son dönemde ise bazı özel firmaların ve üretici örgütlerinin bilgi üretimi ve yayılmasında öneminin artığı belirtilmiştir. Bununla beraber, özel yayım faaliyeti ile ilgilenen kuruluşlarının ağırlıklı olarak yeni bilgi üretiminden ziyade üretilen bilginin yayılımına önem verdiği tespit edilmiştir.

Özçatalbaş (2001), tarafından yapılan çalışmada: Adana ilindeki girdi firmalarının üreticiye yönelik yayım faaliyetlerinin niteliği, üreticilerin ziyaret sıklığı ve firmalarca üreticilere sunulan bilgilerin içeriği incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre, tarıma girdi sağlayan firmalar, üreticilere satış işleminin yanısıra farklı amaçlarla da olsa bilgi sunmaktadır. Araştırmada firmaların üreticiler ve girdi kullanım düzeyleri üzerinde etkili olduğu gözlenmiştir. Ayrıca firmaların ticari kaygılarının bilimsel bulgulara verilen değeri azaltmadığı saptanmıştır. Hatta firmaların bilimsel bulguların kendilerine düzenli olarak ulaştırılması durumunda, sahip oldukları ve üreticilere aktardıkları bilgileri değiştirme yönünde gönüllü oldukları da tespit edilmiştir.

Özçatalbaş ve Sözer (2002), Antalya İli Elmalı ve Korkuteli İlçelerinde yaptıkları çalışmalarında, tarıma girdi sağlayan firmaların tarımsal üretimdeki rolü ve önemi üzerinde durulmuştur. Araştırma, bölgedeki girdi firmaları arasında yapılmıştır. Yapılan araştırmada firmaların % 27,8 'inin yayımın felsefesine yakın anlamda üreticiye yardımcı olmayı ön planda tuttuğu saptanmıştır. Firmaların % 72.2 'si üreticiye sundukları bilgileri satışı desteklemek amacıyla düşünmektedir. Üreticilerin büyük bir bölümünün girdi satın alsın yada almasın firmalara başvurduklarının saptandığı araştırmada, firmaların bilimsel araştırma bulgularına değer verdikleri de belirlenmiştir.

Swanson and Samy (2002), tarafından yapılan "Developing an Extension Partership among Public, Private and Nongovernmental Organizations" konulu çalışmada: gelişmekte olan ülkelerde kamu yayımının tarihsel gelişimi ile özel ve

gönüllü kuruluşların mevcut durumu ortaya konularak karşılaştırmalı olarak tartışılmıştır. Buna göre ilk olarak kamu yayım sisteminin doğal kaynaklar ve çiftlik yönetimi ile ilgili geniş çaplı yayım programlarının yürütmesinde daha etkin olarak kullanıldığı ileri sürülmüştür. İkinci olarak, özel sektör kuruluşlarının ileri teknolojiye erişme kabiliyeti daha yüksektir. Bu yüzden yeni teknoloji ürünlerinin yanında bu teknolojileri tamamlayıcı nitelikte bilgilerin de üreticilere aktarılmasında özel yayım kuruluşları önemli üstünlüğü bulunmaktadır. Bir diğer yayım aktörü olarak gösterilen gönüllü kuruluşlar ise, kırsal alandaki yoksulluğu engelleme programlarında ve farklı beşeri sermayeye sahip kesimler arasındaki fakir kesimi desteklemeye uygun olarak görülmektedir. Gönüllü kuruluşların amacı küçük ölçekli işletmelerin, marjinal düzeydeki üreticilerin ve kırsal alanda yaşayan kadınların kaynaklara ve teknolojiye erişimini kolaylaştırarak organize etmektir.

Deliktaş (2003), Antalya ili Kumluca ilçesinde seracılık yapan üreticilerin kullandıkları bilgi kaynaklarını belirlemek amacıyla yaptığı çalışmasında; ana materyali tabakalı örnekleme yöntemiyle belirlenen 150 üreticiyle yapılan anket uygulaması oluşturmuştur. Anket sonuçlarından elde edilen verilerden bölgedeki Tarım İl/İlçe Müdürlüklerinin üretici bilgi kaynakları arasında etkinliğinin azaldığı, bunun yerini üreticinin yanında çalıştırdığı teknik elemanların ve girdi firmalarının (tohum,ilaç ve gübre satıcıları) aldığı sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmada özellikle tarım ilaç satıcılarının yanında çalışan ziraat mühendislerinin müşterilere ücretsiz danışmanlık hizmeti verdiği savunulmuştur. Bununla birlikte, üreticilerin teknik konularda yararlandıkları geleneksel bilgi kaynaklarının önemli düzeyde olduğu gerçeği de vurgulanmıştır.

Richardson (2003), Tarımsal yayımda telekomünikasyon sektörünün kullanılması çalışmanın yapılacağı bölgeye bağlı olup gelişmiş ülkelerde internet ve mobil iletişim servisleri eğitim amaçlı olarak en üst düzeyde kullanılırken, bir telefon kulübesinin bile olmadığı Afrika kıtasının özellikle doğu, batı ve merkez kesimlerinde bu sistemin başarılı olmasının mümkün olmadığını, telekomünikasyon sistemlerinin kullanılacağı bölgeler için alt yapının buna müsaade etmesi gerektiğini vurgulamıştır.

Taluğ ve ark. (2004), Sürdürülebilir tarımsal kalkınma içerisinde sürdürülebilir yayımın rolünü incelemiştir. Sürdürülebilir tarım için yayım, üretim odaklı geleneksel yayımdan farklıdır. Katılımcılık yayımın her seviyesinde sağlanmalıdır. Yayım elemanları bu yeni yayım için gerekli bilgi ve becerilerle donanımına sahip kılınmasını önermektedir.

Boz ve ark. (2004), Kahramanmaraş'ta üreticilerin tarımsal faaliyetlerde kullandıkları bilgi kaynaklarını, yöredeki tarımsal kuruluşların yayım faaliyetleri ve birbiriyle olan bilgi alışverişlerini belirlemeye çalışmıştır. Tabakalı örnekleme yöntemiyle seçilen 99 üreticiyle yapılan anket çalışmasında, üreticilerin çeşitli tarımsal uygulamalar için modern bilgi kaynaklarını kullanma oranı oldukça düşük oranda olduğu tespit edilmiştir. Araştırma bölgesinde faaliyet gösteren Tarım İl Müdürlüğü Çiftçi Eğitim ve Yayım Şubesi, Tarımsal Araştırma Enstitüsü ve Ziraat Fakültesi gibi kuruluşların birbiriyle olan işbirliği ve bilgi paylaşımı sınırlı düzeyde bulunmaktadır.

Baykal (2004), tarımsal bilgi sisteminin kırsal kalkınma aracı olarak kullanımını, uygulanabilir politikalar oluşturmadaki önemini ve uygulamalarda oluşabilecek olumsuzlukların neler olabileceğini ortaya koymuştur. Ayrıca dünyada bu konuda örnek uygulamalardan bahsederek, Türkiye'deki bilgi ve iletişim teknolojilerinin kırsal alan ve kırsal kalkınmaya yansımaları hakkında bilgi vermiştir.

Köksal (2004), tarafından yapılan "Köy Merkezli Tarımsal Üretime Destek Projesinin Özel tarımsal Danışmanlık Açısından İrdelenmesi" konulu çalışmada: tarımsal danışmanlık sisteminin işleyişi ve üreticiler açısından değerlendirilmesi üzerinde durulmuş ve danışmanların bilgi kaynakları incelenmiştir.

Özçatalbaş ve ark. (2004), Türkiye'de yürütülen tarımsal yayım hizmetlerinin tarihsel gelişimi incelenerek ülkede uygulanan tarımsal bilgi sisteminin modeli çıkarılarak performansı tartışılmıştır. Ayrıca araştırma-yayım ilişkileri incelenmiş ve yayım faaliyetinde bulunan kuruluşların üreticilerle olan ilişkileri ele alınmıştır.

Alagöz (2005), Aşağı Seyhan Ovası'na Adana Tarım İl Müdürlüğü yayım elemanlarınca götürülen yayım hizmetleri analiz ettiği araştırmasında üreticilerin bitkisel üretimle ilgili en önemli bilgi kaynakları sırasıyla tohum ve ilaç firmaları, komşu üreticiler ve özel ziraat mühendisleri olduğunu belirlemiştir. Üreticilerin hayvansal

üretim konusundaki bilgi kaynakları incelendiğinde üreticilerin en önemli bilgi kaynaklarının önem sırasına göre komşu üreticiler, özel veterinerler, tohum ve ilaç firmaları olduğu belirlemiştir.

Araştırma kapsamındaki üreticilerin son beş yıl içerisinde yalnızca %19'luk bir bölümünün bitkisel üretim konusunda, %8'lik bir bölümünün ise hayvancılık konusunda Adana Tarım İl Müdürlüğü yayım elemanlarından bilgi aldıklarını belirlemiştir. Öte yandan Adana Tarım İl Müdürlüğü yayım elemanları, kendilerini mesleki açıdan yeterli görmekle birlikte bürokrasinin yoğunluğu, kaynak yetersizliği ve genel olarak üreticilerin finansal ve pazarlama sorunları nedeniyle etkin yayım hizmeti veremediklerini tespit etmiştir.

Özçatalbaş (2005), tarafından yapılan "The level of Information and Communication Technology Using and Information Sources of Growers Greenhouse Production in Antalya Province, Turkey" konulu çalışmada: Antalya ilinde örtü altı tarımında bulunan üreticilerin bilgi kaynakları ve bilgi düzeyleri incelenmiştir. Araştırma bulgularına göre bölgede seracılık yapılan işletmelerin en önemli bilgi kaynağını % 30.6 ile üreticilerin girdi satın aldıkları firmalar oluşturmaktadır. Bunu sırasıyla % 25.0 ile kamu yayım elamanlarından elde ettikleri bilgiler, % 16.7 ile özel danışmanlar ve % 27.7 ile diğer bilgi kaynakları izlemektedir.

Szilagyi ve Herdon (2006), "Impact Factors For Mobile Internet Applications In The Agri-food Sectors "İsimli çalışmalarında tarımsal kuruluşlar ve girişimcilerin her zaman ve her yerde mobil iletişim teknolojilerini kullanmalarının bu çalışmaları destekleyici ve olumlu yönde etkide bulunacak fırsatlar ve ekonomik avantajlar sağlayacağını belirtmişlerdir. Avrupa birliğinin mobil iletişim teknolojilerinin kullanımı desteklediğini hatta Macaristan'da iç pazarda üretim artışının temelini bu mobil teknolojilerinin oluşturduğunu belirtmektedir. Bu mobil teknoloji kırsal alanda üretim, ticaret, hizmet sektörü ve pazarlama da gelişmeleri desteklemektedir denmiştir.

Çavdar (2006), Araştırma yaptığı Ankara, Polatlı'da deneklerin % 46.40'ının televizyonda yayınlanan tarım programlarını sürekli, % 42'si denk geldikçe izlediğini tespit etmiştir. Tarım programlarını izlemeyenlerin oranı % 11.60 olarak tespit etmiştir. Deneklerin eğitim durumu, yaşı, işletme arazisi genişliği ile televizyonda yayınlanan

tarım programlarını izleme sıklığı arasında istatistiki bir ilişki olmadığını saptamıştır. Deneklerin % 31.14'ünün televizyonda yayınlanan tarım programlarından yeni bir konu öğrenmediği, % 8.85'inin öğrendiği tespit edilmiştir. Deneklerin % 35.71'i televizyonda yayınlanan tarım programlarından öğrendikleri konuları uygulamamış, % 4.29'uygulamışlardır. Deneklerin eğitim durumu, işletme arazisi genişliği ile televizyonda yayınlanan tarım programlarından öğrendikleri konuları uygulama durumu arasında istatistiki bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Deneklerin eğitim seviyesi arttıkça televizyonda yayınlanan tarım programlarından öğrendikleri konuları uygulama durumu artmaktadır. Deneklerin işletme arazisi genişliği arttıkça televizyonda yayınlanan tarım programlarından öğrendikleri konuları uygulamayanların oranı artmaktadır. Deneklerin yaşı ile televizyonda yayınlanan tarım programlarında yayınlanan konulardan öğrendiklerini uygulama oranı arasında istatistikî bir ilişki olmadığı tespit edilmiştir. Deneklerin televizyonda yayınlanan tarım programlarını izledikten sonra kendi işlerinde en çok uyguladıkları konular sırasıyla gübreleme, sulama ve zirai mücadeledir. Araştırmada ele alınan denekler televizyonda yayınlanan tarım programlarında sırasıyla daha çok zirai kredilere, hayvancılık, gübreleme, zirai mücadele, sulama, ürünlerin satılması, pazarlama, kooperatifçilik, el sanatları konusuna yer verilmesini istemektedir. Anket yapılan deneklerin televizyonda yayınlanan tarım programlarına % 8.2'si mektup ya da telefonla katılmış, % 91.80'inin ise katılmadığını saptamıştır.

Kara (2007), Tarım Bakanlığına bağlı Köy-Mer projesi kapsamında çalışan danışmanlar, üreticiler ile iç içe bulunduklarından tarımsal yayım çalışmasını yürütmek daha kolay olmaktadır. Ancak zaman ve olanak yetersizliğinden, danışmanlar daha çok kendilerine danışan üreticilere hizmet vermektedir. Çevre köylere ise yine araç sıkıntısı nedeniyle yeterince hizmet götürememektedirler.

Oğuz ve Dogancukuru (2009), Konya ili Altınekin ilçesinde üretim deseni içerisinde ayçiçeği bitkisine yer veren işletmelerin kitle iletişim vasıtalarından yaralanma durumları araştırılmıştır. Araştırmada tarımsal yayımda radyo kullanımının azaldığı, televizyon kullanımının yaygın olduğu fakat televizyon programlarında tarımsal konulara yeterince yer verilmediğini tespit etmişlerdir. Araştırmada çiftçilerin %98.75'inin cep telefonu kullandığını tespit edilmiş, Tarım Bakanlığın uyguladığı Çiftçi

Kayıt Sistemi, gelecekte oluşturulacak Tarımsal İşletme muhasebe veri ağlarının ve her türlü çiftçi örgütünün yazılım alt yapısı mobil iletişime uygun olarak hazırlanması gerektiği önerilmiştir.

3.MATERYAL VE METOT

3.1. Materyal

Araştırmanın ana materyalini; araştırma kapsamındaki işletme sahipleri ile yüz yüze görüşmek suretiyle yapılan anket verileri oluşturmuştur (EK-I). Anketlerin hazırlanmasında daha önce yapılmış çalışmalarda kullanılan soru formlarından yararlanılmıştır. Aynı zamanda araştırmada konu ile ilgili kurum ve kuruluşlardan elde edilen veriler ve Ceptarım modeli kapsamında mevcut olan verilerde araştırmanın ikincil verilerini oluşturmuştur.

3.2. Metot

3.2.1. Araştırma verilerinin toplanmasında uygulanan metot

Araştırmanın populasyonunu Konya ili çiftçileri oluşturmuştur. Araştırmada populasyonu oluşturan tüm işletme sahipleri ile görüşmenin zaman, eleman ve maliyet açısından aşırı yük getireceği düşünülerek populasyondan örnek seçme yöntemine gidilmiştir. İşletmelerin tarımsal yayımda mobil iletişim vasıtaları ile bilgilendirilme düzeyini tespit etmek için Unitek Tarımsal Danışmanlığa ait "Ceptarım" modeli veri tabanından bu modele üye olan Konya ili çiftçileri araştırmanın ana çerçevesini oluşturmuştur. Konya ili Karapınar, Beyşehir, Çumra ve Kulu ilçeleri ceptarıma üye olan işletmelerin yoğunluğu sebebiyle gayeli olarak seçilmiş ve bu ilçelerde Ceptarım modeline üye olan üretici sayısı 720 olup Oransal Örnekleme Yöntemi kullanılarak toplam populasyonun % 5'i alınmış ve örnek sayısı 36 olarak belirlenmiştir.

Ceptarıma üye olmayan üreticilerde ise ceptarıma üyeliğin yoğun olduğu ilçeler gayeli olarak seçilmiştir. Populasyonu bu ilçelerde (Karapınar, Beyşehir, Çumra ve Kulu) faaliyet gösteren 26979 tarım işletmesi oluşturmaktadır. Ceptarıma üye olmayan üreticilerle anket yapılacak işletmeler basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılarak tespit edilmiştir. (Çiçek ve Erkan, 1996)

$$n = \frac{N.\delta^2}{(N-1).D^2 + \delta^2}$$

n: Örnek hacmi,

N:Ana populasyondaki birim sayısı

S : Standart sapma

D: Hata payı

Anket yapılan işletme sayısı % 10 hata payı ile % 90 güven aralığında 36 olarak tespit edilmiştir.

3.2.2.Araştırma verilerinin analiz edilmesinde uygulanan metot

Örnekleme kapsamında anket yapılan çiftçilerden elde edilen veriler belli bir sistematik doğrultusunda Microsoft Excel Programında kodlanarak bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Verilerin girişi tamamlandıktan sonra üreticilerin yayım araç ve yöntemlerinden yararlanma durumları oransal olarak hesaplanıp, sonuçlar çizelgeler şeklinde verilmiştir. Oluşturulan çizelgeler ilgili literatür sonuçları da dikkate alınarak yorumlanmıştır.

İşletme yöneticilerinin sosyal ve ekonomik özelliklerine ilişkin verilerin analizi yapılırken aşağıdaki hesaplamalar yapılmıştır.

İşletmelerde nüfus varlığı yaş ve cinsiyete göre belirlenmiş olup, belirlenen bu nüfus varlığı, işletmelerin işgücü varlığını tespit etmek amacıyla Erkek İşgücü Birimine (EİB) çevrilmiştir. İşgücü varlığının EİB'ne çevrilmesinde aşağıdaki katsayılar kullanılmıştır.

Çizelge 3.1. Erkek işgücü birimine çevirmede kullanılan katsayılar

Yaş	Erkek	Kadın
0-6	-	-
7-14	0.50	0.50
15-49	1.00	0.75
50-+	0.75	0.50

Kaynak: Erkuş ve ark.1995.

Ayrıca işletmelerde işgücü varlığı Erkek İş Günü (EİG) olarak da hesaplanmıştır. EİG hesaplamasında işletme gruplarındaki işgücü varlığı (EİB) yörede çalışılabilir gün sayısı olan 280 gün ile çarpılarak tespit edilmiştir (Kaynak)

İşletmelerdeki nüfusun eğitim durumu, 7 ve üzeri yaştaki nüfusun tamamladığı veya devam ettiği eğitim düzeyi dikkate alınarak belirlenmiştir. Eğitim düzeyi ile ilgili sonuçlar oransal olarak çizelge şeklinde verilmiştir.

İncelenen işletmelerin arazi varlığı belirlenirken, işletmenin işlediği mülk araziye, kiraya ve ortağa tutulan arazi miktarı eklenerek toplam işletme arazisi hesaplanmıştır. İncelenen işletmelerde kendi mülk arazisinden kiraya ve ortağa arazisini veren işletmeye rastlanmıştır.

İşletmelerin hayvan varlıkları belirlenirken mevcut hayvan sayısı adet olarak tespit edilmiş ve daha sonra hayvan varlığı Büyük Baş Hayvan Birimi (BBHB) olarak da verilmiştir. Hayvan varlığının BBHB olarak hesaplanmasında aşağıdaki katsayılar kullanılmıştır.

Çizelge 3.2. BBHB'ne çevirmede kullanılan katsayılar

CİNSİ	BBHB	CİNSİ	BBHB
İnek	1.00	Toklu	0.08
Boğa	1.40	Kuzu	0.05
Buzağı	0.16	Teke	0.12
Dana	0.50	Keçi	0.10
Düve	0.70	Çepiç	0.08
Koç	0.12	Oğlak	0.05
Koyun	0.10	Kümes Hayvanları	0.004

Kaynak: Erkuş ve ark. 1995.

İncelenen işletmelerin sosyal ve ekonomik özellikleri verildikten sonra, işletme yöneticilerinin Ceptarım modeline üyeliğini etkileyen faktörlerin analizi için lojistik regresyon analizi yapılmıştır. Logistik model birçok araştırıcı tarafından tarımsal araştırmalarda kullanılmıştır. Logistik regresyon modelinin, bireysel gözlemlere dayalı

analizlerle, grup verilerine dayalı analizler arasındaki farkı yansıtmakta uygun bir yöntem olduğu (İşyar 1999), diğer kategorili değişken tahmin tekniklerinden daha fazla tercih edildiği (Maddala 1983) ve açıklayıcı değişkenlerin nitel bağımlı değişkenler üzerindeki etkilerinin önemini vurgulamada probit modelden daha iyi bir yöntem olduğu (Amemiya 1983) ifade edilmektedir. Logistik model, tahmin edilen parametrelerin asimtotik normalite ve çok fazla örnekte uyum özellikleri gösterdiği için maksimum olabilirlik tahmini kullanılarak tahmin edilmektedir (Grene 2000).

Ceptarım Modeline üye olma olasılığı Pi, bilinmeyen parametrelerin vektörü ve değişken j ve üretici i ile ilgili (Xijs) açıklayıcı değişkenlerin vektörüne bağlıdır. Logistik model formülü aşağıda verilmiştir.

$$P_i = F(Z_k) = F(\alpha + \beta X_{ij}) = \frac{1}{1 + \exp(-Z_i)}$$

Burada *(Zi),* Zi indeksinin temelini oluşturan her bir olası değeri ile ilgili kümülatif logistik fonksiyonun değerini gösterir, *Pi* = İşletmelerin Ceptarım Modeline üye olup olmama olasılığına (0-1 arasında değerler almaktadır), Zi = indeks sayısı ya da Xij ve α = sabit sayı. Xij , açıklayıcı değişkenlerin doğrusal kombinasyonudur.

Böylece,

$$Z_i = \log \frac{Pi}{1 - Pi} = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \ldots\ldots + \beta_n X_n + \varepsilon$$

İ= 1,2, ..., n (gözlemler), *j* = 1, 2, ..., n (bağımsız değişkenler), *Zi* = gözlenilmeyen indeks düzeyi ya da i"nci gözlemin tercihinin log-bahis oranı (-"dan +"a değişmektedir), *Xij* = *i*"nci gözlemin *j*'nci açıklayıcı değişkeni, = tahmin edilen katsayı, = stokastik hata terimi. Denklemdeki bağımlı değişken Zi, yapılan özel bir tercihin bahis oranlarının (odds"ların) logaritmasıdır. Parametre tahminleri, bağımsız değişkenlerin etkisini doğrudan vermemektedir. Y=1 olduğunda sürekli değişkenlerin (Pi) olasılığındaki değişmeler;

$$\left(\frac{\partial Pi}{\partial X_{ij}}\right) = \frac{\beta_j \exp(-\beta X_{ij})}{1 + \exp(-\beta X_{ij})^2}$$

Ancak, açıklayıcı değişkenlerin kalitatif olması durumunda sürekli olarak değişmez. Bu durumda olasılıktaki değişmeler, Xij"nin alternatif değerlerindeki Pi değerlendirilerek elde edilmek zorundadır. Açıklayıcı değişkenlerin tahmin edilen katsayılarının doğal logaritma tabanına göre antilogaritması alınarak odds oranı hesaplanır. Odds oranı, X=1 için hesaplanan odds değerininin X=0 için hesaplanan odds değerine oranı şeklindedir.

$$Odds\ oranı = e^{\beta_i}$$

Bu modelin çözümü için SPSS 15.0 paket programı kullanılmıştır.

4. ARAŞTIRMA BÖLGESİ HAKKINDA GENEL BİLGİLER

4.1. Araştırma Alanının Doğal Durumu

4.1.1. Araştırma alanının coğrafi konumu

Konya ili Anadolu Yarımadası'nın ortasında bulunan İç Anadolu Bölgesi'nin güneyinde şehrin kendi adıyla anılan Konya bölümünde yer almaktadır. Konya İli topraklarının büyük bir bölümü İç Anadolu'nun yüksek düzlükleri içinde yer alır. Güney ve güneybatı kesimleri Akdeniz bölgesine dahildir. Konya coğrafi olarak 36041' ve 39016' kuzey enlemleri ile 31014' ve 34026' doğu boylamları arasında yer alır. Yüzölçümü 38257 km2 (göller hariç)'dir. Bu alanı ile Türkiye'nin en büyük yüzölçümüne sahip olan ilidir. Ortalama yükseltisi 1016 m. idari yönden kuzeyden Ankara batıdan Isparta Afyonkarahisar Eskişehir, güneyden ise İçel, Karaman, Antalya, doğudan Niğde, Aksaray illeri ile çevrilidir. Konya ili doğal açıdan kuzeyinde Haymana platosu kuzeydoğuda Cihanbeyli Platosu ve Tuz Gölü'ne batısında Beyşehir Gölü'ne ve Akşehir Gölü'ne güneyinde Sultan Dağları'ndan başlayan Karaman ilinin güneyine kadar devam eden Toros yayının iç yamaçları önünde bir fay hattı boyunca oluşmuş volkanik dağlara doğusunda ise Obruk platosuna kadar uzanır. İlin uç noktalarını kuzeyinde Kulu'nun Köşkler Köyü batısında Akşehir'in Değirmen Köyü güneyinde Taşkent'in Beyreli Köyü doğusunda ise Halkapınar'ın Delimahmutlu Köyü uç noktalarını oluşturmaktadır.

4.1.2. İklim ve bitki örtüsü

Konya ilinde karasal iklim şartları etkilidir. Karasal iklim şartlarının oluşmasında enlem ve boylam noktaları, yeryüzü şekilleri yükselti ve hava kütleleri ile cephelerin ortaklaşa etkilerinin bir sonucu olarak ortaya çıkar. Konya 326 mm ile Türkiye'nin en az yağış alan bölümüdür. Bu bölüm içerisinde de Tuz Gölü yöresi daha az yağış alır.

Yağışlar daha çok ilkbahar mevsiminde Konveksiyonel yağışlar şeklindedir. Yazları sıcak ve kurak, kışları soğuk ve kar yağışlıdır. İlkbaharda kutbi karasal hava kütleleri (kontimental polar hava kütlesi) doğuya çekilir. Böylece batı yönlü deprosyanların aktivitesi ile Konya ve çevresine yağmurlar yağar. Şayet havada ısınma ani ve hızlı olursa Konvektif yağışlar oluşur. Bu yağışlara "kırkikindi yağmurları" denir. Yaz mevsiminde kutbi hava kütleleri kuzeye kayar. Buna karşılık tropikal hava kütleleri etkili olur. Bununla birlikte çöl kökenli hava kütleleri etkisini arttırırsa aşırı kurak iklim şartları ortaya çıkar. Ancak bu dönemde kutbi hava kütleleri etki alnını genişletebilirse yağışlar görülebilir. Sonbaharda ise havalar değişkendir. Balkanlar üzerinde gezici deprosyonların etkisi ile yağışlar ve kuzey yönlü rüzgarlar görülür. Kış aylarında kutuplar çevresinde oluşan karasal ve denizsel hava kütleleri ile tropical hava kütleleri Anadolu üzerinde cephe sistemleri meydana getirir. Bu oluşuma bağlı olarak kar yağışları hakim olur. Konya ili içerisinde geniş düzlükler olmakla beraber ovalar ve platolar arasında iklim elemanlarının değerinde farklılıklar olmaktadır. Yüksekliğe bağlı olarak sıcaklık düşmekte, yükseltilerde ise tamamen farklı olmaktadır. Konya'da yıllık ortalama sıcaklık 11.5°'dir. Temmuz ayında ortalama sıcaklık 23°'dir. Ocak ayında ortalama sıcaklık 0° civarındadır. Maksimum sıcaklık 40 ° ve minimum sıcaklım 28.2°'dir sıcaklığın 10°'nin altına düştüğü gün sayısı ortalama 10 gün, don olaylı gün sayısı ise yaklaşık 100 gündür (www.konyameteor.gov.tr).

Konya ilinin bulunduğu coğrafyanın özelliklerinden dolayı genelde karasal iklim şartları hakim sürmektedir. Ancak yükseltinin iklim elemanlarından sıcaklık ve yağış üzerindeki etkileri de farklı olmuştur. Bu özellik ova tabanları ile dağlık ve yüksek kesimlerdeki bitki örtüsünü de farklılaşmasına etki etmiştir. Yükseltiye bağlı olarak ova tabanında bozkırlar, yükseltilerde de ormanlar yer almaktadır. Ancak tuzlu ve acı sulu göllerin çevresinde jeolojik yapıya bağlı olarak meydana gelen tuzlu ve çorak topraklarda ise halofitler yer alır. Konya il sınırlarındaki geniş sahaların hakim bitki örtüsü bozkırdır. Ova tabanlarındaki iklim, toprak ve jeomorfolojik özelliklerin etkileri floraya yansımıştır. Ayrıca; ilk çağlardan itibaren insanlar tarafından, çeşitli sebeplerle tahrip edilmiş orman sahalarının yerinde de Antropojen Bozkırlar (stepler) oluşmuştur. Steplerin arasına serpilmiş çalı formasyonları görülmüştür. Ovalardaki tarım sahalarında

kültür bitkileri geniş yerler tutmaktadır. Bunların en önemlileri ise tahıllar, baklagiller ve şeker pancarıdır. Kültür bitkilerinin alanı % 64'tür. Bu oranı ile Türkiye'deki iller içerisinde tarım sahaları içinde fazla alana sahip iller arasında yer alır. Konya ili orman bakımından fakirdir. Yüzölçümünün ancak % 12'si ormanlarla kaplıdır. Ova kenarlarından itibaren çalılık formasyonlardan sonra ormanlara geçilir. Konya ilindeki ormanlarda ağaç türleri şöyle sıralanablir: karaçam, ardıç, titrek, kavak, sedir, göknar, lübnan sediri, mavi sedir, kasnak meşesi, saçlı meşesi mazi meşesi, tüylü meşe, fındık, palamut meşesi ve plantasyonla gelen sarıçam ağaç türleri görülmektedir (www.konyacevreorman.gov.tr).

4.1.3. Araştırma alanının ekolojik durumu

Konya 4.081.353 hektar yüzölçümü ile yurdumuzun en geniş arazi varlığına sahip ili olup 2.247.857 hektar alanda tarım yapılmaktadır. Deniz seviyesinden yüksekliği, yerleşim birimlerinin konumlarına göre 570-1700 m arasında değişmektedir. Alansal genişlik ve deniz seviyesinden yükseklikteki farklılıklar, ilin ekolojik yapısında farklı özelliklerin oluşumuna neden olmuştur. Yıllık yağış miktarı bölgeden bölgeye 300-760 mm arasında değişmektedir. Topoğrafik açıdan; doğu-kuzey ve batı bölgelerinde oldukça düz ve büyük ovalar yer alırken güney bölgesinde oldukça engebeli araziler bulunmaktadır.

İlin doğu ve kuzeyinde yer alan ve ünlü "Konya Ovası" diye adlandırılan geniş alanlarda yağışın 400 mm'nin altında, hatta bazı yerel bölgelerde 300 mm'nin altında seyretmesi kuru ziraat sistemini mecbur kılmıştır. Diğer bir ifadeyle "hububat-nadas" münavebesi bu alanların en yaygın tarım sistemidir. Kuru tarım yapan çiftçiler yağışın yetersiz olduğu yıllarda büyük sıkıntılara düşmüşlerdir. Bu sıkıntıları aşmak için ikinci bir tarım kolu olan koyunculukla meşgul olma mecburiyeti ortaya çıkmıştır.

Şüphesiz ki koyunculuğun tercihinde bazı gerçeklerden hareket edilmiştir. Şöyle ki; yağış yetersizliği meralardaki ot gelişimini olumsuz etkilemiş ve koyunun

yararlanabileceği kısa boylu otlar meraların ana yapısını oluşturmuştur. Tabiatın bu gerçekleri kuru ziraat bölgesinde hububat-koyunculuk sisteminin yerleşmesine sebep olmuştur (www.konyatarim.gov.tr).

Özellikle son yıllarda devlet yatırımı ve çiftçilerin kişisel ve ortak girişimleri sonucu ilde sulamaya açılan alanlarda önemli gelişmeler kaydedilmiştir. Bugün için ilde 577.426 hektar alanda sulu tarım yapılmaktadır. Yeni alanların sulamaya açılmasıyla gelişen meyveli ve meyvesiz ağaç yetiştiriciliği ovanın bozkır görünümünü her geçen gün değiştirmektedir.

4.2. Nüfus

2008 yılı adrese dayalı nüfus kayıt sistemine göre Konya'nın nüfusu 1.969.868 kişidir. Nüfusun 1.423.546'sı (% 72.27) şehirlerde, 546.322'si (% 27.73) ise bucak ve köylerde yaşamaktadır. Şehirleşme oranı % 72.27 (Türkiye genelinde % 74.96), yıllık nüfus artış hızı ‰ 5.49, kilometrekare başına düşen kişi sayısı ise 51'dir. Konya'da 2000 yılında kentleşme oranı % 59 iken, 2008 yılında % 72.27 olmuştur. İl merkezi nüfusu 2008 yılı adrese dayalı nüfus kayıt sistemine göre 980.973 kişidir (Çizelge 4.1).

Bölgede kırsal kesim ile il ve ilçe merkezleri arasında nüfus hareketi mevsime bağlı olarak değişmektedir. İl merkezine yakın olan ilçelerde çiftçilerin önemli bir kısmı köyde evi olmasına rağmen il merkezinin avantajları nedeniyle il merkezinde oturmayı tercih etmektedir. Yaz ayları gibi tarım faaliyetlerinin arttığı zamanlarda ise köyde ikamet etmektedirler.

Çizelge 4.1 Türkiye ve Konya ili karşılaştırmalı nüfus göstergeleri

	Toplam Nüfus		Şehir		Bucak/Köy		Yıllık Nüfus Artış Hızı (Binde)			Nüfus Yoğunluğu	
	2007	2008	2007	2008	2007	2008	TOPL.	ŞEHİR	KÖY	2007	2008
Konya	1959082	1969868	1412343	1423546	546739	546322	5.49	7.93	-0.76	50	51
Türkiye	70586256	71517100	49747859	53611723	20838397	17905377	13.10	77.66	140.75	92	93

Kaynak:www.konya.gov.tr

4.3. Eğitim

İl genelinde, toplam 1.194 okulda 402.810 öğrenci ve 18.223 öğretmen ile eğitim öğretim faaliyetleri sürdürülmektedir. ilde okur-yazar oranı % 91 olup, % 90 olan Türkiye ortalamasının üzerindedir. (2007 yılı genel nüfus sayımı sonuçlarına göre)

Yükseköğretim alanında, Selçuk Üniversitesi faaliyette bulunmaktadır. Üniversite, Konya şehir merkezinde Alaaddin Keykubat Kampüsü, Meram Kampüsü, Meram Tıp Fakültesi Kampüsü ile ilçelerde bulunan fakülte ve yüksekokullarda eğitim öğretimine devam etmektedir.

4.4. Tarımsal Yapı

Araştırmanın bu bölümünde Konya ilinin tarımsal yapısı ile ilgili bilgiler değişik açılardan verilerek yorumlanmıştır.

4.4.1. Konya ilinin arazi varlığı

Konya ili ekonomisi büyük ölçüde tarıma dayalı bir yapıya sahiptir. Tarıma elverişli 2.247.857 ha arazi bulunmaktadır. Bu arazinin 577. 000 ha sulu, 1 670 857 ha da kuru tarım, 817.277 ha da ise nadas yapılmaktadır. Ekiliş itibariyle buğday, arpa, şeker pancarı, nohut, ayçiçeği, mısır, çavdar, yulaf başta olmak üzere mercimek, kimyon, patates, kavun, karpuz ve yem bitkileri ziraatı yapılmaktadır.

Konya'da işletme arazisi genişlikleri Türkiye geneline göre fazladır. İlde tarım işletmelerinin % 24.95'i 100 dekardan daha az, % 29.41'i 101-200 dekar, % 41.99'u 200-500 dekar, % 3.65'i ise 500 dekardan daha büyük araziye sahiptir. Konya'da 125.366 adet tarımsal işletme vardır (Anonim, 2008).

Çizelge 4.2 Toplam Arazi Kullanım Durumu, 2008

Kullanım Şekli	**Alan (ha)**	**Oran(%)**
1- İşlenen Arazi		
- Tarla Arazisi	1 375 460	61
- Nadas	817 277	36.4
- Sebze	21 990	1
- Meyve	20 128	1
- Bağ	13 002	0,6
Toplam	2 247 857	100
2- Çayır Mer'a	790 894	18.7
3- Orman	540 189	13.2
4- Ürün Getirmeyen Alan	531 846	13.1
Genel Toplam	4 110 786	100

Kaynak:Anonim, 2008.

Çizelge 4.3 Konya İlinde İşlenen arazinin kullanım durumu, 2008

Kullanım Şekli	Alan (ha)	Oran (%)
1- Tarla Arazisi		
- Hububat	1.180.654	85.8
- Baklagil	46.322	3.4
- Endüstri Bitkileri	73.025	5.3
- Yem Bitkileri	46.400	3.4
- Yumrulu Bitkiler	7.068	0,5
- Yağlık Bitkiler	21.991	1,6
Toplam	1.375.460	100
2- Bağ-Bahçe		
- Sebze	21.990	40
- Meyve	20.128	36.5
- Bağ	13.002	23,5
Toplam	55.120	100
3- Nadas	817.277	36.4
Genel Toplam	2.247.857	100

Kaynak: Anonim ,2008.

4.4.2. Sulama durumu

Mevcut su potansiyeline göre sulanabilir arazi miktarı 1.652.762 hektar olup, halen 577.426 hektar arazi sulanmakta olup, bu alan toplam kültür arazisinin yaklaşık % 24'ünü oluşturmaktadır. Sulanan arazinin 144.379 hektarı devlet sulaması, 233.047 hektarı halk sulaması şeklindedir. Kayıt altındaki sulanan alan 377 426 ha iken kayıt dışı sulanan alan 200.000 ha olup bununla birlikte toplam sulanan alan 577. 000 ha olarak tahmin edilmektedir. İlde sulamanın yetersizliği ve nadasa fazla arazi bırakma nedeniyle tarımsal üretim ve gelir iklim şartlarına göre farklılıklar göstermektedir.

4.5.Konya İlinin Tarım Potansiyeli

4.5.1. Bitkisel üretim

Bölgede yetiştirilen en önemli ürün grubu olarak hububat (buğday-arpa) yer almaktadır. İkinci sırada yer alan ürün şeker pancarıdır. Üçüncü sırayı nohut almaktadır. Bundan sonra mısır ve ayçiçeği gelmektedir. Bunların dışında çavdar, yulaf, kuru fasulye ve yonca diğer önemli tarla ürünleridir. Buğday ve arpa üretimi 2007 yılında 2.160.875 ton olup ilin tarımsal gayri safi hasılası içinde de önemli bir yere sahiptir. Konya ili için önemli ürünlerin ekiliş-üretim ve verimleri Çizelge 4.4,4.5, ve 4.6 da verilmiştir.

Çizelge 4.4 Önemli tarla ürünleri ekiliş ve üretim durumu

ÜRÜN ADI	2006		2007	
	Ekilen alan (ha)	Kaldırılan ürün miktarı (ton)	Ekilen alan (ha)	Kaldırılan ürün miktarı (ton)
Buğday	742.139	2.361.127	786.511	1.541.628
Arpa	402.708	1.209.027	357.980	619.247
Şeker Pancarı	71.641	3.755.793	64.543	3.399.080
Çavdar	21.229	36.395	16.087	24.930
Yulaf	24.376	31.384	7.391	9.731
Kimyon	4.363	2.408	3.367	1.248
Ayçiçeği	9.021	19.522	20.747	47.162
Nohut	47.688	52.641	29.313	29.581
Fasülye (Kuru)	14.869	27.818	13.058	21.070
Patates	6.020	151.243	5.810	153.516
Yeşil Mercimek	4.940	4.306	1.648	1.129
Yonca (Y.Ot)	16.365	423.502	10.269	216.335
Korunga (Y.Ot)	546	3.950	890	8.486
Mısır (Dane)	9.792	72.375	12.345	95.300
Mısır (Slaj)	9.870	401.126	9.897	436.200
Fiğ (Y.Ot)	5.976	52.110	23.621	45.573
Haşhaş (Kapsül)	4.170	2.268	4.754	2.128
Haşhaş (Tohum)		3.354		2.964

Kaynak: Anonim ,2008.

Çizelge 4.5 Önemli bazı sebze ürünleri ekiliş ve üretim ve verimleri

ÜRÜN ADI	2006			2007		
	Ekilen Alan (ha)	Üretim (Ton)	Verim (Kg/ha)	Ekilen Alan (ha)	Üretim (Ton)	Verim (Kg/ha)
Lahana (Beyaz)	250	5.553	22.260	141	3.024	2.149
Marul (Göbekli)	116	1.048	9.040	75	675	904
Ispanak	549	5.937	10.800	283	2.502	884
Pırasa	477	9.216	19.320	242	4.327	1.784
Sakız Kabağı	327	9.956	30.470	267	9.355	3.497
Bal Kabağı	171	3.888	22.640	116	3.417	2.956
Hıyar	1.111	27.414	24.660	824	25.702	3.120
Patlıcan	498	3.856	7.740	197	2.008	1.019
Domates	6.217	240.965	38.760	4.655	185.768	3.991
Biber (Sivri)	624	4.647	7.440	517	5.185	1.004
Biber (Dolmalık)	267	1.830	6.840	169	1.595	942
Karpuz	1.417	41.730	29.440	1.353	44.980	3.324
Kavun	2.780	55.709	20.080	1.569	32.366	2.062
Fasulye (Taze)	1.553	8.513	5.480	1.250	7.575	606
Soğan (Taze)	126	1.742	13.870	76	1.032	1.365
Havuç	3.887	185.734	47.780	8.375	430.668	5.143

Kaynak: Anonim ,2008.

Çizelge 4.6 Önemli Bazı Meyve Ürünleri Ekiliş-Üretim ve Verimleri

ÜRÜN ADI	2006				2007			
	Ağaç (Ad.)		Üretim (Ton)	Verim (Kg/Ağ.)	Ağaç (Ad.)		Üretim (Ton)	Verim (Kg/Ağaç)
	Meyve Veren	Meyve Vermeye			Meyve Veren	Meyve Vermeyen		
Armut	461.594	9.510	10.899	24	278555	15401	7643	27
Ayva	31.896	3.297	658	21	26633	3770	553	21
Elma	2.791.753	179.902	71.721	25	2732522	177679	70135	26
Erik	190.399	11.277	4.920	26	157149	9210	4981	32
İğde	31.975	3.315	484	15	26815	6500	347	13
Kayısı	254.432	9.603	3.680	14	210100	39460	5294	25
Kiraz	797.300	341.107	18.744	24	917133	532043	29984	33
Şeftali	165.685	14.134	3.200	20	131594	4444	3071	23
Vişne	626.599	60.845	19.289	31	595182	70890	25578	43
Antep Fıs.	25.450	50	64	3	18550	-	43	2
Badem	166.303	5.465	1.212	7	127585	34200	1285	10
Ceviz	160.110	19.867	4.562	28	148785	21067	4347	29
Dut	32.050	870	423	13	34755	540	423	12
Çilek(ha)	347	-	3.058	8.800 kg/ha	369	-	4139	8.800 kg/ha
Üzüm(ha)	13.632	1.271	53.765	3.935 kg/ha	9810	3062	-	-

Kaynak: Anonim ,2008.

4.5.2. Konya ili hayvan varlığı

İl hayvan yetiştiriciliğine elverişli olup, geniş çaplı meralar bulunmaktadır. İlde toplam 709.894 ha mera alanı vardır. Ancak meraların hali hazır durumlarının zayıf oluşu bazı mera alanlarının tarıma açılması, yem fiyatlarının yüksek oluşu, entansif hayvancılığın yapılmaması nedeni ile hayvan mevcudu ve hayvansal üretimde düşüşler olmuştur. Konya ili hayvan varlığı Çizelge 4.7'de verilmiştir. İlde toplam büyükbaş ve küçükbaş hayvan varlığı içindeki en yüksek payı %58,7 ile koyun almaktadır. Tarımsal işletmelerde üretilen toplam kırmızı etin %74.6'sını sığır eti oluşturmaktadır (Anonim,2009).

Çizelge 4.7 Konya ili hayvan varlığı

HAYVAN CİNSİ		**2006**	**2007**
		Hayvan Sayısı	**Hayvan Sayısı**
BÜYÜKBAŞ	Sığır (saf kültür)	142.862	203.217
	Sığır (kül. Melez)	147.984	148.899
	Sığır (yerli)	46.553	48.775
	TOPLAM	337.399	400.891
KÜÇÜKBAŞ	Koyun (yerli)	1.268.846	1.305.679
	Koyun (merinos)	53.536	74.763
	TOPLAM	1.322.382	1.380.442
	Kıl Keçisi	116.409	111.118
	Tiftik Keçisi	15.554	2.549
KANATLI	Tavuk (broiler)	2.726.027	2.888.948
	Tavuk (yumurtacı)	7.796.440	8.088.540
	Yumurta Sayısı(1000)	1.630.579	1.966.164
ARICILIK	Eski Usul Kovan	4.753	4.064
	Yeni Usul Kovan	67.944	58.049
	Bal Üretimi (kg)	1.124.585	780.204
	Arıcılık Yapan Köy Sayısı	440	364

Kaynak: Anonim ,2008.

4.5.3. Hayvansal üretim

Tarımsal yapı içerisinde önemli bir yeri olan hayvancılık sektöründe önemli ürünlere ilişkin üretim rakamları Çizelge 4.8'de verilmiştir. Hayvancılık Konya ili tarımında ekonomik değer olarak önemli bir yere sahip bulunmaktadır.Süt ve kırmızı et üretimi öne çıkan ürünlerdir.

Çizelge 4.8 Konya ili hayvansal üretim durumu

ÜRÜN ADI	ÜRETİM (TON)	
	2006	2007
1. Et		
- Beyaz	4 089	196
- Kırmızı	33 913	39 706
2. Süt	560 194	677 246
3. Yumurta (1000)	1 630 579	1 966 164
4. Bal	1 124 585	655.5
5. Yapağı	1 522	1 338
6. Merinos yapağısı	96	105
7. Keçi kılı	81	63
8. Tiftik	15.5	2

Kaynak: Anonim ,2008.

4.5.4.Tarımsal alet ve makine durumu

Konya ili tarım işletmelerinin arazi büyüklüğü ve parsellerin genişliği açısından ülke ortalamasının üstündedir. 2007 yılı ÇKS kayıtlarına göre 125 366 işletme 13 750 909 da arazi için Konya İl tarım Müdürlüğüne kayıt olmuştur. İşletme başına 109.68 da alan düşmektedir ki bu durum tarımda makineleşmeyi beraberinde getirmiştir. İlde tarım işletmelerinin % 24.95'i 100 dekardan daha az, % 29.41'i 101-200 dekar, % 41.99'u

200-500 dekar, % 3.65'i ise 500 dekardan daha büyük araziye sahiptir. Konya'da tarım alet ve makineleri varlığı Çizelge 4.9'da verilmiştir.

Çizelge 4.9 Konya ili tarım alet ve makineleri varlığı

Cinsi	**Adet**
Traktör	45.779
Traktör pulluğu	50.470
Kombine hububat mibzeri	22.105
Harman makinesi	9.714
Biçerdöver	1.081
Pülverizatör (motorlu+kuyruk milinden hareketli)	17.901
Derin kuyu pompası	13.543
Kimyevi Gübre dağıtıcısı	28.579

Kaynak: Anonim ,2008.

4.5.5. İlin önemli ürünlerinin ülke tarımında ki yeri

2006 yılı rakamlarına göre ilde 2.388 milyar TL bitkisel ürünlerden, 1.150 milyon TL hayvansal ürünlerden olmak üzere tarım sektöründen toplam 3.538 milyar TL gayri safi hasıla elde edilmiştir. Çizelge 4.10 'da Buğday, arpa ve şekerpancarının ekiliş ve üretimleri ülke rakamları ile karşılaştırmalı olarak verilmiştir.

Çizelge 4.10. İlin önemli ürünlerinin ülke tarımında ki yeri

Ürün Adı	Türkiye	Konya	Oran (%)
Buğday ekilişi (ha)	9.300.000	742.139	79.78
Buğday üretimi (ton)	20.500.000	2.361.127	11.51
Arpa ekilişi (ha)	3.600.000	402.708	11,16
Arpa üretimi (ton)	8.800.000	1.209.027	13.73
Şeker pancarı ekilişi (ha)	340.000	71.641	20,88
Şeker pancarı üretimi (ton)	14.700.000	3.755.793	25.54

Kaynak: Anonim ,2008.

4.6. Konya İlinde Tarımsal Yayım

İlde tarımsal yayım hizmeti veren kuruluşlar tespit edilmiş bunlardan yayım programı ile çalışmalarını yürüten İl Tarım Müdürlüğü ayrıntılı olarak incelenmiştir.

4.6.1. İlde yayım hizmeti veren kuruluşlar

Tarımsal yayım faaliyetlerini sunan organizasyonlar açısından durum ele alındığında yayım faaliyetlerini sunan kuruluşları 5 başlık altında inceleyebiliriz

• Kamu Yayım Hizmetleri (İl Tarım Müdürlüğü, Araştırma Enstitüleri, Kamuya bağlı üniversiteler vb.)
• Ticari Kuruluşlarca verilen yayım hizmetleri (Tohum-İlaç-Gübre Bayileri, Ürün satın alan firmalar, Özel Danışmanlar vb.)
• Üretici örgütlerince verilen yayım hizmetleri (Ziraat odaları, yetiştirici birlikleri, Kooperatifler vb.)
• Kitle iletişim araçları ile verilen yayım hizmetleri (TRT, Üniversite Tv, Kon Tv,Toprak Tv , İnternet siteleri, Dergiler vb)
• Gönüllü kuruluşlarca verilen yayım hizmetleri (TEMA Vakfı Konya Şubesi).

4.6.2 Konya İl tarım müdürlüğü tarımsal yayım çalışmaları

Tarım Bakanlığı Konya ilinde yayım faaliyetlerini il tarım müdürlüğü vasıtası ile yürütmektedir. Çiftçi Eğitimi ve Yayım Şube Müdürlüğü, İl Tarım Müdürlüğü bünyesinde tarımsal yayımdan sorumlu şube müdürlüğüdür (EK-A). Her yıl hazırlamış olduğu Konya ili yayım planına göre çalışmalarını yürütür. Yayım planı kapsamında kitle yayım vasıtası üretim programı EK-B'de verilmiştir. Tarım Bakanlığının kendisine verdiği tarımsal yayım görevini konulara göre uzmanlaşarak yürütmektedir. Çiftçi Eğitim Yayım Şubesi konu uzmanlık birimlerinin görev tanımları aşağıdaki gibidir.

Program ve Değerlendirme

Çiftçi Eğitimi ve Yayım Şubesi, çiftçi eğitimi ve yayımı ile yatırım programını yapmak ve uygulama ile ilgili dönem raporlarını hazırlamak. ÇEY şubesinin aylık ve yıllık faaliyet raporunu hazırlamak. Erbaş ve erlerin eğitim programını yapmak, uygulama ile ilgili dönem raporlarını hazırlamak. Bilgi alışveriş (BAV) toplantısı programını ve uygulama raporunu hazırlamak. İl tarımsal faaliyetler koordinasyon kurulu üyeliği ve çalışmalarla ilgili sekreterya görevi yapmak. Açılacak kurslarla ilgili kurs açma iznini almak. Afet komisyonu, köy yerleşim alanı tespit komisyonunda görev yapmak. Şube müdürünün verdiği benzer görevleri yapmak.

Tarla Bitkileri Konu Uzmanlığı

Kalkınma plan ve programları ile Bakanlık politikasına uygun olarak kuru ve sulu alanlarda yetiştirilen tarla ürünleri için rotasyon planlarını hazırlamak ve bu planlarla üretimin artırılması öngörülen ürünlerin üretimlerini artırmak için yayım programlarını hazırlamak, uygulamak, denetlemek, izlemek ve teknolojik gelişmeleri takip etmek

Bahçe Bitkileri Konu Uzmanlığı

Kalkınma plan ve programları ile Bakanlık politikasına uygun olarak bağ-bahçe ürünlerinin üretimini artırmak amacıyla yayım programlarını hazırlamak, uygulamak, denetlemek, izlemek ve teknolojik gelişmeleri takip etmek

Hayvancılık Konu Uzmanlığı

Büyükbaş, küçükbaş, kümes hayvanları ve arıcılık yetiştiriciliği, ürünleri ve yan ürünlerinin üretimlerini artırmak amacıyla yayım programlarını hazırlamak, uygulamak, izlemek, denetlemek ve teknolojik gelişmeleri takip etmek.

Çayır- Mer'a Yem Bitkileri Konu Uzmanlığı

Çayır –Mera ve yem bitkileri üretimini artırmak amacıyla yayım programlarını hazırlamak, uygulamak izlemek, denetlemek ve teknolojik gelişmeleri takip etmek.

Tarımsal Mekanizasyon Konu Uzmanlığı

Tarım işletmelerinin mekanizasyon seviyesinin günün ihtiyaçlarını karşılayacak seviyeye çıkarılması, işletmelerde mevcut tarımsal alet ve makine parkının verimli bir şekilde kullanılması için yayım programlarını hazırlamak, uygulamak, denetlemek, izlemek ve teknolojik gelişmeleri takip etmek.

Bitki Besleme Ve Sulama Konu Uzmanlığı

Bitki besleme ve sulama alanındaki değişiklik ve yeniliklerden çiftçileri yayım çalışmaları ile haberdar etmek. Toprak tahlil laboratuarlarını yetkilendirmek, denetimlerini sağlamak.

Ev Ekonomisi Konu Uzmanlığı

Çiftçi ailelerinin sosyo ekonomik yönden kalkınmasını sağlayacak ev ekonomisi programlarını uygulatmak, çiftçi kadınlarını ve çiftçi çocuklarını tarımsal konularda eğitmek amacıyla programlar yapmak, uygulamak, izlemek ve denetlemek.

Gıdaların dondurarak, kurutarak, tuz, şeker ve konserve yaparak muhafazasını sağlamak amacıyla eğitim ve yayım faaliyetlerinde bulunmak.

Ev ve aileye ait her türlü bilgiyi bünyesinde toplayan bütün kaynakların günümüzde ve gelecekte aile ve toplum yararına kullanılmasını sağlamak. Özellikle de aile, çocuk, beslenme ve köy el sanatları konularında kırsal yöredeki ailelere eğitimler vermek. Yetersiz ve dengesiz beslenmelerin olumsuzlukları ve buna karşı yeterli ve dengeli beslenmenin avantajları ile gıdaların besin değerleri konusunda eğitim faaliyetlerinde bulunmak. Ulusal eğitime destek kampanyası projesi kapsamında eğitimsiz ve dar gelirli insanlara çeşitli el sanatları öğretilerek gelir elde edebilmelerini sağlamak için çalışmalarda bulunmak.

Enformasyon Konu Uzmanlığı

Çiftçi eğitimi ve yayım hizmetleri için gerekli enformasyon malzemelerini programlamak, tedarik etmek ve faal durumda tutarak kullanılmasını sağlamak, yayım Enformasyon Merkezi ile işbirliği içinde film, slayt setleri, video bantları, basılı

yayınları tedarik etmek, gerekirse il içerisinde üretmek ve çoğaltmak.

Tarım İl Müdürlüğü çalışmalarını video-kaset ve CD'ler ile görüntülü, kitap, liflet, broşür, afiş, başın bülteni, mesleki gazete, duvar takvimi ve tarım ajandası gibi görüntüsüz olarak yerel ve ulusal basına bildirmek. İl Müdürlüğünün bütün şubelerinin ilçe müdürlüklerinin, çiftçi ve öğrencilerin tarımsal çalışmalarına eğitime enformasyon malzemesi yönünden yardımcı olmak.

Merkez Çiftçi Eğitimi Ve Yayım Birimi

Konya Tarım İl Müdürlüğünün Selçuklu, Meram ve Karatay'dan oluşan merkez ilçelerinde İlçe Müdürlüğü teşkilatı bulunmadığından Merkez ÇEY Mühendisliği birimi Konya'nın merkez ilçe ve köylerinde ilçe müdürlüğü teşkilatının eğitim ve yayım faaliyetlerini yürütür. Müracaat edenlere yeşil kart ve sağlık karneleri için gelir belgesi düzenler. Hisseli satış ve tarla keşiflerini yapar ve gerekli raporları düzenler. Yaygın Çiftçi Eğitim ve Yayım (YAYÇEP) uygulaması dahilinde il bazında çiftçi kayıtlarını yapar, kayıtlı çiftçilere bakanlıkça gönderilen eğitim kitaplarının dağıtımını sağlar.

Kadın Çiftçiler Tarımsal Yayım Projesi Birimi

Tarım Bakanlığının 19 ilde yürüttüğü " Kadın Çiftçiler Tarımsal Yayım Projesi " kapsamında kadından sorumlu devlet bakanlığına bağlı kadın statüsü ve sorunları genel müdürlüğünce uygulanan ve 2006-2010 yıllarını kapsayan 4 yıllık projenin İlde uygulanmasını sağlar. Programın amacı işletme ve tarım faaliyetlerinde bulunan kırsaldaki kadınları ev ekonomisi eğitimi dışında tarımsal konularda tarımsal üretimin geliştirilmiş yayım yöntemi ile eğitmek ve önerilerde bulunmaktadır. Proje kırsal alanda demonstrasyonlar çiftçi toplantıları, uzun ve kısa süreli kurslar, tarla günleri, sergi ve teşvikler uygulamaktadır.

Organik Tarım Projesi Birimi

Tarımda aşırı ve bilinçsiz sentetik girdi kullanımının getirdiği sorunlara tepki olarak 30-40 yıl önce doğan ve "Organik Tarım" adıyla anılan üretim anlayışı son yıllarda Türkiye'de de yerleşmeye başlamıştır. Bu üretim şekli ana ilke olarak tüm

sentetik kimyasalları, tarım ilaçlarını, kimyasal gübreleri ve hormonları yasaklamakta, bunların yerine doğal bitki koruma maddeleri ve biyolojik mücadele yöntemlerinin kullanılmasını, bitkinin beşin maddesi ihtiyacının organik ve yeşil gübreler ile karşılanmasını, münavebe ve toprak sağlığına özel önem verilmesini istemekte ve bu suretle hem insan hem de doğa sağlığının korunmasını hedeflemektedir. Organik tarımın ilde tanıtılması ve yaygınlaştırılması için yayım çalışmaları yapmaktadır.

Targel Şözleşmeli Personeli

Tarım il ve ilçe Müdürlüğünün köydeki temsilciliği olup, çiftçi ile yüz yüze görüşmeler yaparak, tarım alanındaki yeni teknik ve teknolojik çalışmaları köye ve köylüye, köylünün tarımsal sorunlarını ise ilçe ve il tarım teşkilatına iletmek hususunda çalışmalar yapmak.

Tarımsal Danışmanlık ve Yayım Birimi

Tarımsal Yayım ve Danışmanlık Yönetmeliği kapsamında başvuruları değerlendirmek, uygun bulunanları Tarım Bakanlığına iletmek. İl teknik Komitesi toplantılarının sekretaryasını yürütmek. Tarımsal Danışmanlık desteklemelerinin çiftçiler tarafından yapılan başvurularını değerlendirmek. Destekleme icmallerini hazırlamak (www.konyatarim.gov.tr).

İlde yayım hizmeti veren diğer kuruluşlar ise kendi kuruluş amaçlarına uygun olarak gerektiği zamanlarda belirli bir yıllık program olmadan faaliyetlerde bulundukları görülmektedir.

5.MOBİL İLETİŞİM

5.1 Mobil İletişimin Dünyada Gelişimi

Mobil iletişim sistemlerinde, günümüze değin önemli bir süreç yaşanmıştır. Bu süreç, birinci nesil analog sistemlerden başlayan çeşitli değişim ve gelişim evresini tamamlayarak günümüze kadar süren bir süreci ifade etmektedir. 1978 yılında "Bell Telephone" 2000 abonesi ile ilk hücresel telefonu test etmiştir. 1980'li yılların gelişi ile mobil iletişim alanındaki gelişmeler baş döndürücü bir hız kazanmıştır. Hücresel teknolojiye dayalı ilk mobil iletişim 1956 yılında İsveç'te geliştirilmiştir. Ancak sistemin kullanılır hale gelmesi için biraz daha zaman geçmesi gerekmiş ve sistem ilk defa Norveç ve Finlandiya'nın katkılarıyla 1981 yılında analog teknoloji kullanılarak NMT adı altında "Nordıc Mobile Telecommunications System" kurulmuştur. NMT sistemleri Türkiye'ye araç telefonlarıyla girmiştir. Ancak yine, farklı standartlar kullanılması nedeniyle Türkiye'ye özgü üretim yapılması gerekmiş ve üretimde ölçeğin yakalanamaması sonucunda sistem yüksek bedeller üzerinden hizmet vermiş ve kullanıcı sayısı 120.000 ile sınırlı kalmıştır (Sarı, 2004).

Diğer Avrupa ülkelerinde de benzer teknolojiler kullanılarak mobil haberleşme hizmeti verilmeye çalışmış, ancak kıta genelinde farklı standartlar kullanıldığı için teknoloji yaygınlaşma imkanı bulamamış ve bu nedenle de kullanım sınırlı kalmıştır. NMT sistemlerden elde edilen tecrübeler neticesinde, analog sistemden sayısal sisteme geçiş aşamasında endüstrideki standartların uyumlaştırılması için kıta genelinde bir çerçeve oluşturulmuş ve 1989 yılında GSM standartları tüm Avrupa ülkelerinde ve diğer birçok ülkede onaylanmıştır. 1990'lı yıllar ile birlikte mobil iletişim teknolojisinde büyük gelişmeler yaşanmıştır. Analog sistemlerden sayısal sistemlere geçiş başlamıştır. Bu dönemlerde modülasyon tekniklerindeki yenilikler sayesinde çok daha kaliteli görüşmeler sağlanmış ve veri iletişimi hızlanmıştır. Frekans planlamasına olan ihtiyaç artmaya başlamıştır. Dijital kablosuz iletişime imkan veren ikinci nesil bu yıllarda ortaya çıkmıştır. 2000'li yıllarda "İkinci Nesil" denilen sayısal hücresel telefon sistemi dünya çapında yaygın olarak kullanılmaktadır. Gelişen teknoloji ve hayat standartları

doğrultusunda ihtiyaçlar da artmaktadır. Bu doğrultuda "Üçüncü Nesil" olarak adlandırılan yeni nesil hücresel telefon sistemleri üzerinde yoğun çalışmalar sonucunda Türkiye'de 05 Ağustos 2009 da ilk kez üçüncü nesil telefonlar kullanılmaya başlanmıştır (www.tk.gov.tr/).

5.2 Mobil İletişimin Türkiye'de Gelişimi

Türkiye'de ilk olarak Türkcell ve Telsim işletmeleriyle Temmuz 1993 tarihinde, 500'er milyon USD lisans bedeli karşılığı ve lisans koşulları uygun olduğunda lisans verilmek kaydıyla gelir paylaşımı esasına dayalı olarak mobil telefon sistemi sözleşmesi imzalanmıştır. Lisans koşullarının oluşması ile 27.4.1998 tarihinde lisans imtiyaz sözleşmesi imzalanmıştır. 1998 yılında telekomünikasyon sektöründe faaliyete başlayan Türkcell ve Telsim büyük bir ivme ile tüm Türkiye'de geniş bir coğrafi alanda büyük bir abone potansiyeline ulaşmıştır. Takip eden yıllarda İtalya'nın telekomünikasyon işletmesi TİM (Telecom İtalia Mobile) ve İş Bankası'nın işbirliği ile 27 Ekim 2000 tarihinde Aria, 8 Ocak 2001 tarihinde ise Türk Telekomünikasyon A.S. tarafından Aycell kurulmuştur. 19 Şubat 2004 tarihinde ise Aria ile birlikte birleşerek, birleşmeden doğan sinerjinin ifade edildiği "Avea" markası bu iki markayı temsil etmesi için piyasaya sürülmüştür. Şuan için cep telefonu kullanıcı sayısı 2007 itibariyle 50 milyona yaklaşmış bulunmaktadır (Gündoğan,2007).

Görsel işitsel yayın araçlarının Türkiye'de gelişimi Çizelge 2.1 'de verilmiştir**.** Dünyada olduğu gibi Türkiye'de de mobil iletişime olan ilgi artmaktadır. Türk Telekomünikasyon Kurumuna göre abone sayısı mobil telefonda yaklaşık 66 milyon. telefon makinesi sayısı ise 101 milyondur. Yani 66 milyon abone 101 milyon telefon vardır.

Mobil iletişim araçlarının kullanımı artmasına rağmen sabit telefonların sayısında ki artış hızı durma noktasına gelmiştir.

Çizelge 5.1 Türkiye'de Telekomünikasyon ve görsel-işitsel yayın araçlarının gelişimi

Yıl	Telefon Abone sayısı	Cep telefonu abone sayısı	Teleks abone sayısı	Mobil araç telefon abone sayısı	Internet abone sayısı	Çağrı cihazı abone sayısı	Radyo sayısı	Televizyon sayısı	Telefonlu köy sayısı
1994	12 305 760	81 276	16 043	93 503	.....	115 016	.....	.....	50 849
1995	13 331 537	332 716	15 170	103 833	.....	127 996	7 731 956	18 958 493	49 595
1996	14 400 038	692 779	14 357	113 560	.....	133 277	9 990 393	20 589 162	49 067
1997	15 744 020	1 483 149	13 186	126 659	.....	130 499	10 245 801	23 019 540	50 605
1998	16 959 500	3 382 137	11 159	124 448	229 885	114 495	12 914 432	24 341 607	49 652
1999	18 054 047	7 562 972	9 630	121 517	436 610	92 573	13 172 081	26 962 125	50 083
2000	18 395 171	14 970 745	7 816	92 744	1 629 156	25 176	13 318 001	29 791 027	51 335
2001	18 904 486	19 502 897	6 536	69 971	1 619 270	9 942	13 338 114	31 492 587	52 780
2002	18 914 857	23 323 118	5 491	51 246	1 309 770	5 412	13 392 370	32 994 725	52 786
2003	18 916 721	27 887 535	4 243	37 474	906 650	3 420	14 582 934	35 271 405	52 854
2004	19 125 163	34 707 549	3 364	28 364	1 474 590	2 277	17 559 645	38 302 714	37 333

Kaynak : www.tk.gov.tr.

5.3 Mobil İletişim Araçları

Mobil kavramı, köken olarak 15. yüzyılda Fransızcadan (mobilité) gelmiştir. Kablosuzluk, hareket kabiliyeti, hareketlilik ve taşınabilirlik anlamlarında kullanılmaktadır. Mobilite, iletişim alanında pek çok açılımlar yaratmıştır. Özellikle cep telefonlarının ve taşınabilir bilgisayarların yaygınlaşması, mobilite kavramının günümüzde iletişimi ne derece etkilediğinin örnekleridir. Bunun yanı sıra mobilite, kullanıcılara bilgiye ya da kişiye ulaşırken ortamdan bağımsız olarak iletişim kurabilme fırsatı sunmaktadır. Söz konusu bu süreçte en sık kullanılan mobil iletişim aracı cep telefonudur. Cep telefonunun yanı sıra;

Smartphone; Akıllı telefon,

PDA ; Personal Digital Assistant- Kisisel Dijital Asistan,

Notebook ya da Laptop; Dizüstü Bilgisayar,

Tablet PC; klasik bir PDA ve standart bir dizüstü bilgisayarın sentezi olup dijital kalemle kontrol edilen, klavyeye ya da fareye ihtiyaç duymayan bir dizüstü bilgisayardır.

GPS; Global Positioning System- Küresel Pozisyonlama Sistemi, uydu bazlı radyo yer belirleme sistemi gibi cihazlar geliştirilmiştir.

5.4. Mobil İletişimde Ceptarım Uygulamaları

Ceptarım, tarım ile ilgili her türlü bilgi ve haberin doğru olarak en hızlı şekilde üyelerine duyurulmasını hedefleyen bir organizasyon olarak tanımlanabilir. Ceptarım 15 Mart 2007 tarihinde Konya'da kurulmuş olup Türk Patent Enstitüsünden 06.08.2007 tarihinde marka koruması almıştır, 05.09.2008 tarihinde marka tescil belgesini almıştır. Marka tescil belgesi 38 numaralı sınıfa ait olup bu sınıf "Radyo ve televizyon yayın hizmetleri. Haberleşme hizmetleri (internet servisi sağlama hizmetleri dahil), haber ajansı hizmetleri"ni kapsamaktadır (EK-C).

Ceptarım faaliyetlerini Selçuk Üniversitesi Alaaddin Keykubat kampüsünde bulunan Teknokent bünyesinde hizmet veren Ünitek Tarımsal Danışmanlık kapsamında yürütmektedir. Ceptarım marka hakları Ünitek Tarımsal Danışmanlığa aittir.

Ceptarıma üye olanlar üye oldukları andan itibaren bir yıl boyunca tarımsal bilgi ve haberleri SMS olarak almaktadırlar. Bir yıllık üyelik ücretinden başka hiçbir ödeme yapmamaktadırlar. 2007 yılında 1 yıllık üyelik bedeli 20 TL iken 2008 ve 2009 yıllarında bu bedel 25 TL olarak belirlenmiştir. Kısa mesajlarda bazen teknik bilgiler bazen ise tarım ile ilgili haberler verilmektedir. Ayrıca isteyenler www.ceptarım.com adresinden 20 günlük deneme üyeliğine sadece kayıt yaparak yararlanabilmektedirler. Üyelere gönderilen kısa mesajlar bilgi veren kuruluşlarda bulunan uzmanlar tarafından hazırlanıp gönderilmektedir. Tarım Bakanlığı, Ziraat Fakültesi, Bankalar ve özel sektör temsilcilerinden oluşan danışmanlar tarım ile ilgili Ceptarım kısa mesajlarını hazırlamaktadırlar. Hazırlanan kısa mesajlar en iyi anlaşılacağı düşünülen kısaltmalar ve sade bir dil kullanılarak üyelere gönderilmektedir (EK-C). Ceptarım Türk çiftçisinin ve Türk tarımına hizmet eden herkesin ana haber kaynağı olmayı hedeflemektedir.

Ceptarım, Unitek Tarımsal Danışmanlık bünyesinde 2007-2008-2009 Konya tarım fuarlarına katılmış ve burada çiftçiler ile görüşmeler yaparak modelin gelişmesi için bilgi edinmiş aynı zamanda sistemin tanıtımını ve satışını yapmıştır. Ceptarımın 2009 yılı haziran ayı itibariyle kayıtlı 1502 üyesi bulunmaktadır.

Ceptarım uygulamasına ait Kısa Mesaj Örnekleri (EK-D),Üyelik Formları (EK-E), Üyelik Kimliği (EK-F), Cepkitap Örnekleri (EK-G), İnternet Sitesi (EK-H) bilgileri ekte verilmiştir.

6.ARAŞTIRMA BULGULARI

6.1 İncelenen İşletmelerde Sosyo-Ekonomik ve Tarımsal Yapı

Bu bölümde, işletmelerin nüfus durumu cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi, iş gücü durumu işletme arazisi genişliği, tarımsal üretim durumu, hayvan varlığı, işletmelerin mekanizasyon düzeyi ve yabancı sermaye durumu incelenmiştir

6.1.1 İşletmelerin nüfus durumu

İşletmelerdeki nüfus sayısı sosyal bir nitelik olmasının yanı sıra, yaşam şekli, kişi başına düşen gelir miktarı ve kültür yapısı gibi pek çok sosyo-ekonomik faktörü etkilemektedir. Her işletme bir aile kabul edilerek aile nüfusu, yaş gruplarına ve cinsiyete göre ayrı ayrı incelenmiştir. İşletmelerin nüfus durumu Çizelge 6.1'de verilmiştir. İşletme birimine düşen nüfus sayısı, tüm işletmeler ortalamasında 5.17 olup, bunun % 50.81 'ni erkek nüfus, % 49.19'nu kadın nüfus oluşturmuştur.

Yaş gruplarına göre nüfusun % 7.80 'nini 0-6 yaş grubu, % 21.51 'i 1-14 yaş grubu, % 47.31'i 15-49 yaş grubu ve % 23.39 'nu da 50 ve daha yukarı yaş grubu oluşturmuştur.

Yaş gruplarına göre incelendiğinde her işletme grubu için gerek erkek gerekse kadın olarak nüfusun çoğunluğunu 15-49 yaş grubundakiler oluşturmuştur. Bu grup aktif nüfus grubudur.

Konu ile ilgili diğer çalışmalarda Cinemre ve ark. (1995), Çarşamba ovasında yaptıkları çalışmada işletmeler ortalaması erkek nüfusu 3.09 kadın nüfusu 3.19 olmak üzere toplam nüfusu 6.28 olarak belirlemişlerdir.

Çizelge 6.1 İşletme gruplarında nüfusun yaş gruplarına göre dağılımı

	Yaş Grupları										
	0-6 Yaş		7-14 Yaş		15-49 Yaş		50-+ Yaş		ORTALAMA		TOPLAM
İşletme Grupları	E	K	E	K	E	K	E	K	E	K	E+K
Üye Olmayanlar	0.14	0.06	0.39	0.64	1.33	1.25	0.64	0.36	2.50	2.31	4.81
Üye Olanlar	0.31	0.31	0.56	0.64	1.19	1.11	0.69	0.72	2.75	2.78	5.53
İşletmeler Ortalaması	0.22	0.18	0.47	0.64	1.26	1.18	0.67	0.54	2.625	2..54	5.17
Toplam Nüfusa Oran	4.30	3.49	9.14	12.37	24.46	22.85	12.90	10.48	50.81	49.19	100
Yaş Grup. Toplam Nüfusa Oranı	7.80		21.51		47.31		23.39		-		100

6.1.2 Nüfusun eğitim durumu

Eğitim düzeyi üretici davranışlarını etkileyen önemli bir faktör olarak ele alınmakta ve eğitim, bireysel davranışları olumlu yönde değiştirmek amacıyla kullanılan önemli bir araç olarak düşünülmektedir. Eğitim düzeyi, çiftçilerin yenilikleri takip etmelerinde, gerekli bilgi kaynaklarına ulaşma, ilgili kurum ve kuruluşlarla iletişim kurma özgüvenine sahip olmalarında, üretim faaliyetlerinde, öğrendikleri tarımsal bilgileri uygulamalarında ve elde edilen gelirleri değerlendirmelerinde, ayrıca risk alma gibi bir çok konuda en önemli etkenlerden biridir.

Nüfusun eğitim durumu 6 yaşından yukarı nüfusa göre incelenmiştir (Çizelge 6.2). İşletmelerdeki nüfusun % 3.36'sı okuma yazma bilmemektedir. Nüfusun % 56.88'i İlkokulda okuyan veya mezun; % 19.27 'si ortaokulda okuyan veya mezun; %16.82 'si ise lisede okuyan veya mezun; % 1.64'ü yüksek okulda okuyan veya mezun;

% 1.57'si fakültede okuyan veya mezundur.

İlde okur-yazar oranı % 91 olup, % 90 olan Türkiye ortalamasının üzerindedir (www.konya.gov.tr). Bu sonuçlara göre araştırma kapsamında ki işletmelerde eğitim seviyesinin yüksek olduğu anlaşılmaktadır.

Çizelge 6.2 İşletme gruplarına göre 6 yaşından yukarı nüfusun eğitim durumu (%)

İşletme Grupları	0	1	2	3	4	5	Toplam
Üye Olmayanlar	3.23	52.26	18.02	14.53	0.29	0.23	100.00
Üye Olanlar	3.49	61.05	20.65	19.35	3.00	2.91	100.00
İşletmeler Ortalaması	3.36	56.88	19.27	16.82	1.64	1.57	100.00
	0-Okur yazar olmayan 1-İlkokulda okuyan veya mezun 2- Ortaokulda okuyan veya mezun 3- Lisede okuyan veya mezun 4- Yüksekokulda okuyan veya mezun 5- Fakültede okuyan veya mezun						

Çizelge 6.2 incelendiğinde büyük çoğunluğunun (% 56.88) ilkokul mezunu olduğu, % 39.21'nin eğitimlerine ilkokuldan sonrada devam ettikleri ancak bu oranın giderek azalarak üniversite mezunları için % 3.21 olduğu tespit edilmiştir.

6.1.3 İşletmelerin iş gücü durumu

İncelenen işletmelerde her bir çiftçi ailesinin işgücü varlığı işletme gruplarına göre Ceptarım Modeline üye olmayanlar grubunda 3.64 EİB ve Ceptarım Modeline üye olanlar grubunda 4.12 EİB olduğu tespit edilmiştir. İşletmelerde kullanılan yabancı iş

gücü incelendiğinde ise Ceptarım Modeline üye olanlar grubunda yabancı işgücü çalıştırma durumunun daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Çizelge 6.3).

Çizelge 6.3 İşletmelerin iş gücü durumu (EİG)

İşletme Grupları	Aile İşgücü Potansiyeli		Aile İşgücü Kullanımı			Toplam	İşletmede Kullanılan	
	EİB	EİG	İşletme İçinde	İşletme Dışı Tarımda	Tarım Dışında		Yabancı İşgücü	Toplam İşgücü
Üye Olmayanlar	3.64	1019	381	25	85	491	143	634
Üye Olanlar	4.12	1154	503	19	109	631	271	902
İşletmeler Ortalaması	3.88	1086	442	22	97	561	207	768

6.1.4 İşletme gruplarına göre arazi kullanım durumu

Araştırmada incelenen işletmelerde arazi kullanma durumu mülk arazi, ortağa ve kiraya tutulan arazi ve genişlikleri olarak ele alınmıştır. İncelenen işletmelerde kendi mülk arazisinden kiraya ve ortağa arazisini veren işletmeye rastlanmıştır. İşletmelerin arazi mülkiyeti ve kullanma şekli Çizelge 6.4'de verilmiştir.

Türkiye genelinde tarım işletmelerinin büyük çoğunluğu 1-49 da arasında araziye sahip olup, bunların oranı % 67.04'dür (Anonim 2001b). Ancak Konya'daki işletme arazisi genişlikleri Türkiye geneline göre oldukça fazladır. İlde tarım işletmelerinin % 24.95'i' 100 dekardan daha az, % 29.41'i 101-200 dekar, % 41.99'u 200-500 dekar, % 3.65'i ise 500 dekardan daha büyük araziye sahiptir

Çizelge 6.4 İşletme gruplarına göre arazi kullanım durumu

İşletme Grupları	Mülk		Kira		Ortakçılık		Toplam İşletme Arazisi	
	Alan (da)	Oran	Alan (da)	Oran	Alan (da)	Oran	Alan (da)	Oran
Üye olmayanlar	130.00	71.09	48.00	26.38	5.00	2.53	183.00	100.00
Üye Olanlar	246.00	77.57	56.00	17.79	15.00	4.64	317.00	100.00
İşletmeler Ortalaması	188.00	74.33	52.00	22.09	10.00	3.59	250.00	100.00

Tüm işletmeler için işletme arazisi genişliği ortalama 250 da hesaplanmıştır. Bunun % 74.33'ü mülk arazi, % 22.09'u kiraya tutulan arazi, % 3.59'u ortakçılık yapılan araziler oluşturmuştur.

Türkiye'de başkasının arazisini kullanmayan işletmelerin oranı % 92.7, kiracılık ve ortakçılık yapan işletmelerin oranı % 7.3 dür (TUİK, 2001). Araştırma bölgesinde kiraya tutulan ve ortakçılıkla işlenen arazilerin oranının yüksek olmasının sebebi çiftçilerin arazi dağılımlarının şeker pancarı ekiminde uygulanan münavebe alanlarına her yıl rastlanmamış olması ve gün geçtikçe tarımla uğraşan nüfusun azalması gösterilebilir.

İncelenen işletmelerden Ceptarım Modeline üye olanlar grubunun arazi varlığı olarak Ceptarım Modeline üye olmayanlar grubuna göre daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

6.1.5 İşletme gruplarına göre ana tarımsal faaliyet alanı

İşletme gruplarına göre ana tarımsal faaliyet alanı Çizelge 6.5'de verilmiştir. İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olmayanların % 5.56'sı hayvancılık, % 63.89'u bitkisel üretim, % 30.56'sının ise her iki alanda da faaliyet gösterdiği görülmektedir.

İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olanların % 11.11'i hayvancılık, % 38.89'u bitkisel üretim, % 50'sinin ise her iki alanda da faaliyet gösterdiği görülmektedir.

Çizelge 6.5 İşletme gruplarına göre ana tarımsal faaliyet alanı (%)

Ana Tarımsal Faaliyet Alanı	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
1. Hayvancılık	5.56	11.11	8.33
2. Bitkisel üretim	63.89	38.89	51.39
3. Her ikisi de	30.56	50.00	40.28

İşletme grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline üye olan işletmelerde faaliyet alanı içerisinde hayvancılığa yer veren işletmeler % 61.11 iken Ceptarım Modeline üye olmayanların % 36.12 olduğu tespit edilmiştir. Ceptarım Modeline üye olan çiftçilerin hayvancılığa, üye olmayanların ise bitkisel üretime ağırlık vermiş olmaları Ceptarım modelinin gelecekteki hedef kitlesi için belirleyici olabilecektir.

6.1.6 İşletmelerde yetiştirilen ürünlerin dağılımı

Araştırma bölgesinde sahip olunan işletme arazisi genişliklerinin yanı sıra işletmelerde hangi ürünlerin yetiştiriciliğinin yapıldığının belirlenmesi ile, işletmelerin tarımsal faaliyetleri hakkında daha geniş bir bilgiye sahip olunacağı düşünülerek, işletmelerin üretim desenine göre dağılımları da incelenmiştir.

İncelenen işletmelerde buğday en geniş ekim alanına sahiptir. Buğdayı ekiliş alanı olarak arpa ve şeker pancarı takip etmektedir. İşletme grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline üye olan işletmelerde yem bitkisi (yonca, silajlık mısır ve fiğ) bitkileri ekilişlerinin üye olmayanlara göre % 13.2 oranında daha fazla ekilişe sahip olduğu görülmektedir. Bu durum sahip oldukları hayvan sermayesi miktarları ile

açıklanabilir. Araştırmada diğer ürünler başlığı altında domates, biber, marul ekilişlerinin olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 6.6 İşletmelerin yetiştirilen ürünler itibariyle dağılımı (%)

Ürünler	İşletme Grupları		
	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Buğday	51.91	52.71	52.31
Arpa	17.21	10.49	13.85
Şeker Pancarı	10.23	9.26	9.74
Fasulye	4.30	4.20	4.25
Ayçiçeği	0.94	3.55	2.24
Patates	5.72	1.13	3.43
Yonca	1.80	8.61	5.20
S.Mısır	1.22	4.39	2.81
Fiğ	0.05	3.27	1.66
Haşhaş	0.16	0.31	0.23
Kabak	2.11	0.38	1.24
Diğer	4.35	1.70	3.06
Toplam	100.00	100.00	100.00

6.2.7 İşletme gruplarına göre ikamet edilen yer

İşletme gruplarına göre ikamet edilen yer Çizelge 6.7'de verilmiştir. Hem köyde hem şehirde oturma hali işletme sahiplerinin gerek çocuklarının eğitimi gerekse sağlık gibi sebeplerden, pratikte ise çok sık şehre gidiş geliş yapmalarından dolayı ortaya çıkmış bir ikamet şeklidir. Bu ikamet şeklinde işletme sahiplerinin hem köyde hem de şehirde evleri bulunmakta ve eğitim öğretim sezonlarında şehirde, ekim ve hasat tarihlerinde ise köyde ikamet edilmektedir. İşletme grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline üye olan işletmelerde hem köyde hem de kentte oturma durumunun daha yüksek olduğu dikkat çekicidir. Bu durum Ceptarım üyelerinin şehre daha sık indiği buna bağlı olarak pazarlama, eğitim, sağlık, bilgi vb. hizmetlere daha kolay ulaştıklarını göstermektedir.

Çizelge 6.7 İşletme gruplarına göre ikamet edilen yer (%)

İkamet edilen Yer	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Köyde	58.33	63.89	61.11
İlçede	30.56	11.11	20.83
İlde	5.56	0.00	2.78
Hem Köyde Hem Kentte	5.56	25.00	15.28

6.1.8 İşletme gruplarına göre şehre iniş sıklığı

İşletme gruplarına göre şehre iniş sıklığı Çizelge 6.8'de verilmiştir. İşletme grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline üye olan işletmelerde şehre iniş sıklığının daha yüksek olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durum işletme büyüklükleri üye olmayanlara göre daha yüksek olan üye olanlar grubunun üretim ve pazarlamanın her aşamasında daha fazla şehirle bağlantılı olmakla açıklanabilir.

Çizelge 6.8 İşletme gruplarına göre şehre iniş sıklığı (%)

Şehre İniş sıklığınız	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Her gün	8.33	16.67	12.50
Haftada bir	25.00	50.00	37.50
Haftada iki üç kez	33.33	8.33	20.83
Ayda bir	16.67	19.44	18.06
Yılda bir	2.78	5.56	4.17
Şehirde Yaşıyor	13.89	-	6.94

6.1.9 İşletme Gruplarına Göre Şehre İniş Sebebi

İşletme gruplarına göre şehre iniş sebebi Çizelge 6.9'da verilmiştir. İşletme

grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline üye olan işletmelerin evrak takibi ve pazarlama amaçları ile şehre inişleri üye olmayan işletmelerden daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu durum Ceptarım modeline üye olanlar grubunun; üretim, pazarlama ve evrak takibini gerektiren işler sebebi ile şehirle daha bağlantılı olduklarını göstermektedir.

Çizelge 6.9 İşletme gruplarına göre şehre iniş sebebi (%)

Şehre iniş sebebi	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Alışveriş	36.11	44.44	40.28
Özel İşler	19.44	27.78	23.61
Tarımsal İhtiyaçlar	13.89	30.56	22.22
Pazarlama	8.33	41.67	25.00
Evrak Takibi	8.33	33.33	20.83
Sağlık	2.79	2.77	2.78

6.1.10 İşletme gruplarına göre sahip olunan ev aletleri

İşletme gruplarına göre sahip olunan ev eşyaları Çizelge 6.10'da verilmiştir. İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olanların % 100'ü çamaşır makinesi, % 94.44'ünün fırın, % 100'ünün televizyon, % 83.33'ünün radyo, % 30.56'sının bilgisayar, % 77.78' inin uydu sistemi, % 38.89' unun bulaşık makinesine sahip olduğu görülmektedir.

Konya İli Altınekin ilçesinde yapılan bir çalışmada işletme grupları ortalamalarına göre buzdolabı ve tv kullanımı % 100 olarak tespit edilmiştir. Çamaşır makinesi kullanımı % 81.43, Elektrik süpürgesi kullanımı % 89.12, Bulaşık makinesi % 13.70, çanak anten kullanımı % 91.69, Hamur makinesi kullanımı % 16.89 şeklinde ortaya çıkmıştır (Oğuz ve Doğançukuru,2009). Çalışmaların sonuçları benzerlik

gösterirken işletme grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline üye olan işletmelerde teknoloji kullanım düzeyi daha yüksek gözükmektedir.

Çizelge 6.10 İşletme gruplarına göre sahip olunan teknolojik ev aletleri (%)

Sahip Olunan Teknolojik Ev Aletleri	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Çamaşır makinesi	97.22	100.00	98.61
Fırın	91.67	94.44	93.06
Televizyon	100.00	100.00	100.00
Radyo	80.56	83.33	81.94
Bilgisayar	8.33	30.56	38.89
Uydu sistemi	58.33	77.78	68.06
Bulaşık makinesi	19.44	38.89	29.17

6.1.11 İşletme gruplarına göre traktör dışında sahip olunan araçlar

İşletme gruplarına göre traktör dışında sahip olunan araçlar Çizelge 6.11'de verilmiştir. İşletme grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline üye olan işletmelerde hareket kabiliyetini arttıran otomobil ile ticari özelliği olan kamyon, kamyonet gibi vasıtalara daha fazla sahip oluşları üretim pazarlama ve GSÜD açısından üye olmayanlara oranla daha fazla olanaklara sahip olduklarını göstermektedir. Traktör dışında başka aracı olmayan işletmeler karşılaştırıldığında ise Üye olmayanların, üye olanlar grubundan % 13.88 oranında daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sahasında pat pat, triportör gibi araçlara sahip işletmeler tespit edilmiş, diğer araçlar başlığı altında toplanmıştır.

Çizelge 6.11 İşletme gruplarına göre traktör dışında sahip olunan araçlar (%)

Traktör Dışında Sahip Olunan Araçlar	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
1. Otomobil	52.78	86.11	69.44
2. Kamyonet	22.22	30.56	26.39
3. Kamyon	16.67	22.22	19.44
4.Diğer	16.67	5.56	11.11
5.Yok	19.44	5.56	12.50

6.1.12 İşletmelerin alet-makine sermayesi

Tarımda makineleşme, gerek arazilerin daha verimli bir şekilde kullanılması gerekse üreticilere sosyal yaşama ayırabilecekleri daha çok zaman bırakması açısından tarımsal gelişmeye katkıda bulunan önemli etkenlerden birisidir. Ayrıca, mekanizasyon düzeyi, teknik gelişmenin önemli bir göstergesi olarak kabul edilebilir. Mekanizasyon düzeyi, genellikle makine varlığı ve özellikle de sahip olunan traktör sayısına göre belirlenir. Araştırma alanında incelenen işletmelerin alet makine sermayeleri araştırma bölgesinde en çok kullanılan alet ve makineler üzerinden tespit edilerek karşılaştırma yapılmıştır. İşletme gruplarına göre ortalama alet makine sermayesi durumları Çizelge 6.12'de verilmiştir. İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olmayanlar grubunun ortalama alet makine sermayesi 37562 TL, Ceptarım Modeline üye olanlar grubunun ortalama alet makine sermayesi 51834 TL ve İşletme grupları ortalamasına göre alet makine sermayesi 44698 TL olarak tespit edilmiştir. Ceptarım modeline üye olanlar grubunun alet makine sermayesinin, Ceptarım modeline üye olmayanlar grubu alet makine sermayesinden yüksek olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 6.12 İşletmelerin ortalama alet-makine sermayesi (TL)

Alet Makine	İşletme Grupları		İşletmeler Ortalaması
	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	
Traktör	22958	32111	27535
Römork	2917	4000	3458
Pulluk	1433	1450	1442
Mibzer	2611	2500	2556
Kazayağı	542	675	608
Motopomp	3611	4167	3889
Harman Mak.	1394	983	1189
Tırmık	440	318	379
Merdane	406	322	364
Biçerdöver	1028	5000	3014
Rotatiller	222	308	265
Toplam	37562	51834	44698

İncelen işletme gruplarının Tarım Bakanlığı'nın vermiş olduğu alet ve makine desteklerinden yararlanma durumları araştırılmıştır. İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olmayanlar grubunun Tarım Bakanlığı desteği ile alet makine alan işletme sayısı oranı % 11.11 olarak tespit edilmiştir. İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olanlar grubunun Tarım Bakanlığı desteği ile alet makine alan işletme sayısı oranı % 19.44 olarak tespit edilmiştir.

6.1.13 İşletmelerin hayvan varlığı

İncelenen işletmelerde hayvan sermayesi değeri büyükbaş ve küçükbaş hayvanların değeri toplanarak hesap edilmiştir. Kümes hayvanları ve iş hayvanları varlığı tespit edilmemiştir. İşletmelerin ortalama hayvan sermayesi Çizelge 6.13'de verilmiştir. İncelenen işletmelerde ortalama 2.72 adet inek, 0.60 adet tosun, 0.97 adet düve, 0.07 adet boğa, 0.82 adet buzağı, 85.03 edet koyun, ve 2.58 adet keçi bulunmaktadır.

Çizelge 6.13 İşletmelerin ortalama hayvan varlığı (adet)

İşletme Grupları	İnek	Tosun	Düve	Boğa	Dişi Dana	Buzağı	Koyun	Keçi	Toplam
Üye Olmayanlar	3.03	0.25	1.14	0.08	0.22	0.94	0.00	0.00	5,67
Üye Olanlar	2.42	0.94	0.81	0.06	0.56	0.69	170.06	5.17	180,69
İşletmeler Ortalaması	2.72	0.60	0.97	0.07	0.39	0.82	85.03	2.58	93,18
İşletmelerin ortalama hayvan varlığı (BBHB)									
İşletme Grupları	İnek	Tosun	Düve	Boğa	Dişi Dana	Buzağı	Koyun	Keçi	Toplam
Üye Olmayanlar	3.03	0.13	0.80	0.112	0.11	0.19	0.00	0.00	10,25
Üye Olanlar	2.42	0.47	0.56	0.085	0.28	0.14	17.01	0.52	25,39
İşletmeler Ortalaması	2.72	0.30	0.68	0.098	0.19	0.16	8.50	0.26	17,82

6.1.14 İşletmelerin yabancı sermaye durumu

İşletme gruplarına göre işletmelerin yabancı sermaye durumu Çizelge 6.14'de verilmiştir. İşletmeler ortalaması incelendiğinde kişilere 4688 TL, Bankalara 10056 TL, Kooperatife 2121 TL, Devlete 2764 TL ve toplamda 19619 TL olduğu tespit edilmiştir. Araştırma bölgesinde 2007 ve 2008 yıllarında yaşanan kuraklıklar ve buna bağlı oluşan verim kayıpları neticesinde araştırma bölgesinde faaliyet gösteren işletmelerde yabancı sermaye oranı artmıştır.

Çizelge 6.14 Yabancı sermaye durumu (TL)

İşletme Grupları		Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Borçlanma Durumu	**Kişilere**	4 349	5 028	4 688
	Bankalara	9 222	10 889	10 056
	Kooperatife	2 306	1 917	2 111
	Devlete	2 083	3 444	2 764
	Toplam	17 960	21 278	19 619

6.2 İncelenen İşletmelerin Örgütlenme Durumu

Örgütlenme toplumlarda sadece tarım alanında değil çeşitli vakıf, dernek ve siyasi parti şeklinde olabilmektedir. Kırsal alanda genelde karşılaşılan sorunlardan biri olan örgütlenememe, araştırma bölgesinde anket yapılan işletmelerde araştırılmış tarımsal örgütlenme açısından elde edilen sonuçlar bu bölümde verilmiştir.

6.2.1 İşletme gruplarına göre köyde tarımsal organizasyon bulunma durumu

İşletmelerin faaliyet gösterdikleri farklı köylerde bulunan tarımsal organizasyonlar Çizelge.6.15'de verilmiştir. İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olmayanların % 2.78'sinin de köylerinde örgütlenme olup olmamasını bilmemelerinin sebebi tarımsal faaliyette bulunmalarına karşılık köyde ikamet etmemelerinden kaynaklanmaktadır.

İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olanların % 86.11'i köylerinde tarımsal bir organizasyon bulunduğunu, % 8.33'ü bulunmadığını, % 5.56'sı da bu konuda fikrinin bulunmadığını beyan etmektedirler. İşletmeler ortalaması incelendiğinde işletmelerin bulunduğu köylerin % 66.67'sinde tarımsal bir organizasyon

bulunmakla birlikte, % 29.17'sinde tarımsal bir organizasyon bulunmamaktadır.

Konu ile ilgili diğer çalışmalarda Erel (1999), "Türkiye'deki Kırsal Nüfusun Kalkındırılmasında Kırsal Sanayinin Yeri ve İşlevi (Huğlu Örneği)" isimli doktora çalışmasında, kırsal sanayi örneği uygulaması olan "Huğlu Av Tüfekleri Kooperatifi'nin" faaliyetlerini ve bu faaliyetlerin kırsal alanda yaşayan bireyler üzerindeki etkilerini incelemiştir. Çalışmada, Huğlu Av Tüfekleri Kooperatifi'nin bölge halkının gelir ve istihdam olanaklarının artmasında, örgütlenme bilincinin yerleşmesinde ve girişimcilik isteğinin artmasında etkili olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 6.15 İşletme gruplarına göre köyde tarımsal organizasyon bulunma durumu (%)

Köyde Tarımsal Organizasyon Bulunma Durumu	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Evet	47.22	86.11	66.67
Hayır	50.00	8.33	29.17
Bilmiyor	2.78	5.56	4.17

İşletme grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline üye olan işletmelerin bulunduğu köylerde çiftçi örgütlenmesinin daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. İşletmeler ortalamasına göre % 4.17 oranında köyünde herhangi bir tarımsal organizasyon olup olmadığını bilmeyen üreticilerin varlığı şehirde oturarak tarımsal faaliyetlerde bulunan işletme yöneticileri ile açıklanabilir. Bu kişiler sadece ekim ve hasat dönemlerinde arazilerine giden üreticilerdir.

6.2.2 İşletme gruplarına göre köyde hizmet veren tarımsal organizasyonlar

İşletme gruplarına göre köyde hizmet veren tarımsal organizasyonlar Çizelge 6.16'da incelenmiştir. İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olmayan işletmelerin % 55.56'sının bulunduğu köyde tarımsal kooperatif olduğu, % 16.67'sin de

yetiştirici birliği olduğu görülmektedir.

İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olan işletmelerin % 75'inin bulunduğu köyde tarımsal kooperatif, % 55.56'sın bulunduğu köyde yetiştirici birliği, % 5.56'sının da diğer organizasyonlar olduğu görülmektedir. Diğer organizasyonlar üretici birlikleri, çiftçi malları koruma başkanlıkları vs. olarak ortaya çıkmaktadır.

İşletme grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline üye olan işletmelerin faaliyette olduğu köylerde üye olmayanlara göre yetiştirici birliği bulunma durumu daha yüksek düzeydedir. Ceptarım Modeline üye olan işletmelerin ana faaliyet alanında hayvansal üretime daha fazla yer vermeleri buna neden olarak gösterilebilir. İşletme grupları incelendiğinde, köylerde hizmet veren dernek olmayışı dikkat çekicidir.

Çizelge 6.16 İşletme gruplarına göre köyde hizmet veren tarımsal organizasyonlar durumu (%)

Köyde Hizmet Veren Tarımsal Organizasyonlar	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Kooperatif	55.56	75.00	65.28
Dernekler	-	-	-
Yetiştirici Birliği	16.67	55.56	36.11
Diğer (Çiftçi Malları Koruma Başkanlığı vs)	0.00	5.56	2.78

6.2.3 İşletme gruplarına göre üye olunan çiftçi örgütleri

İşletme gruplarına göre üye olunan çiftçi örgütleri Çizelge 6.17'de verilmiştir. İşletme yöneticilerinin birden fazla çiftçi örgütüne üye oldukları tespit edilmiştir.Elde edilen sonuçlara göre araştırma bölgesinde üye olunan çiftçi örgütlerine bakıldığında bitkisel üretim alanında faaliyet gösteren üretici örgütlerine üye olma durumu Ceptarım Modeline üye olmayanlar grubunda, hayvansal üretime hizmet eden damızlık yetiştirici

birliklerine üye olma durumu ise Ceptarım Modeline üye olanlar grubunda daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Bu durum grupların hayvan sermayeleri ile paralellik göstermektedir

Çizelge 6.17 İşletme gruplarına göre üye olunan çiftçi örgütleri (%)

Üye Olunan Çiftçi Örgütleri	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Yetiştirici Birliği	13.89	44.44	29.17
Üretici Birliği	11.35	5.31	8.33
Kooperatif (Sulama veya Kalkınma)	58.33	55.56	56.94
Hiçbirine Üye değil	33.33	13.89	23.61

6.2.4 İşletme gruplarına göre tarımsal kuruluşlar ile irtibat durumu

İşletme gruplarına göre tarımsal kuruluşlar ile irtibat durumu Çizelge 6.18'de verilmiştir. İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olmayanların % 86.11'i tarımsal kuruluşlarla irtibatının olduğu, %13.89'unun tarımsal kuruluşlarla irtibatının olmadığı tespit edilmiştir.

İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olanların % 91.68'inin tarımsal kuruluşlarla irtibatının olduğu, % 8.34'ünün tarımsal kuruluşlarla irtibatının olmadığı tespit edilmiştir.

Çizelge 6.18 İşletme gruplarına göre tarımsal kuruluşlar ile irtibat durumu (%)

Tarımsal Kuruluşlar İle İrtibat Durumu	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Evet	86.11	91.68	88.89
Hayır	13.89	8.34	11.11

6.2.5 İşletme gruplarına göre irtibatta olunan tarımsal kuruluşlar

İşletme gruplarına göre irtibatta olunan tarımsal kuruluşlar Çizelge 6.19'da verilmiştir. Tarım Bakanlığı tarafından 01.01.2007 tarihinden beri uygulanan Tarımsal Yayımı Geliştirme Projesi kapsamında, Türkiye genelinde tarımsal yayım faaliyetlerini etkinleştirmek ve bilginin doğrudan çiftçiye zaman ve mekan sınırı olmaksızın ulaşabilmesini sağlamak amacıyla 2.500 Adet " Çalışma Bölgeleri" oluşturulmuştur. Bu çalışma bölgelerine de yörenin ağırlıklı tarımsal yapısı dikkate alınarak ziraat mühendisi, veteriner hekim veya su ürünleri mühendisi atanmıştır. 657 Sayılı Devlet Memurları kanununa göre 4-b sözleşmeli personel olarak görev yapan ziraat mühendislerine TARGEL sözleşmeli personeli denmektedir.

Çizelge 6.19 İşletme gruplarına göre irtibatta olunan tarımsal kuruluşlar (%)

İrtibatta Olunan Tarımsal Kuruluşlar	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Tarım İl Müdürlüğü	25.00	38.89	31.94
İlçe Tarım Müdürlüğü	66.67	69.44	68.06
Targel Personeli	25.00	33.33	29.17
Tarımsal Kooperatifler	30.56	16.67	23.61
Ziraat Odası	41.67	55.56	48.61
Ziraat Bankası	27.78	44.44	36.11
Diğer	5.56	2.78	4.17
İrtibatı Yok	13.89	-	6.94

Danışmanlar, üreticiler ile iç içe bulunduklarından tarımsal yayım çalışmasını yürütmek daha kolay olmaktadır. Ancak zaman ve olanak yetersizliğinden, danışmanlar daha çok kendilerine danışan üreticilere hizmet vermektedir. Çevre köylere ise yine araç sıkıntısı nedeniyle yeterince hizmet götürememektedirler (Kara,2007). Çiftçilerden ücret almaksızın onlara bulundukları yerde sadece tarımsal yayım kapsamında hizmet veren TARGEL personeli ile düzenli bir şekilde irtibatta olan işletme ortalaması tarımsal kuruluşlardan düşük çıkmıştır. Bu durum işletme sahiplerinin bilgi almaktan daha çok kredi, destekleme veya evrak almak amacıyla bu kuruluşları ziyaret ettiklerini

göstermektedir.

6.2.6 İşletme gruplarına göre tarımsal kuruluşlar ile irtibat amacı

İşletme gruplarına göre Tarımsal kuruluşlar ile irtibat amacı Çizelge 6.20'de incelenmiştir. İncelenen işletmelerin yöneticilerinin birden fazla amaçla tarımsal kuruluşlarla irtibat halinde oldukları tespit edilmiştir. İşletmeler ortalaması incelendiğinde sırasıyla tarımsal destekleme ve teşviklerden yararlanmak, belge alabilmek, bilgi alabilmek ve kredi alabilmek amacıyla tarımsal kuruluşlar ile irtibat kurdukları belirlenmiştir.

Çizelge 6.20 İşletme gruplarına göre tarımsal kuruluşlar ile irtibat amacı (%)

Tarımsal Kuruluşlar İle İrtibat Amacı	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Tarımsal destekleme ve teşviklerden yararlanmak amacıyla	77.78	63.89	70.83
Belge alabilmek amacıyla	63.89	72.22	68.06
Kredi alabilmek amacıyla	27.78	44.44	36.11
Bilgi alabilmek amacıyla	38.89	55.56	47.22
Diğer amaçlarla	2.78	5.56	4.17

6.2.7 İşletme gruplarına göre üye olunan organizasyondan beklentiler

İşletme gruplarına göre üye olunan organizasyondan beklentiler Çizelge 6.21'de incelenmiştir. Bu konu işletme sahiplerine araştırma safhasında açık uçlu bir soru olarak sorulmuş ve beklentiler gruplandırılmıştır.

Çizelge 6.21 İşletme gruplarına göre üye olunan organizasyondan beklentiler (%)

Üye Olunan Organizasyondan Beklentiler	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Beklentisi Olmayanlar	33.33	25.00	29.17
Teknik Bilgi	16.67	13.89	15.28
İyi Temsil	8.33	0.00	4.17
Adaletli Çalışma	11.11	13.89	12.50
Yeni teknoloji	5.56	8.33	6.94
Pazarlama	8.33	11.11	9.72
İlgi	2.78	27.78	15.28
Tarımsal Destekleme	5.56	0.00	2.78

İşletmeler ortalaması incelendiğinde üye olunan tarımsal organizasyondan beklentisi olmayanların oranın % 29.17 oluşu dikkat çekicidir. Araştırma safhasında görüşülen işletme sahiplerinin bu beyanı verirken ümitsiz ve sitemkar oldukları ifadelerinden anlaşılmaktadır. İşletmeler ortalamasına göre üye olunan organizasyonlardan beklentiler idari ve teknik düşünceler olarak ikiye ayrılırsa,

Üye olunan organizasyonun idari düşüncelerden dolayı oluşan beklentiler; Beklentisi olmayanlar % 29.17, İyi temsil % 4.17, Adaletli Çalışma % 13.89, İlgi % 15.28 olmak üzere toplam % 62.51 olurken, üye olunan organizasyonun teknik düşüncelerden dolayı oluşan beklentiler; Teknik Bilgi % 15.28,Pazarlama % 9.72, Destekleme % 2.78 olmak üzere toplam % 27.78 olmuştur.

Üye olunan organizasyonun idari düşüncelerden dolayı oluşan beklentiler toplam işletme sahiplerinin % 62.51'inde, üye olunan organizasyonun teknik düşüncelerden dolayı oluşan beklentiler ise işletme sahiplerinin % 27.78 inde oluştuğu tespit edilmiştir. İşletme sahiplerine araştırma safhasında açık uçlu bir soru olarak sorulan bu soru ile elde edilen sonuçların yanı sıra araştırma bölgesinde çiftçi organizasyonlarına, bu organizasyonlara üye olan çiftçilerin güven problemi olduğu ve beklentilere cevap verilemediği düşüncesi tespit edilmiştir.

6.3 İncelenen İşletmelerin Tarımsal Bilgiye Olan İhtiyaçları

Araştırmanın bu bölümünde işletmelerin ne tür bilgiye ihtiyaç duydukları ve bu bilgiyi hangi kaynaklardan edindiği araştırılmıştır.

6.3.1 İşletme gruplarına göre tarımsal bilgi kaynakları

İşletme gruplarına göre tarımsal bilgi kaynakları Çizelge 6.22'de verilmiştir. İncelenen işletme gruplarının tarımsal bilgiyi diğer çiftçiler ve atalarından öğrenme düzeylerinin aynı çıkması dikkat çekicidir. İşletme grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline üye olan işletmelerde deneme yanılma yöntemine göre tecrübe edinerek bilgi sahibi olma durumu Ceptarım Modeline üye olmayanlara göre daha düşüktür. Bu durum üye olanlar grubunun eğitim durumunun daha yüksek olması ile açıklanabilir.

Çizelge 6.22 İşletme gruplarına göre tarımsal bilgi kaynakları (%)

Tarımsal Bilgi Kaynakları	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Atalarımdan Öğrendim	50.00	50.00	50.00
Diğer çiftçilerden görerek öğrendim	33.33	33.33	33.33
Teknik elemana danışıyorum	22.22	38.89	30.56
Şehirdeki alışveriş yaptığım ilaç, gübre ve tohum bayilerine danışıyorum	47.22	50.00	48.61
Deneme yanılma yöntemine göre tecrübe ediniyorum	27.78	13.89	20.83

6.3.2 İşletme gruplarına göre yardıma ihtiyaç duyulan tarımsal konular

İşletme gruplarına göre yardıma ihtiyaç duyulan tarımsal konular Çizelge 6.23'de verilmiştir. İşletme grupları ortalamasına göre yardıma ihtiyaç duyulan tarımsal konular sırasıyla; Desteklemeler, gübre ve gübreleme, hatalık ve zararlılar ile mücadele, pazarlama, kredi temini, hayvan yetiştiriciliği, çevre koruma ve diğer bilgiler olarak tespit edilmiştir.

Çizelge 6.23 İşletme gruplarına göre yardıma ihtiyaç duyulan tarımsal konular(%)

Yardıma İhtiyaç Duyulan Tarımsal Konular	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Kredi Temini	30.56	47.22	38.89
Destekleme	66.67	72.22	69.44
Pazarlama	50.00	41.67	45.83
Hayvan Yetiştiriciliği	36.11	38.89	37.50
Hastalık ve Zararlılar İle Mücadele	50.00	55.56	52.78
Gübre ve Gübreleme	63.89	50.00	56.94
Çevre Koruma	8.33	8.33	8.33
Diğer	2.78	0.00	1.39

Konu ile ilgili diğer çalışmalardan Ankara, Polatlı'da yapılan bir araştırmada ele alınan denekler televizyonda yayınlanan tarım programlarında sırasıyla daha çok zirai kredilere, hayvancılık, gübreleme, zirai mücadele, sulama, ürünlerin satılması, pazarlama, kooperatifçilik, el sanatları konusuna yer verilmesini istediğini tespit etmiştir (Çavdar 2006).

6.3.3 İşletme gruplarına göre yeni tarım tekniklerinin öğrenildiği yerler

İşletme gruplarına göre yeni tarım tekniklerinin öğrenildiği yerler Çizelge 6.24'de verilmiştir. Konya İli Altınekin ilçesinde yapılan ön araştırma çalışmalarında çiftçilerin tarımsal faaliyetlerde kullandıkları bilgi kaynakları, ilçe tarım müdürlükleri, ziraat mühendisleri, basılı yayın kaynakları, internet, üniversite, araştırma kuruluşları, bayiler ve diğerleri olarak belirlenmiştir. Bu ayrıma göre araştırma bölgesinde çiftçilerin % 81.3 oranda diğer çiftçilerden, % 95.14 oranında ilçe tarım müdürlüklerinden, % 24.58 oranında çeşitli kurumlarda çalışan ziraat mühendislerinden, % 8.58 oranında basılı yayından , %12.29 internetten, % 9.99 oranında Üniversiteden , % 23.96 oranında Araştırma kuruluşlarından , % 80.02 oranında Zirai İlaç Bayilerinden ve %7.43 oranında diğer kaynaklardan bilgi edindikleri belirlenmiştir (Oğuz ve Doğançukuru, 2009).

Çizelge 6.24 İşletme gruplarına göre yeni tarım tekniklerinin öğrenildiği yerler (%)

Tarım Tekniklerinin Öğrenildiği Yerler	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Diğer çiftçilerden	44.44	27.78	36.11
İlçe Tarım Müdürlüğünden	69.44	55.56	62.50
Serbest çalışan ziraat mühendislerinden	19.44	19.44	19.44
Kitap, dergi, Gazete, broşürlerden	22.22	16.67	19.44
İnternet	22.22	47.22	34.72
Üniversite	5.56	5.56	5.56
Araştırma kuruluşlarından	8.33	2.78	5.56
Zirai İlaç Bayilerinden	66.11	78.56	72.33

Boyacı (1999), Manisa bölgesinde yaptığı araştırmasında üreticilerin çoğunluğunun, kamu yayımcısı dışında köylerinde bağcılık üretim tekniğine yönelik bilgili kimsenin olmadığına inandıklarını, yaklaşık % 90 'ının üretimle ilgili konularda aile bireylerini bilgi kaynağı olarak gördüklerini belirlemiştir. Araştırıcı, üreticilerin üretime ilişkin sorunlarını kamu yayımcısı, girdi satıcısı firmalar, diğer üreticiler ve TARİŞ elemanları aracılığıyla çözdüklerini saptamıştır. Araştırma bulgularına göre anket yapılan üreticilerin % 60 'ı bölgede bulunan araştırma enstitüsüne hiç gitmemiştir.

İşletme gruplarına göre yeni tarım tekniklerinin öğrenildiği yerler sırasıyla zirai ilaç bayileri, ilçe tarım müdürlükleri, diğer çiftçiler, internet, serbest çalışan ziraat mühendisleri ve basılı yayınlar olarak sıralanarak devam etmektedir. Bu durum ihtiyaç duyulan tarımsal konular ile öğrenildiği yerler arasında bir uyum olduğunu göstermektedir.

6.3.4 İşletme gruplarına göre teknik elemanlarla görüşme sıklığı

İşletme gruplarına göre teknik elemanlarla görüşme sıklığı Çizelge 6.25'de verilmiştir. İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olmayanların % 13,89'u teknik elemanlarla hiç görüşmemekle birlikte, Ceptarım Modeline üye olanların

tamamının teknik elemanlarla görüşmekte olduğu görülmektedir.

Bulut (2006), Antalya, Kumluca'da yapmış olduğu çalışmada araştırma kapsamındaki girdi sağlayan firmaların % 92.9 'u faaliyet konusuyla ilgili olarak üretici ziyaretinde bulunduğunu tespit etmiştir. Firmalar bu ziyaretlerin ürün tanıtımı ve satış amaçlı olmaktan ziyade, üreticiyi bilgilendirme faaliyetlerinin bir parçası olarak yapıldığını ileri sürmektedir. Firmalarca ortalama olarak araziye 16 gün/ay çıkılmaktadır. Üreticilerin talep etmesi durumunda da arazi ziyaretleri yapılmaktadır.

Çizelge 6.25 İşletme gruplarına göre teknik elemanlarla görüşme sıklığı (%)

Teknik Elemanlarla Görüşme Sıklığı	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Haftada bir	19.44	38.89	29.17
On beş günde bir	11.11	41.67	26.39
Ayda bir	41.67	16.67	29.17
Üç ayda bir	2.78	2.78	2.78
Yılda iki kez	11.11	-	5.56
Görüşmüyor	13.89	-	6.94

İşletme grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline üye olan işletmelerde teknik elamanlarla görüşme sıklığı daha yüksek çıkmaktadır. İşletmeler ortalamasına bakıldığında ise işletmelerin % 84.73'ü en az ayda bir kez teknik elaman ile görüştüğünü söylemektedir.

6.3.5 İşletme gruplarına göre tarımsal konularda karşılaşılan sorunlar için fikir alınan kişiler

İşletme gruplarına göre tarımsal konularda karşılaşılan sorunlar için fikir alınan kişiler Çizelge 6.26'da verilmiştir. İşletme gruplarına göre teknik elemanlarla görüşme sıklığı Çizelge 3.27'de verilmişti. Çizelge 6.26 İncelendiğinde işletmeler ortalamasına göre ise işletmelerin % 84.73'ü en az ayda bir kez teknik elaman ile görüştüğünü

söylemektedir. Buna rağmen işletmeler ortalamasına göre işletmelerin yalnızca % 52.78'i tarımsal konularda karşılaşılan sorunlar için fikir alınan kişiler olarak teknik elamanları belirtmiştir. Bu durum işletme sahiplerinin teknik elamanlar ile görüşmelerine rağmen tarımsal konularda teknik elemanları tek otorite olarak kabul etmediklerini, teknik elemanlar ile birlikte sırasıyla arkadaşlarına, kendi tecrübelerine ve komşusuna danıştığını göstermektedir. Tarımsal konularda teknik elemanlar ile görüşme sıklığının bilgi almak için yeterli olmadığı, Tarım Bakanlığının uygulamakta olduğu TARGEL projesinde olduğu gibi teknik elemanları köylerde istihdam etseniz bile onların teknik konularda güvenirliğini arttıracak tedbirler alınmaz ise görüşme sıklığının yeterli olmayacağı ortaya çıkmaktadır.

Çizelge 6.26 İşletme gruplarına göre tarımsal konularda karşılaşılan sorunlar için fikir alınan kişiler (%)

Tarımsal Konularda Sorunlar İçin Fikir Alınan Kişiler	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Muhtar	8.33	-	4.17
Akraba	11.11	2.78	6.94
Öğretmen	5.56	0.00	2.78
Arkadaş	47.22	44.44	45.83
Ziraat Mühendisi, Veteriner Hekim	30.56	75.00	52.78
Komşu	13.89	13.89	13.89
Kendi tecrübelerimden faydalanıyorum fikir almıyorum	22.22	27.78	25.00
Diğer	2.78	13.89	8.33

Konu ile ilgili diğer çalışmalarda Özçatalbaş (1992), "Aşağı Seyhan Sulama Proje Alanındaki Mısır Üreticilerinin Bilgi Edinme Kaynakları" konulu çalışmasında; Araştırma sonuçlarına göre; mısır üreticilerinin üretim tekniği konularında ihtiyaç duydukları bilgilerin (tarımsal mücadele dışında) önemli bir kısmının yayım elemanlarınca karşılanmadığı saptanmıştır. Bunun yerine üreticiler teknik konulardaki

bilgi gereksinimlerinin büyük bir kısmını kırsal toplum içerisinde oluşan geleneksel kaynaklardan karşılamaktadır. Ayrıca, ürün satın alan firmalar ve girdi satan firmaların ekonomik konularda (tohum gübre-tarım ilaçları-ürün fiyatları) üreticilerin önemli bilgi kaynakları arasında yer aldığı da gözlenmiştir.

İşletme grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline üye olan işletmelerde teknik elemanlardan fikir alma oranın daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

6.4 İncelenen İşletmelerin Kitle Yayım Vasıtalarından Yararlanma Durumu

İncelenen deneklerin kitle yayım vasıtalarından televizyon izleme alışkanlıkları incelenmiş, tarımsal programlara olan ilgi düzeyleri tespit edilmiş, internet kullanım düzeyleri tespit edilmiştir.

6.4.1 Televizyon izleme durumu

İşletme gruplarına göre televizyon izleme durumu Çizelge 6.27'de verilmiştir.

İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olmayanların tamamı televizyon izlemekle beraber, % 22.22'si arada bir, % 2.78'i haftada 1-2 kez, % 75'inin her gün(düzenli) izlediği görülmektedir.

İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olanların tamamı televizyon izlemekle beraber, % 16.67'si arada bir, % 5.56'sı haftada 1-2 kez, % 77.78'inin her gün (düzenli) izlediği görülmektedir.

İşletme grupları karşılaştırıldığında televizyon izleme durumu benzerlik göstermektedir.

Çizelge 6.27 Televizyon izleme durumu (%)

Televizyon İzleme Durumu	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
1. Hiç izlemeyen	-	-	-
2. Arada bir izleyenler	22.22	16.67	19.44
3. Haftada 1–2 kez	2.78	5.56	4.17
4. Her gün (düzenli)	75.00	77.78	76.39

6.4.2 Takip edilen televizyon programları

İşletme gruplarına göre takip ediln tv programları Çizelge 6.28'de verilmiştir. İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olmayanların % 100'ü haber, % 22.22'si eğlence, % 27.78'i yarışma, % 36.11'i spor, %44.44'ü tartışma, % 8.33'ü magazin, % 30.56'sının sinema izlediği görülmektedir.

İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olanların olmayanların % 100'ü haber, % 44.44'ü eğlence, % 47.22'si yarışma, % 47.22'si spor, %44.44'ü tartışma, % 22.22'si magazin, % 25'inin sinema izlediği görülmektedir.

İşletme grupları karşılaştırıldığında işletme grupları arasında takip edilen tv programları sınıflandırması benzerlik göstermektedir. Üreticilerin tamamı haber programlarını izlemektedirler.

Çizelge 6.28 Takip edilen televizyon programları (%)

Takip Edilen TV Programları	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Haber	100.00	100.00	100.00
Eğlence	22.22	44.44	33.33
Yarışma	27.78	47.22	37.50
Spor	36.11	47.22	41.67
Tartışma	44.44	44.44	44.44
Magazin	8.33	22.22	15.28
Sinema	30.56	25.00	27.78

6.4.3 Tarımsal program izleme durumu

Araştırma bölgesinde televizyonu olmayan denek bulunmamakla beraber denekler, televizyonu % 100 oranında evlerinde izlemektedirler. Ancak yapılan araştırmanın amacına yönelik olarak, önemli olan deneklerin televizyon izlemelerinden çok televizyonda yayınlanan tarım programlarını izleyip izlemediklerinin belirlenmesidir. Bu nedenle deneklere televizyonda yayınlanan tarım programlarını izleme sıklıkları sorulmuş ve elde edilen verile doğrultusunda Çizelge 6.29 oluşturulmuştur.

Çizelge 6.29 Tarımsal program izleme durumu (%)

Tarımsal Program İzleme Durumu	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Düzenli izleyenler	38.89	38.89	38.89
Arada sırada izleyenler	25.00	30.56	27.78
Uygun olursam izleyenler	27.78	30.56	29.17
Hiç izlemeyenler	8.34	1.39	4.86

Çavdar (2006), Araştırma yaptığı bölgede deneklerin % 46.40'sının televizyonda yayınlanan tarım programlarını sürekli, % 42'si denk geldikçe izlediği tespit edilmiştir. İzlemeyenlerin oranı % 11.60'dır. Deneklerin eğitim durumu, yaşı, işletme arazisi genişliği ile televizyonda yayınlanan tarım programlarını izleme sıklığı arasında istatistiki bir ilişki olmadığını saptamıştır.

İşletme grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline üye olan işletmelerde tarımsal program izlemeyen üye oranı %1.39'dur. Bu durum Ceptarım modeline üye olan işletme sahiplerinin kitle yayım vasıtalarından tarımsal konuları takip etmek istediklerini göstermektedir.

6.4.4 Düzenli izlenen tarımsal program

İncelenen işletme gruplarına tarımsal program izliyor iseniz tarımsal konulu programlardan özellikle devamlı izlediğiniz bir program var mı? Sorusu yöneltildiğinde işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olmayanların % 63.89'u evet var, % 36.11'i hayır yok demiştir. İşletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olanların % 75'i düzenli olarak tarımsal program izlemekte, % 25'i ise düzenli olarak izlememektedir (Çizelge 6.30).

Çizelge 6.30 Tarımsal konulu programlardan özellikle devamlı izlediğiniz bir program var mı? (%)

Tarımsal konulu izlediğiniz bir program var mı?	Üye Olmayanlar	Üyeler	İşletmeler Ortalaması
1.Evet Var	63.89	75.00	69.44
2. Hayır yok	36.11	25.00	30.55

İşletme gruplarına göre düzenli izlenen tarımsal programların neler olduğu Çizelge 6.31'de verilmiştir. TRT tarafından yayınlanan "Bu Toprağın Sesi" ve uydu üzerinden yayın yapan "Toprak Tv "nin programları izlenen tarımsal programlarda öne çıkmıştır.

Çizelge 6.31 Düzenli izlenen tarımsal programlar (%)

Düzenli İzlenen Tarımsal Program	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Bu Toprağın Sesi	36.11	58.33	47.22
Toprak TV Programları	22.22	16.67	19.44
Yayçep	11.11	0.00	5.55
Harman Yeri	2.78	2.78	2.78
GAP TV Programları	2.78	-	1.39
Düzenli izlediği Prog.Yok	38.89	25.00	31.95

TRT tarafından Türkiye çapında yapılan başka bir araştırmada, deneklerin % 49.8'inin "Bu Toprağın Sesi" programını izlemediği, % 30.8'inin ara sıra izlediği, % 19.4'ünün sürekli izlediği tespit edilmiştir (Anonim, 2000a).

TRT tarafından yapılan başka bir çalışmada da deneklerin % 55.6 oranında "Bu Toprağın Sesi" programını izlemedikleri, % 16.9 oranında devamlı izledikleri, % 27.5 oranında ara sıra izledikleri belirlenmiştir (Anonim,2001).

6.4.5 Tarım ile ilgili takip edilen yayınlar

İşletme gruplarına göre tarım ile ilgili ta kip edilen yayınlar Çizelge 6.32'de verilmiştir. İşletmeler ortalaması incelendiğinde dergi, gazete ve broşür gibi basılı yayınların takibi oranları benzer çıktığı tespit edilmiştir.

Çizelge 6.32 Tarım ile ilgili takip edilen yayınlar (%)

Takip Edilen Yayınlar	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Dergi	16.67	19.44	18.06
Gazete	22.22	19.44	20.83
Broşür	5.56	22.22	13.89
Ceptarım	0.00	100.00	50.00
Yok	58.33	0.00	29.17

6.4.6 İşletme gruplarına göre internet kullanım durumları

İşletme gruplarına göre internet kullanım durumları Çizelge 6.33'de verilmiştir. İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olmayanların % 24.56'sının internet kullandığı, % 75.44'ünün internet kullanmadığı görülmektedir.

İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olanların % 18.46'sının internet kullandığı, % 78.49'unun internet kullanmadığı görülmektedir.

Çizelge 6.33 İşletme gruplarına göre internet kullanım durumları (%)

İnternet Kullanım Durumları	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Evet	24.56	18.46	21.51
Hayır	75.44	81.54	78.49

İşletme grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline üye olanların ihtiyaçları olan güncel bilgiyi ceptarımdan edindikleri için interneti fazla kullanmadıkları düşünülebilir. İnternet kullanıcısı olan üreticilerin ceptarım modelini tercih etmemeleri, tarımsal bilgiye internet üzerinden ulaştıkları şeklinde açıklanabilir.

6.5 İncelenen İşletmelerin Ceptarım Modeline Bakışı

6.5.1 Ceptarıma üye olmayanların Ceptarım modelinden haberdar olma durumu

İşletme gruplarından üye olmayanların Ceptarım Modelinden haberdar olma durumları Çizelge 6.34'de verilmiştir. İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olmayanların % 12.22'sinin duyduğu fakat üye olmadığı, % 87.78'inin Ceptarım Modelini duymadığı görülmektedir. Ceptarım modelinin tanıtım çalışmalarının istenilen düzeyde olmadığı tespit edilmiştir.

Çizelge 6.34 İşletme gruplarından üye olmayanların Ceptarım modelinden haberdar olma durumu (%)

Üye Olmayanların Ceptarım Modelinden Haberdar Olma Durumu	Üye Olmayanlar
Evet duydum fakat üye değilim	12.22
Hayır duymadım	87.78

6.5.2 İşletme gruplarına göre Ceptarım modelini öğrenme kaynağı

İşletme gruplarına göre Ceptarım Modelini öğrenme kaynakları Çizelge 6.35'de verilmiştir. Ceptarım Modeline üye olmayanlar grubunda bulunan işletmelerin %12.22' si Ceptarım Modelini bilmektedir. Oransal olarak ceptarımı nereden öğrendikleri Çizelge 6.35'de verilmiştir.

Çizelge 6.35 İşletme gruplarına göre Ceptarım modelini öğrenme kaynağı (%)

Ceptarım Modelini Öğrenme Kaynağı	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Arkadaşımdan	3.05	5.56	4.30
İnternetten	3.05	5.56	4.30
Zirai İlaç Bayilerinden	-	-	-
Tarım Fuarında	3.05	27.77	15.41
Bağlı bulunduğum çiftçi örgütünden	1.52	52.78	27.15
Diğer (TARGEL Personeli)	2.78	8.33	5.55

İşletme grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline üye olan işletmelerde Ceptarım modelini ilk kez öğrenme kaynağı olarak bağlı oldukları çifti örgütünü göstermeleri Ceptarım modelinin geliştirilmesi açısından önem arz etmektedir. Modelin çiftçiler tarafından benimsenmesi ve aktif olarak kullanılabilmesi amacıyla çiftçi örgütlerin bilgilendirilmesi gerektiği tespit edilmiştir.

6.5.3 Ceptarım modeline üye olan işletme grubunda gelen kısa mesajlardan faydalanma durumu

Ceptarım modelinden gelen kısa mesajların desteklemeler, teknik bilgi, teknik bilginin uygulama zamanı, toplantı ve organizasyon haberleri, mevzuat gibi temel konulara ayrılarak üyelerin mesajlardan en çok hangi konuları öğrendikleri araştırılmıştır

Araştırmanın bu safhasında İşletme gruplarından üye olanlar grubunun Ceptarım Modelinden gelen kısa mesajlardan faydalanma durumu incelenmiş ve cep telefonlarına gelen kısa mesajlardan ne kadar faydalandıkları sorulmuştur. Kısa mesajlar üyelere ulaştığı anda zaten o konu hakkında bilgi sahibi olan üyelere bilgiyi tekrar etmekten daha fazla katkısı olmayacaktır. İşletme gruplarından üye olanlar grubunun Ceptarım Modelinden gelen kısa mesajlardan faydalanma durumu Çizelge 6.36'da verilmiştir.

Çizelge 6.36 İşletme Gruplarından üye olanlar grubunun Ceptarım modelinden gelen kısa mesajlardan faydalanma durumu (%)

Kısa Mesajlardan Faydalanma Durumu	Üye Olanlar
Yeni çıkan tarımsal desteklemeler	97.22
Teknik bilgi	52.78
Teknik bilginin uygulama zamanı	83.33
Toplantı ve organizasyon haberleri	94.44
Tarım ile ilgili mevzuat	22.22
Diğer	8.33

İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olanların kendilerine ulaşan kısa mesajlardan faydalanma durumları şu oranlarda ortaya çıkmıştır. % 97.22'si yeni çıkan desteklemelerden, % 52.78'i teknik bilgiden, % 83.33'ü teknik bilginin uygulama zamanından, % 94.44'ü toplantı ve organizasyon haberlerinden, % 22.22'si tarım ile ilgili mevzuattan ve % 8.33'ü diğer konulardan ilk defa Ceptarım sayesinde haberdar olup faydalandıklarını belirtmişlerdir.

Gönderilen kısa mesajlardan haber değeri içeren yeni çıkan desteklemeler ile

toplantı ve organizasyon haberleri üyelere sırasıyla % 97.22 ve % 94.44 oranında fayda sağlamıştır. Haber değeri taşımasına rağmen tarım ile ilgili mevzuat başlığı ise kanun ve yönetmelik haberlerini içerdiği için düşük kalmıştır.

6.5.4 İşletme gruplarına göre Ceptarım modeline bilgi edinmek amacıyla kısa mesaj gönderme istekliliği

İşletme gruplarına göre Ceptarım Modeline bilgi edinmek amacıyla kısa mesaj gönderme istekliliği durumu Çizelge 6.37'da incelenmiştir. İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olanların % 91.67'ünün kısa istekli olduğu, % 8.33'ünün istekli olmadığı görülmektedir. Kısa mesaj ile soru sormak istemeyen Ceptarım üyeleri için sesli mesaj teknolojisinin kullanılması düşünülmelidir.

Çizelge 6.37 İşletme gruplarına göre Ceptarım modeline bilgi edinmek amacıyla kısa mesaj gönderme istekliliği (%)

Kısa Mesaj Gönderme İstekliliği	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Evet	58.33	91.67	75.00
Hayır	13.89	8.33	11.11
Fikri Yok	27.78	0.00	13.89

6.5.5 İşletme gruplarına göre Ceptarım modelinin kısa mesaj sorularının cevaplanma yöntemi istekliliği

İşletme gruplarına göre Ceptarım Modeli kapsamında gönderilen kısa mesaj sorularını cevaplama yöntemi istekliliği durumu Çizelge 6.38'de verilmiştir. İşletme yöneticilerinin kısa mesaj sorularının cevaplandırılması için birden fazla yöntemi istedikleri tespit edilmiştir. İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye

olmayanların % 30.56'sı kısa mesaj, % 22.22'si hem kısa mesajla hem elektronik posta, % 19.44'ü telefon yoluyla sorularına cevap verilmesini istedikleri tespit edilmiştir.

İncelenen işletme gruplarından Ceptarım Modeline üye olanların % 58.33'ü kısa mesaj, % 30.56'sı hem kısa mesajla hem elektronik posta, % 11.11'i telefon, % 8.33'ü işletme ziyareti (bedeli ödenmek şartıyla) yoluyla sorularına cevap verilmesi istedikleri tespit edilmiştir.

İşletme grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline üye olan işletmelerde % 8.33 oranında Ceptarım uzmanlarına bedeli karşılığı işletme ziyareti yaptırma istekleri olduğu tespit edilmiştir.

Çizelge 6.38 İşletme gruplarına göre Ceptarım modelinin kısa mesaj sorularını cevaplama yöntemi istekliliği (%)

Kısa Mesaj Sorularını Cevaplama Yöntemi İstekliliği	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Kısa mesaj	30.56	58.33	44.44
Hem kısa mesajla hem elektronik posta	22.22	30.56	26.39
Telefon	19.44	11.11	15.28
İşletme ziyareti (bedeli ödenmek şartıyla)	-	8.33	4.17
Soru Sormak istemeyen	44.44	8.33	26.39

6.5.6 İşletme gruplarına göre, tarımsal girdileri Ceptarım modeli ile sipariş verme istekliliği

İşletme gruplarına göre tarımsal girdileri Ceptarım Modeli ile sipariş etme isteğine bakış durumu Çizelge 6.39'da verilmiştir. İşletme grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline üye olan işletmelerde girdi temin etmek gibi bir konuda mobil teknolojiyi kullanma isteğinin % 69.44 oranında çıkması gelecekte ceptarım modeli ile pazarlama faaliyetlerinde bulunma açısından ümit vericidir.

Çizelge 6.39 İşletme gruplarına göre, tarımsal girdileri Ceptarım modeli ile sipariş verme isteğine bakış (%)

Ceptarım Modeli İle Sipariş Verme İsteğine Bakış	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Evet	27.78	69.44	48.61
Hayır	72.22	30.56	51.39

6.5 7 İşletme gruplarına göre Ceptarım modeli ile pazarlama yapma istekliği

İşletme gruplarına göre Ceptarım Modeli ile pazarlama yapma isteğine bakış durumu Çizelge 6.40'da verilmiştir

İşletme grupları ortalamasına bakıldığında Ceptarım Modeli ile üretmiş oldukları ürünleri pazarlama isteğine olumlu bakanların oranı % 66.67 dir. Üye olanlarda bu oranın % 91.67 'ye çıktığı tespit edilmiştir.

Çizelge 6.40 İşletme gruplarına göre Ceptarım modeli ile pazarlama yapma istekliği (%)

Ceptarım Modeli İle Pazarlama Yapma İstekliliği	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Evet	41.67	91.67	66.67
Hayır	58.33	8.34	33.33

6.5.8 İşletme gruplarına göre Ceptarım modelinden gelecek reklam mesajlarına bakış

İşletme gruplarına göre Ceptarım Modelinden gelecek reklam mesajlarına bakış durumu Çizelge 6.41'de verilmiştir. İşletme grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline üye olan işletmelerde reklam mesajlarına olumlu bakmayanların oranı % 13.89 çıkmıştır. İşletmeler ortalamasında ise bu oran % 34.72 dir. Bu durum üyelik kaydı yapılırken reklam mesajları gelmesini isteyenler ve istemeyenler şeklinde ayrım yapılarak çözülebilir.

Çizelge 6.41 İşletme gruplarına göre ceptarım modelinden gelecek reklam mesajlarına bakış (%)

Gelecek Reklam Mesajlarına Bakış	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Reklam amaçlı mesaj gelmesinden rahatsız olmayanlar	13.89	75.00	44.44
Reklam mesajı gelmesini istemeyenler	55.56	13.89	34.72
Fark etmez	30.56	11.11	20.83

6.5.9 İşletme gruplarına göre Ceptarım modeline ücretli üyelik istekliliği

İşletme gruplarına göre Ceptarım Modeline ücretli üyelik istekliliği durumu Çizelge 6.42'de verilmiştir. İşletme grupları karşılaştırıldığında Ceptarım Modeline ücretli üyelik istekliliği üye olanlar grubunda % 83.33 ile yüksek çıkmıştır. Üye olup cep telefonlarına mesaj gelen işletme sahipleri gelecekte de üyeliklerini devam ettirmek istemelerine rağmen üye olmayan işletme sahipleri % 80.56 oranında üyelik için ücret ödemek istememektedirler.

Çizelge 6.42 İşletme gruplarına göre ceptarım modeline ücretli üyelik isteği (%)

Ücretli üyelik istekliliği	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Evet	19.44	83.33	51.39
Hayır	80.56	16.67	48.61

6.5.10 İşletme gruplarına göre Ceptarım modelinden beklentiler

İşletme gruplarına göre Ceptarım Modelinden beklentilerin durumu Çizelge 6.43'de incelenmiştir. İncelenen işletme gruplarından ortalamasına bakıldığında % 22.22'si tarımsal bilgi, % 12.50'si pazarlama, % 5.56'sı destekleme bilgisi, % 6.94'ü mevzuat, % 2.78'i ücretsiz üyelik, % 5.56'sı hayvancılık ağırlıklı teknik bilgi, almak istediklerini belirttikleri tespit edilmiştir.

Çizelge 6.43 İşletme gruplarına göre ceptarım modelinden beklentiler (%)

Ceptarım Modelinden Beklentiler	Üye Olmayanlar	Üye Olanlar	İşletmeler Ortalaması
Tarımsal Bilgi	19.44	25.00	22.22
Pazarlama	5.56	19.44	12.50
Destekleme Bilgisi	2.78	8.33	5.56
Mevzuat	-	13.89	6.94
Ücretsiz Üyelik	-	5.56	2.78
Hayvancılık Ağırlıklı Teknik Bilgi	-	11.11	5.56
Daha Çok Mesaj	-	8.33	4.16
Beklentisi Yok	72.22	8.33	40.28

6.6 Ceptarım Modeline Üye Olmayı Etkileyen Faktörler

Ceptarım üyeliğine etkileyen faktörlerin analizi için lojistik regresyon analizi yapılmıştır. Lojistik regresyonda bağımlı değişken olarak Ceptarıma üyelik dikkate alınmış, cep tarıma üye olanlara 1 ve olmayanlara 0 değeri verilmiştir. Ceptarımı üye olmayı etkileyen faktörler olarak modele alınan bağımsız değişkenler ise aşağıdaki gibidir.

1	Toplam isletme arazisi genişliği (da)
2	İşletmenin sahip olduğu toplam parsel sayısı (Adet)
3	İşletmelerin yıllık gayrisafi üretim değeri (TL)
4	İşletmelerin işgücü varlığı (EİB)
5	İşletme yöneticisinin yaşı (yıl)
6	İşletme yöneticisinin eğitim durumu (yıl)
7	İşletmelerin sahip olduğu alet-makine sermayesi (TL)
8	İşletmelerin sahip olduğu hayvan sermayesi (TL)
9	İşletmeleri sahip olduğu büyükbaş hayvan varlığı (BBHB)
10	İşletmeleri sahip olduğu küçükbaş hayvan varlığı (BBHB)
11	İşletmeleri sahip olduğu toplam hayvan varlığı (BBHB)
12	İşletmelerin yabancı sermaye kullanımı (TL)
13	İşletme yöneticilerinin teknoloji kullanım durumu (1/0)
14	İşletme yöneticilerinin şehre gitme sıklığı (adet)
15	İşletme yöneticilerinin üretici ve yetiştirici birliklerine üyelikleri (1/0)
16	İşletmelerin ana tarımsal faaliyet konusu (1: hayvansal üretim / 0: bitkisel üretim)
17	İşletmelerin geçici erkek işçi çalıştırma durumu (1/0)
18	İşletmelerin geçici kadın işçi çalıştırma durumu (1/0)
19	İşletmelerin daimi işçi çalıştırma durumu (1/0)

Bu değişkenler kullanılarak tahmin edilen lojistik regresyon modeli anlamlı sonuçlar vermemiştir. Bu değişkenler kullanılarak stepwise analizi yapılmak suretiyle

lojistik regresyon analizi tahmin edilmiştir. Tahmin edilen lojistik regresyon analizinde yer alan değişkenler ve katsayıları Çizelge 6.44'de verilmiştir.

Çizelge 6.44 Ceptarım üyeliğini etkileyen faktörler

Değişkenler	Katsayılar	Standart Hata	Wald İstatistiği	P Değeri	Odds oranı
Sabit Katsayı	-6.397	2.388	7.176	0.007	0.002
Toplam arazi genişliği	0.004	0.002	3.040	0.081	1.004
İşletmelerin iş gücü varlığı (EİB)	0.196	0.178	1.214	0.271	1.217
İşletme yöneticilerinin yaşı	0.053	0.030	3.158	0.076	1.054
İşletme yöneticilerinin eğitim durumu	0.309	0.147	4.423	0.035	1.363
Toplam hayvan varlığı (BBHB)	0.069	0.027	6.342	0.012	1.071
İşletme yöneticilerinin teknoloji kullanım durumu	-0.615	0.675	0.829	0.363	0.541

Çizelge 6.44'de yer alan değişkenlerin Ceptarıma üyeliği açıklama oranı (Nagelkerke R^2) % 58 olarak belirlenmiştir. Bu oran Ceptarıma üyelik üzerinde modelde yer alan değişkenlerin % 58 etkisinin olduğunu açıklamaktadır. Model bir bütün olarak %1 önem düzeyinde istatistiki olarak anlamlıdır.

6.6.1 İşletmelerin toplam arazi genişliğinin Ceptarım'a üye olmaya etkisi

Modelde yer alan değişkenlerden toplam arazi genişliğinin Ceptarıma üyelik üzerinde pozitif etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Toplam arazi genişliğinin 1 da artması Ceptarıma üye olma oranını 1.004 kat artırmaktadır. Bu değişken istatistiki olarak % 1 düzeyinde anlamlıdır.

Toplam arazi genişliği arttıkça işletmelerin ihtiyaç duydukları tohum, gübre, zirai ilaç vb. tarımsal girdilerde artmaktadır. İhtiyaç duyulan girdi miktarında artış oldukça buna bağlı olarak bu girdinin nereden, nasıl, en ekonomik ne şekilde temin edileceği

önem kazanmaktadır. Kullanılan girdilerin miktarının artması hatalı kullanımı halinde ortaya çıkacak olan zararı da artıracaktır. İşletmelerin toplam arazi genişliği arttıkça tarımsal üretim safhasında kullanılan girdilerin uygulama zamanı önem kazanmaktadır. Zamanında uygulaması yapılmayan bir girdi kullanımının parasal kayıptan öte hedeflenen amaca ulaşamama gibi sonuçlar doğurması muhtemeldir.

İşletmelerin arazi miktarı ne kadar artarsa Tarım Bakanlığının uygulamakta olduğu desteklemelerden faydalanma düzeyi de artmaktadır. Tarım Bakanlığı tarafından 2008 yılında verilen desteklemelerden alan üzerinden hesaplanarak ödenenleri şunlardır:

Mazot- Gübre Desteği; Hububatta dekara 6.75 TL

Sertifikalı Tohum Desteği; Buğdaya da dekara 4.5 TL

Yem Bitkileri Desteklemeleri; Yonca dekara 103.50 TL, tek yıllık yem bitkileri 27 TL/da, Silajlık mısır 40.50 TL/da

Toprak Tahlili Desteği; Dekara 2.25 TL

Organik Tarım Desteği; Dekara 16 TL

İyi Tarım Uygulamaları Desteği; Dekara 16 TL

Kaynak: www.tugem.gov.tr./15.05.2009

İşletmelerin arazi miktarlarının artması işletmenin sevk ve idaresini zorlaştırmaktadır. Tarımsal konularda yaşanan gelişmelerin bilinmesi oluşan yeni şartlara göre pozisyon alınması gerekir. Devamlı değişen piyasa şartlarının takip edilmesi fırsatların kaçırılmaması gittikçe artan destekleme kalemlerinin ve hibe projelerinin izlenmesi gerekmektedir. İşletme büyüklükleri arttıkça piyasa ile ilgili konulara olan ilginin artacağı açıktır.

6.6.2 İşletmelerin işgücü varlığının Ceptarım'a üye olmaya etkisi

İşletmelerin toplam işgücü varlığının yüksek olması işletmelerin iş yükünün yüksekliğini göstermektedir. İşgücü maliyetlerinin yüksekliği düşünüldüğü zaman yabancı işgücü çalıştırmak zorunda kalan işletmelerin işgücü gerektiren faaliyetlerinin

de diğer işletmelerden daha fazla olması beklenir. İş gücü varlığı toplam işletme arazisi ile ilişkilidir. İşletmelerin arazi genişliği arttıkça iş gücü ihtiyacı da artmaktadır. İşletme faaliyet alanlarının çeşitliliği de işgücü miktarını arttıracaktır. Çeşitli tarımsal konularda faaliyet gösteren işletmelerin tarımsal bilgiyi daha yakından takip etmesi gerekir. Tarımsal bilgiyi daha yakından takip etme ihtiyacı da Ceptarıma üye olma ihtimalini arttırmaktadır.

İşletmelerin sahip oldukları işgücü varlığının da Ceptarıma üyelik üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Başka bir ifade ile işgücü varlığı yüksek olan işletmeler daha kolay Ceptarıma üye olabilmektedirler. İşgücü varlığının 1EİB artması Ceptarıma üye olma ihtimalini 1.217 kat daha artırmaktadır.

6.6.3 İşletme yöneticilerinin yaşının Ceptarım'a üye olmaya etkisi

İşletme yöneticilerinin yaşı Ceptarıma üyeliği etkilemektedir. Elde edilen sonuca göre yaşlı yöneticiler Ceptarıma daha kolay üye olabilmektedir. Üye olmayanlara göre üye olan işletmelerin yöneticilerinin daha yaşlı olması bilgiye daha zor ulaşmaları ile açıklanabilir. Yaşlı yöneticilerin bilgiye ulaşmakta zorlanmaları onların cep telefonlarına kadar gelen bilgiye ilgi göstermelerine sebep olmaktadır. Bilginin ellerinin altında olması onları hiçbir çaba harcamadan bilgi edinmesini sağlamaktadır.

6.6.4 İşletme yöneticilerinin eğitim durumlarının Ceptarım'a üye olmaya etkisi

İşletme yöneticilerini eğitim durumları Ceptarımı olumlu yönde etkilemektedir. İşletme yöneticilerinin eğitimli olması cep tarıma üye olma ihtimalini 1.363 kat artırmaktadır. Eğitim her alanda olduğu gibi tarımsal üretimde de rasyonel üretimin temelini oluşturmaktadır. İşletme yöneticilerinin eğitim seviyesinin artması tarımsal bilginin değerini arttırmaktadır. Yeni teknolojilerin, yeni desteklemelerin ve kredi imkanlarının kullanılabilmesi eğitim seviyesi ile doğrudan ilişkilidir.

Tarımsal yenilikler; tarımsal üretim sürecinde kullanılan yeni veya geliştirilmiş girdiler ya da yöntemlerdir. Yayımda çalışılan yeniliklerin çoğu teknolojik fikirlerdir. Yenilicilik bir bireyin, içinde bulunduğu toplumun diğer bireylerine göre, yeni bir fikri daha erken benimseme derecesidir (Anonim, 2003). Ceptarım Modeli tarımsal yayımda bir yeniliktir. Yeniliklerin benimsenmesi ile ilgili olarak benimseme gruplarından yeniliği ilk benimseyenler grubu "Yenilikçiler" grubudur ve bu grubun ortak özellikleri eğitim seviyelerin diğerlerinden yüksek oluşudur (Anonim, 2003).

Ankara Polatlı'da yapılan bir araştırmada deneklerin eğitim seviyesi arttıkça televizyonda yayınlanan tarım programlarından öğrendikleri konuları uygulama durumu artmaktadır (Çavdar, 2006). Eğitim seviyesinin artması bilgiye verilen değerin artmasına sebep olmakta dolayısıyla Ceptarıma üye olma ihtimalini arttırmaktadır.

6.6.5 İşletmelerin hayvan varlıklarının Ceptarım'a üye olmaya etkisi

İşletmelerin sahip oldukları hayvan varlıkları Ceptarıma üye olma ihtimalini arttırmaktadır. Hayvan varlığındaki 1 BBHB'lik artışta cep tarıma üye olma ihtimalini 1.071 kat artırmaktadır. Tarımsal faaliyetler içinde hayvancılık faaliyetlerine yer veren yetiştiriciler için bilgi çok önemlidir. Hayvancılık için kullanılan bilgi hemen etkisini gösterir ve yetiştirici buna göre davranışlarına yön verir. Hatalı ya da eksik uygulamaların telafisi olmaz. Bu sebepledir ki modern hayvancılık işletmelerinde teknik elemanlar görev yapar ya da periyodik ziyaretlerde bulunurlar. Tarım Bakanlığı tarafından verilen desteklemeler bütçesinden en büyük payı hayvancılık sektörü almaktadır. Tarım Bakanlığı tarafından 2007 yılı bütçesinden Konya çiftçilerine ödenen toplam 357.740.164 TL'nin, Doğrudan gelir desteği ve mazot gübre desteği çıktıktan sonra geriye kalan 155.147.144 TL desteklemenin, 82.895.971 TL'si hayvancılık desteklemesidir(Anonim, 2008). Bankalar tarafından verilen işletme kredilerinin büyük kısmı hayvancılık sektörüne verilir ki bu durumu takip etmek isteyen yetiştiriciler Ceptarıma yöneltmiştir. İşletme grupları karşılaştırıldığında ise Ceptarım modeline üye olanlar grubunda BBHB olarak ortalama 25.39 adet hayvan varken,

Ceptarım Modeline üye olmayanlar grubunda BBHB olarak ortalama 10.25 adet olduğu tespit edilmiştir.

6.4.6 İşletme yöneticilerinin teknoloji kullanımının Ceptarıma üye olmaya etkisi

İşletme yöneticilerinin teknoloji kullanım durumu internet kullanımına göre değerlendirilmiştir. Ceptarım Modeline üye olmayanların % 24.56'sının internet kullandığı, Ceptarım Modeline üye olanların ise % 18.46'sının internet kullandığı araştırma sonucu tespit edilmiştir. Dolayısı ile analiz sonuçlarına göre internet kullanan işletmecilerin cep tarıma üye olmadıkları anlaşılmaktadır. Teknoloji kullanımının cep tarıma olan etkisi negatif olarak belirlenmiştir. Bu durum Ceptarım ile gönderilen tarımsal bilgilerin neredeyse tamamının internetten kolaylıkla Ceptarıma ait internet sitesi dahil bir çok internet sitesinden kullanıcının ulaşabilmesi ile açıklanabilir (www.ceptarım.com).

7. SONUÇ ve ÖNERİLER

Son yıllarda teknolojinin hızla gelişmesinin bir sonucu olarak mobilite kavramı günlük yaşamımızda önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Başta cep telefonu olmak üzere dizüstü bilgisayarlar, tablet PC'ler, PDA'lar, akıllı telefonlar yaşamımızın vazgeçilmez araçlarından olmaya başlamıştır. Tabii ki bu mobilitenin içerisinde en fonksiyonel alanı büyük pay hiç kuskusuz cep telefonlarıdır. Cep telefonları yasam anlayışımızı ve pek çok alanı etkilemektedir. Kırsal yaşamın mobil iletişim ile ilişkilerinin incelendiği bu araştırmada incelenen işletmelerde Ceptarım Modeline üye olanların bulunduğu köylerin % 75'inde tarımsal kooperatif, % 55.56'sında yetiştirici birliği, % 5.56'sın da çiftçi malları koruma başkanlığı olduğu tespit edilmiştir.

İncelenen işletmelerden Ceptarım Modeline üye olanların % 38.89'u Tarım İl Müdürlüğü, % 69.44'ü İlçe Tarım Müdürlüğü, % 33.33'ü Tarım Danışmanı, % 16.67'si Tarımsal Kooperatifler, % 55.56'sı Ziraat Odası, % 44.44'ü Ziraat Bankası, % 2.78'sinin diğer kuruluşlarla irtibatta olduğu görülmüştür.

Ceptarım Modeline üye olanların % 63.89'u tarımsal destekleme ve teşviklerden yararlanmak amacıyla, % 72.22'si belge alabilmek amacıyla, % 44.44'ü kredi alabilmek amacıyla, % 55.56'sı bilgi alabilmek amacıyla, % 5.56'sının diğer amaçlarla tarımsal kuruluşlar ile irtibatta olduklarını belirtmişlerdir.

Üye olunan organizasyondan beklentiler araştırılmış ve idari düşüncelerden dolayı oluşan beklentiler toplam işletme sahiplerinin % 62.51'inde, üye olunan organizasyonun teknik düşüncelerden dolayı oluşan beklentiler ise işletme sahiplerinin % 27.78 inde oluştuğu tespit edilmiştir. Bu organizasyonlara üye olan çiftçilerin güven problemi olduğu ve beklentilere cevap verilemediği düşüncesi tespit edilmiştir.

Araştırma alanında Ceptarım Modeline üye olanların % 50'si tarımsal bilgilere geleneksel olarak ailelerinden, % 33.33'ü diğer çiftçilerden, %38.89'u teknik elemanlardan, % 50'si şehirdeki alışveriş yapılan ilaç, gübre ve tohum bayilerinden, % 13.89'u deneme yanılma yöntemine göre hareket ettikleri tespit edilmiştir.

Ceptarım Modeline üye olanların % 47.22'si kredi temini, % 72.22'si destekleme, % 41.67'si pazarlama, % 38.89'u yetiştiricilik, %55.56'sı hastalık ve zararlılar ile mücadele, % 50'si gübre ve gübreleme, % 8.33' ü çevre koruma gibi teknik konularda bilgiye ihtiyaç duymaktadırlar. Yeni tarım tekniklerini Ceptarım Modeline üye olanların % 27.78'i diğer çiftçilerden, % 55.56'sı İlçe Tarım Müdürlüğünden, % 19.44'ü serbest çalışan ziraat mühendislerinden, % 16.67'si kitap, dergi, gazete, broşürlerden, % 47.22'si internetten, % 5.56'sı üniversiteden, % 2.78'i araştırma kuruluşlarından, % 78.56'sı zirai ilaç bayilerinden öğrendikleri tespit edilmiştir.

İncelenen işletmelerden Ceptarım Modeline üye olmayanların % 12.22'sinin cep tarımı duyduğu fakat üye olmadığı, % 87.78'inin Ceptarım Modelini duymadığı anlaşılmıştır.

İncelenen işletmelerden Ceptarım Modeline üye olanlar Ceptarımı % 5.56'sı arkadaşından, % 5.56'sı internetten, % 30.56'sı tarım fuarından, % 52.78'i bağlı bulunduğu çiftçi örgütünden, % 8.33'ü diğer kaynaklardan öğrenmiştir.

İncelenen işletmelerden Ceptarım Modeline kısa mesaj ile soru sormak istekliliği % 91.67'dir. Kısa mesaj ile soru sormak istemeyen Ceptarım üyeleri için sesli mesaj teknolojisinin kullanılması önerilmelidir. Zira, Kısa mesaj şeklinde sorulan sorulara, üyelerin % 58.33'ü kısa mesaj, % 30.56'sı hem kısa mesajla hem elektronik posta, % 11.11'i telefon, % 8.33'ü işletme ziyareti (bedeli ödenmek şartıyla) yoluyla cevap verilmesini istemektedirler.

İncelenen işletmelerden Ceptarım Modeline üye olanların % 69.44'ünün tarımsal girdileri Ceptarım modeli ile sipariş etme isteğinin olduğu, % 27.78'inin tarımsal girdileri Ceptarım modeli ile sipariş etme isteğinin olmadığı, % 2.78'inin fikrinin olmadığı tespit edilmiştir.

İncelenen işletmelerden Ceptarım Modeline üye olanların % 91.67'sinin Ceptarım modeli ile pazarlama yapma istekliliği olduğu, % 5.56'sının Ceptarım modeli ile pazarlama yapma istekliliğinin olmadığı, % 2.78'inin fikrinin olmadığı tespit edilmiştir.

İncelenen işletmelerden Ceptarım Modeline üye olanların % 75'inin reklam amaçlı mesaj gelmesinden rahatsız olmayacağı, % 13.89'unun reklam amaçlı mesaj gelmesini istemediği görülmüştür.% 11.11'i ise fark etmeyeceğini belirtmiştir.

İncelenen işletmelerden Ceptarım Modeline üye olanların % 83.33'ünün Ceptarım modeline ücretli üyelikte istekli olduğu, % 8.33'ünün Ceptarım modeline ücretli üyelikte isteksiz olduğu, % 8.33'ünün ise fikrinin olmadığı tespit edilmiştir.

İncelenen işletmelerin Ceptarım Modelinden beklentileri, % 25'i tarımsal bilgi, % 19.44'ü pazarlama, % 8.33'ü destekleme bilgisi, % 13.89'u mevzuat, % 5.56'sı ücretsiz üyelik, % 11.11'i hayvancılık ağırlıklı teknik bilgi, % 8.33'ü daha çok mesaj almak istediklerini belirtmişler, % 8.33'ünün de fikrinin olmadığı tespit edilmiştir.

Toplam arazi genişliğinin Ceptarıma üyelik üzerinde pozitif etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Toplam arazi genişliğinin 1 da artması Ceptarıma üye olma oranını 1.004 kat artırmaktadır. Bu değişken istatistiki olarak % 1 düzeyinde anlamlıdır.

İşletmelerin sahip oldukları işgücü varlığının da Ceptarıma üyelik üzerinde etkili olduğu görülmüştür. Başka bir ifade ile işgücü varlığı yüksek olan işletmeler daha kolay Ceptarıma üye olabilmektedirler. İşgücü varlığının 1EİB artması Ceptarıma üye olma ihtimalini 1.217 kat daha artırmaktadır.

İşletme yöneticilerinin yaşı Ceptarıma üyeliği etkilemektedir. Elde edilen sonuca göre yaşlı yöneticiler Ceptarıma daha kolay üye olabilmektedir. Üye olmayanlara göre üye olan işletmelerin yöneticilerinin daha yaşlı olması bilgiye daha zor ulaşmaları ile açıklanabilir. Yaşlı yöneticilerin bilgiye ulaşmakta zorlanmaları onların cep telefonlarına kadar gelen bilgiye ilgi göstermelerine sebep olmaktadır. Bilginin ellerinin altında olması onları hiçbir çaba harcamadan bilgi edinmesini sağlamaktadır.

İşletme yöneticilerini eğitim durumları Ceptarıma üye olmayı olumlu yönde etkilemektedir. İşletme yöneticilerinin eğitimli olması cep tarıma üye olma ihtimalini 1.363 kat artırmaktadır.

İşletmelerin sahip oldukları hayvan varlıkları Ceptarıma üye olma ihtimalini arttırmaktadır. Hayvan varlığındaki 1 BBHB'lik artış cep tarıma üye olma ihtimalini 1.071 kat artırmaktadır.

İşletme yöneticilerinin teknoloji kullanım durumu internet kullanımına göre değerlendirilmiştir. Ceptarım Modeline üye olmayanların % 24.56'sının internet kullandığı, Ceptarım Modeline üye olanların ise % 18.46'sının internet kullandığı

araştırma sonucu tespit edilmiştir. Dolayısı ile analiz sonuçlarına göre internet kullanan işletmecilerin cep tarıma üye olmadıkları anlaşılmaktadır. Nitekim teknoloji kullanımının cep tarıma olan etkisi negatif olarak belirlenmiştir. Bu durum Ceptarım ile gönderilen tarımsal bilgilerin neredeyse tamamına internetten kolaylıkla ulaşılması ile açıklanabilir. Çiftçi kitlesinin okuma yazma alışkanlıklarının, basılı yayınların az ve çiftçilere ulaşma imkanın yetersiz oluşu göz önüne alınırsa kitle iletişim araçları arasında radyo ve televizyon öne çıkmaktadır. Radyo dinleme oranının gittikçe düştüğü ve televizyonlarında izlenme kaygıları ve buna bağlı reklam gelirleri ile tarımsal programlara yer vermemesi sebebiyle tarımsal yayımda etkinliğinin gittikçe düştüğü görülmektedir. İnternet kullanım oranlarının hızla geliştiği görülmektedir. Hızla gelişmesine rağmen internet aracılığı ile çiftçilerin tamamına ulaşılması henüz mümkün görünmemektedir. İşte tam bu safhada mobil iletişim ortaya çıkmaktadır. Bugünkü şartlarda araştırma alanında uygun bütçe ve organizasyonla tüm çiftçilere sadece kısa mesaj teknolojisi ile ulaşmak mümkündür. Araştırma sonuçları göstermiştir ki mobil iletişimde şu anda ulaşılan teknolojinin çiftçilere yönelik olarak kullanılması açısından hiçbir sorun yoktur. Yapılması gereken sadece harekete geçmektir. Eğitim, sağlık, bankacılık ve pazarlama alanında yapılmakta olan tüm mobil iletişim uygulamaları istenmesi halinde tarım sektöründe de uygulanabilir. Çiftçiler gerek sahip oldukları cep telefonları gerekse bunları kullanmaktaki becerileri ile buna hazırdırlar. Tarımsal yayımda mobil iletişim kullanılarak sesli ve görüntülü mesaj gönderilmeli, ses ve görüntü içeren dosyalar ile sorular ve görüşler alınmalıdır.

Bu gün birçok İl tarım müdürlükleri hastalık ve zararlıların erken uyarı duyurularını yapmak için kısa mesaj yolunu kullanmaktadır. Bütçe ve kaynak sıkıntıları ile yürütülen bu çalışmalar bütçe ayrılarak tarımsal yayımın tüm alanlarına yayılmalıdır.

Tohum, zirai ilaç ve gübre bayilerinin kaynakları ölçüsünde kullandıkları kısa mesaj teknolojisi kontrol altına alınmalı reklam amaçlı yanlış ve hatalı tavsiyeler engellenmelidir.

Mobil iletişim ile tarımsal yayım hizmetlerinin etkili bir şekilde sürdürülmesi kamu ve özel kuruluşların birlikte gösterecekleri girişimlere bağlıdır. Bunun nedeni çiftçilerin mobil iletişim ile öğrenmek istedikleri konuların başında haber değeri taşıyan

destekleme ve pazarlama başlıkları gelmesidir. Tarımsal desteklemelerin kamu kaynaklı olduğu düşünüldüğünde kamunun bu konuya vereceği destek önemlidir. Bilgi akışının devamlı ve güvenilir olması kamunun katılımını zorunlu hale getirmektedir.

Tarım Bakanlığının 2000 yılından itibaren yürütmekte olduğu çiftçi kayıt sisteminde sağlıklı verilerin elde edilmesi ve aksaklıkların önüne geçilmesi amacıyla çiftçiler ile sık sık irtibata geçilmekte gerek hatalı başvuruların ayıklanması gerekse desteklemelere ait hak ediş icmallerinin köylerde ilan edilmesi amacıyla büyük bir gayret sarf edilmektedir. Bunun ekonomik ve hızlı çözümünü mobil iletişim sunmaktadır. Çiftçiler ile en fazla irtibatı olan Tarım Bakanlığı tarafından mobil iletişim mutlaka kullanılmalı idari ilişkiler bu şekilde sağlanmalı masraf ve zaman alan yazışma yolu terk edilmelidir. Buna bağlı olarak gerekli yasal alt yapı tarımsal mevzuata ilave edilmelidir. Bu sayede taşrada çalışan yayım elamanlarının evrak yükü azaltılmış olacaktır.

Çiftçiler ile temas halinde olan sivil toplum kuruluşları ve çiftçi organizasyonları mobil iletişimi sadece önemli gün ve olayların kutlanması amacıyla kullanmamalı bununla birlikte teknik bilgi ve haberlere dayalı veri akışı sağlamalı üyelerine gösterdikleri ilgiyi ortaya çıkaracak çalışmalar yapmalıdırlar.

Mobil iletişimde tarımsal yayım hizmetlerinin yürütülmesinde Tarım ve Köyişleri Bakanlığı ve diğer kuruluşlar ile üniversiteler arasında işbirliği yapılması gerekmektedir. Mobil iletişimde konu başlıkları çeşitlendirilmeli ve mobil iletişime uygun ses, görüntü ve elektronik kitapların hazırlanması amacıyla yeterli mali kaynak ve destek sağlanmalıdır.

Mobil iletişimin şu anda çeşitli tarım kuruluşları tarafından kısa mesajla cep telefonlarına ulaşmak şeklinde uygulamalarına sıkça rastlanmaktadır. Bu çalışmalar genellikle yerel şartlar ile sınırlı kalmaktadır. Bu çalışmaların genele yayılması için ulusal bir çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu ulusal çalışmanın temel verilerini yine yereldeki kaynaklar sağlayacaktır bu kaynaklar için Tarım Bakanlığı Targel sözleşmeli personeli önerilmektedir. Targel personelinin vereceği tarımsal haberler ve duyurular ile birlikte genel merkezden gelen teknik bilgi, haber ve duyurular birleşerek talep edilen

konulara cevap verilebilir. Mobil iletişim kullanılarak gönderilecek bilgi ve haberler açık ve anlaşılır olmalı, tarım kesiminin gündemine ait konular daha fazla işlenmelidir.

Ceptarım Modeli ve çiftçiler arasında iki yönlü bilgi alışverişinin teknik alt yapısı hazırlanmalı, bu alt yapı kısa mesaj, görüntü ve ses dosyalarının iki yönlü trafiğine imkan vermeli, otomatik cevap vermeyi de kapsamalıdır.

Ceptarım modelinde araştırma sonuçlarına göre üyelerin soru sormalarına imkan tanıyacak alt yapı oluşturulmalıdır. Soruların ileri tarihlerde sadece kısa mesajla olmayacağı, ekinde bir resim ya da görüntü olabileceği düşünülerek alt yapı buna uygun hazırlanmalıdır.

Ceptarım Modelinde üyelerin kendi ürünlerini diğer üyelere pazarlama imkanı verecek alt yapı oluşturulmalıdır. Pazarlama şartlarının neler olacağı ve nasıl yürütüleceği konusunda veri toplamak amacıyla bir araştırma yapılmalıdır.

Ceptarım Modelinde üyelerin girdi temin edebilecekleri alt yapı oluşturulmalı, en çok istek alacak girdinin mobil pazarlanması amacıyla yasal düzenleme yapılmalı gerekli izinler alınmalıdır.

Ceptarım Modeli kullanılarak reklam mesajı gönderilebilmesi amacıyla alt yapı hazırlanmalı tarıma girdi sağlayan firmalar, finans kuruluşları ve Tarım Bakanlığı ile gerekli girişimler başlatılmalıdır. Ayrıca modelin çiftçiler tarafından benimsenmesi ve aktif olarak kullanılabilmesi amacıyla çiftçi örgütlerinin de bu konularda bilgilendirilmesi gerekmektedir.

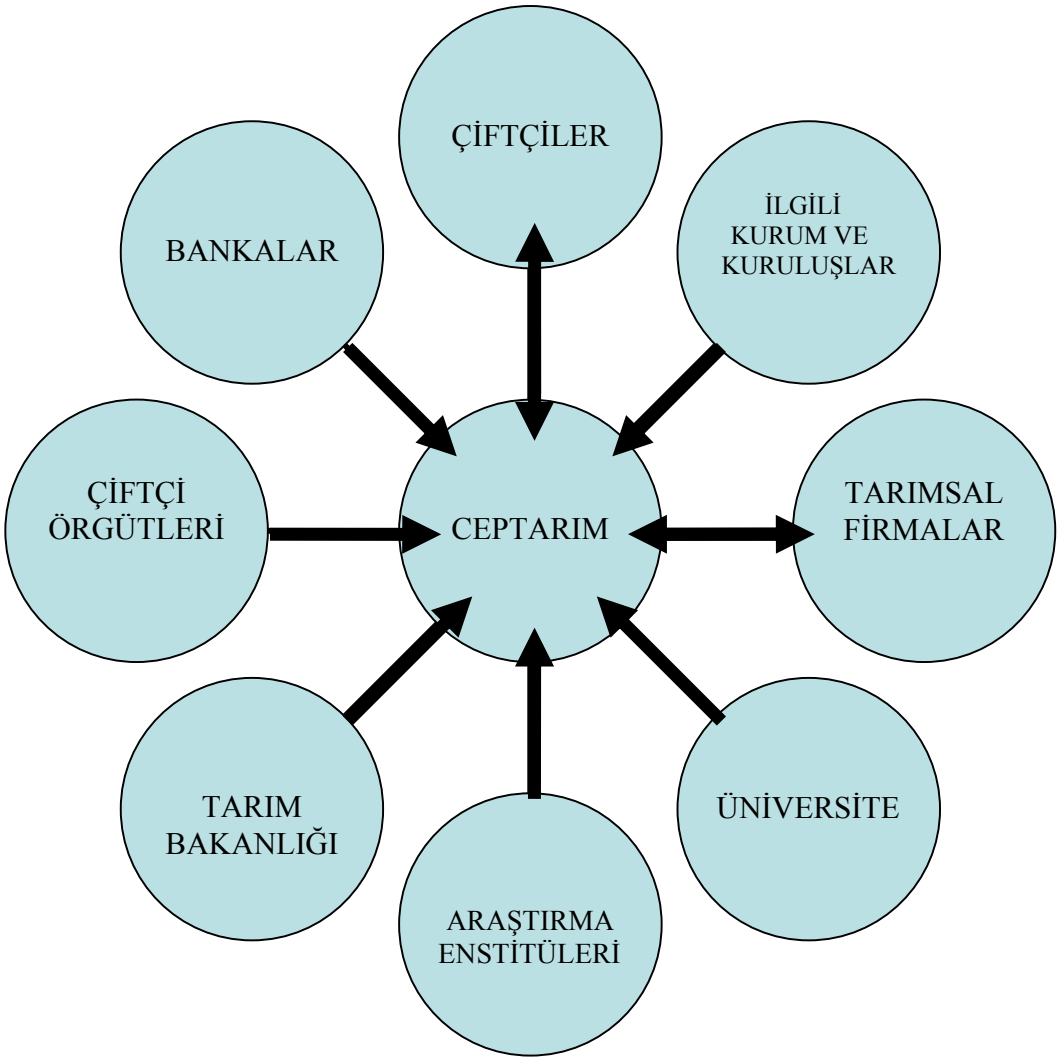
Ceptarım Modeline üye sayısını arttırmak amacıyla sivil toplum kuruluşları ve çiftçi organizasyonları ile görüşülmeli toplu sözleşme imkanları aranmalıdır. Çiftçi organizasyonlarının destekleyiciliğinde ücretsiz üyelikler arttırılmalıdır.

Ceptarım Modeline Üye olma kolaylaştırılmalı, bayilik ağı oluşturulmalı, üye olma ulaşılabilir hale getirilmeli, ürün desenlerine, yetiştirilen hayvan cinsine, telep edilen mevzuat bilgilerine göre paket üyelikler oluşturulmalıdır.

Mobil iletişim ile ilgili diğer sektörlerdeki gelişmeler yakından takip edilmeli ortaya çıkan uygulamalar vakit kaybedilmeden tarım sektörüne adapte edilerek Ceptarım Modelinde kullanılmalıdır.

Tarımsal üretimle ilgili konularda yapılan yayım çalışmalarında, çiftçilerin

güncel bilgilerden yeterince haberdar olmadıkları belirlenmiştir. Bu kapsamda üreticilerin bilgi gereksinimlerini hızlı ve güvenilir bir şekilde karşılamak için mobil iletişim vasıtalarından cep telefonu kullanan çiftçilere hızlı, güvenilir, yazılı, sesli ve görüntülü bilgi transferi yapabilmenin yolu olarak Ceptarım modeli geliştirilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler ışığında uygulanması önerilen Ceptarım modeli aşağıda şematik olarak verilmiştir.



Şekil 1. Ceptarım Uygulama Model Önerisi

Ceptarım Modelinde, Tarım Bakanlığın'dan, araştırma enstitülerinden, üniversitelerden,

bankalardan, çiftçi örgütlerinden ve diğer ilgili kurum ve kuruluşlardan alınacak bilgi, haber ve duyurular çiftçilere ulaştırılacaktır. Ayrıca tarımsal firmaların her türlü duyuru, reklam, pazarlama gibi çiftçilere ulaştırmak istedikleri bilgiler ve çiftçilerin ürünlerini pazarlama talepleri Ceptarıma üye olan tüm çiftçilere kısa mesaj, sesli mesaj, görüntülü mesaj, otomatik arama, otomatik cevaplama, görüntülü konuşma, elektronik kitap vb. şeklinde iletilmesi önerilmektedir.

EKLER

EK-A Konya İl Müdürlüğü Teşkilat Şeması

EK- B Konya İlinde 2009 Yılında Kitle Yayım Vasıtaları Üretiminin Programı

EK- C Ceptarım Marka Tescil Belgesi

EK-D Ceptarım Uygulaması Kısa Mesaj Örnekleri

EK-E Üyelik Formu

EK-F Üyelik Kimliği

EK-G Cep Kitap Tanıtım Broşürü

EK-H Ceptarım İnternet Sitesi

EK-I Anket Formu

7.KAYNAKLAR

Aktaş, Y. 2001. Tarımsal Yayım Sürecinde Tarım İlaç Satıcılarının Yeri ve Önemi. GAP II.Tarım Kongresi, 24-26 Ekim , Şanlıurfa. s 581-592.

Alagöz, E. 2005."Aşağı Seyhan Ovası'na, Adana Tarım İl Müdürlüğü Yayım Elemanlarınca Götürülen Yayım Hizmetlerinin Analizi" Yüksek Lisans Tezi, (basılmamış). Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Adana, 2005 S.145

Altınkol ,T. 2006 Avrupa Birliği Ortak Tarım Politikasına Yönelik Tarımsal Muhasebe Veri Ağı (FADN) incelemesi Yüksek Lisans Tezi(basılmamış)., Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı , Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, S.5

Amemiya,T.,1983. Advanced Econometrics. Harvard University Press, 352 P.

Anonim. 2000a. TRT Bu Toprağın Sesi programının izlenme durumu ile ilgili araştırma. Ankara.

Anonim. 2001a. Tarım İstatistikleri, www.tuik.gov.tr

Anonim. 2001b. Konya Tarım İl Müdürlüğü Brifing Raporu T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Konya İl Müdürlüğü, Konya.

Anonim, 2003. Tarımsal Yayım El Kitabı. Konya Tarım İl Müdürlüğü Yayınları, Konya.

Anonim. 2008. Konya Tarım İl Müdürlüğü Brifing Raporu T.C. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Konya İl Müdürlüğü, Konya.

Anonim. 2009. www.tuik.gov.tr

Baykal, N.A. 2004, Kırsal Kalkınmada Tarımsal Bilgi Sistemleri. Doktora Semineri (yayınlanmamış). Ankara Üniversitesi, 62 s., Ankara.

Boyacı,M. 1993, " Gediz ve Nif Çayı Havzalarında Bağcılık İşletmelerinin Tarımsal Bilgi Yönündeki Gereksinimleri ve Karşılanması Üzerine Bir Araştırma" Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Bornova,İzmir

Boyacı,M. 1998, " Manisa İlinde Tarımsal Bilgi ve Teknoloji Akış (Enformasyon) Sisteminin Yapısal Özellikleri, Sorunları ve Çözüm Önerileri Üzerine Bir Araştırma: Manisa İli Örneği" Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı ,İzmir

Boyacı, M. 1999. Tarımda Teknoloji Transferi ve Araştırma-Yayım-Üretici İlişkileri. TUAM Yayın no:4. İzmir.

Boyacı, M. 2001. İsrail Tarımı ve Tarımsal Bilgi Sistemi. TZOB Yayınları: 223, Ankara.

Boz. İ., Akbay, C., Orhan, E. ve Candemir, S. 2004. Çiftçilerin Tarımsal Faaliyetlerde Kullandıkları Bilgi Kaynaklarının Belirlenmesi ve Tarımsal Yayım Açısından Değerlendirilmesi. VI. Tarım Ekonomisi Kongresi, Tokat. S. 596-603.

Bulut, C.S. 2006 "Antalya İli Kumluca İlçesinde Örtüaltı Alanlarda Üretimde Bulunan Üreticilere Girdi Sağlayan Firmaların Tarımsal Bilgi Sistemindeki Yeri Ve Rolü" Yüksek Lisans Tezi (basılmamış). Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım ekonomisi Anabilimdalı, Ankara Üniversitesi 2006 S.25

Cinemre,H.A.,Ceyhan.V.,Kılıç,O. 1995 Çarşamba Ovası Tarım İşletmelerinin Ekonomik Anlizi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Araştırma Seri No 2 Samsun .

Çavdar,G. 2006, Radyo ve Televizyonda Yayınlanan Tarım Programlarının Kırsal Alanda İzlenmesi Ve Etkileri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma Doktora tezi (basılmamış). A. Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, S.61 Ankara.

Çiçek A.ve Erkan O. 1996. Tarım Ekonomisinde Araştırma ve Örnekleme Yöntemleri, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Ders notları serisi no:6 S.58 Tokat

Çelik, H.2000. Nevşehir-Niğde Bölgesinde Patates Tarımında Azotlu Gübrelemeye İlişkin Tarımsal Bilgi Akış Sistemi Üzerine Bir Araştırma. Doktora Tezi (basılmamış). Ankara Üniversitesi, 385 s., Ankara.

Deliktaş, M. 2003 Kumluca İlçesinde Seralarda Üreticilerin Kullandıkları Bilgi Kaynakları. Yüksek Lisans Tezi (basılmamış). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi. 37 s., Kahramanmaraş.

Demiryürek, K. 2000. The Analysis of Information Systems for Organic and Conventional Hazelnut Producers in Three Villages of The Black Sea, Region, Turkey. The University of Reading, London.

Demiryürek, K. 2001. Tarımsal Enformasyon ve Bilgi Sistemleri Üzerine Bir Araştırma Kavram, Teori ve Metot Rehberi. TZOB Yayınları: 218, Ankara.

Erel, G., 1999. Türkiye Kırsal Nüfusunun Kalkındırılmasında Kırsal Sanayinin Yeri ve İşlevi (Huğlu Örneği). Doktora Tezi. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, s.18, Ankara.

Erkuş,A.,Demirci, Bülbül,T.Kıral, F.Açıl,R.Demirci,1995 Tarım Ekonomisi. Ankara Üniversitesi,Ziraat Fakültesi,Eğitim, Araştırma ve Geliştirme Vakfı Yayınları No:5, Ankara.S.298

Greene, H. W., 2000. Econometric Analysis (4th Edition), U.S.A., 1004 P.

Gündogan, B.2007 "Mobil Sektörü 2007'den Umutlu", Milliyet Gazetesi, 4 Ocak 2007

Güven, O. G. 1994. Şanlıurfa ilinde kitle iletişim araçlarının tarımsal yayım çalışmalarına katkısı üzerine bir araştırma. Yüksek lisans tezi (basılmamış). A. Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, 124 s., Ankara.

İşyar, Y., 1999. Ekonometrik Modeller. Uludağ Üniversitesi Güçlendirme Vakfı Yayın No: 141, Bursa, 700 s.

Maddala, G., 1983. Limited Dependent and Qualitative Variables in Econometrics. Cambridge University Press, New York, 457 p.

Kara,U.K.2007 "Köy Merkezli Tarımsal Üretime Destek Projesinin Tarımsal Yayım Açısından Değerlendirilmesi,Sanlıurfa ili Örneği "Yüksek Lisans Tezi, Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Şanlıurfa, S.112

Köksal, Ö. 2004. Köy Merkezli Tarımsal Üretime Destek Projesinin Özel Tarımsal Danışmanlık Açısından İrdelenmesi. Doktora Semineri (basılmamış). Ankara Üniversitesi. 36 s., Ankara.

Oğuz,C. ve Doğançukuru,H. 2009, "To take advantage of Mass Madia Implemantation On Agricultural Farms in Konya: The Case of Altınekin District" International Symposium on Sustainable Development, Science and Technology, 09-11.06.209 Burc Universty , Sarejevo ,Bosnia and Herzigova, S. 5

Oruç, E. 2001. Tokat İlinde Bitkisel Üretimde Tarımsal Mücadele Uygulamaları ve Çiftçilerin İlaç Kullanımı Konusundaki Bilgi Düzeyleri ili Bilgi Kaynakları üzerine Bir Araştırma

Özçatalbaş, O. 1992. Aşağı Seyhan Sulama Projesi Alanındaki Mısır Üreticilerinin Bilgi Edinme Kaynakları. Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 7(2); 63-78.

Özçatalbaş, O. 2001. Tarıma Girdi Sağlayan Özel Kuruluşların Yayım Açısından Değerlendirilmesi Adana İli Örneği. Çiftçi ve Köy Dünyası Dergisi, (Sayı:201-202); 27-31, 29-31.

Özçatalbaş, O. and Ozkan, B. 2001. Agricultural Information System in Turkey. http://www.ifma.org. Erişim Tarihi:21.02.2006

Özçatalbaş, O. ve Sözer, İ. 2002. Antalya İli Elmalı ve Korkuteli İlçelerinde Tarıma Girdi Sağlayan Kuruluşların Faaliyetleri ve Yayım Açısından Değerlendirilmesi. Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 15 (2); 89-100. Antalya.

Özçatalbaş, O., Brumfield, G. R., and Ozkan, B. 2004. The Agricultural Information System for Farmers in Turkey. Information Development, 20(2); 97-104.

Özçatalbaş, O. 2005. The Level of Information and Communication Technology Using and Information Information Sources of Growers in Greenhouse Production in Antalya Province, Turkey. EFITA/WCCA Joint Congress on IT in Agriculture, 22-28 July. Portugal. S. 1422-1425.

Richardson, D. 2003 ‘ Agricultural Extension Transforming ICT ‘ Championing Universal Access Background paper for CTA’s ICT Observatory 2003 TeleCommons Development Group361 Southgate Drive Guelph, Ontario, CanadaWeb: www.telecommons.com

Rogers, E. 1983. Diffusion of innovation. 3. edition. The free pres, New York.

Sarı, A. O.2004, “Rekabet Kuralları Isıgında Erisim Arabaglantı Anlasmaları ve Sanal Mobil Ag Operatörlügü”, Rekabet Kurumu Raporu , Ankara

Swanson, E.B. and Samy, M. M. 2002. Developing on Extension Partnership among Public, Private and Non-govermental Organizations, http://www.aiaee.org. Erişim Tarihi: 17.02.2006.

Szilagyi, R and Herdon, M 2006 “Computers in Agriculture and Natural Resources, 4th World Congress Conference, Proceedings of the 24-26 July 2006 (Orlando, Florida USA) Publication Date 24 July 2006, Published by the American Society of Agricultural and Biological Engineers, St. Joseph, Michigan

Şenocak, C. 1967. Yayım ve Haberleşme, 439 s., Ankara

Taluğ,C.Özer,D.,Akın,A.,Lucius,İ 2004 “Sürdürülebilir Tarımsal Kalkınma İçin Sürdürülebilir Yayım, Türkiye VI. Tarım Ekonomisi Kongresi 16-18 Eylül 2004-Tokat” S.578

İNTERNET ADRESLERİ:

www.konyameteor.gov.tr

www.konyacevreorman.gov.tr

www.konyatarim.gov.tr

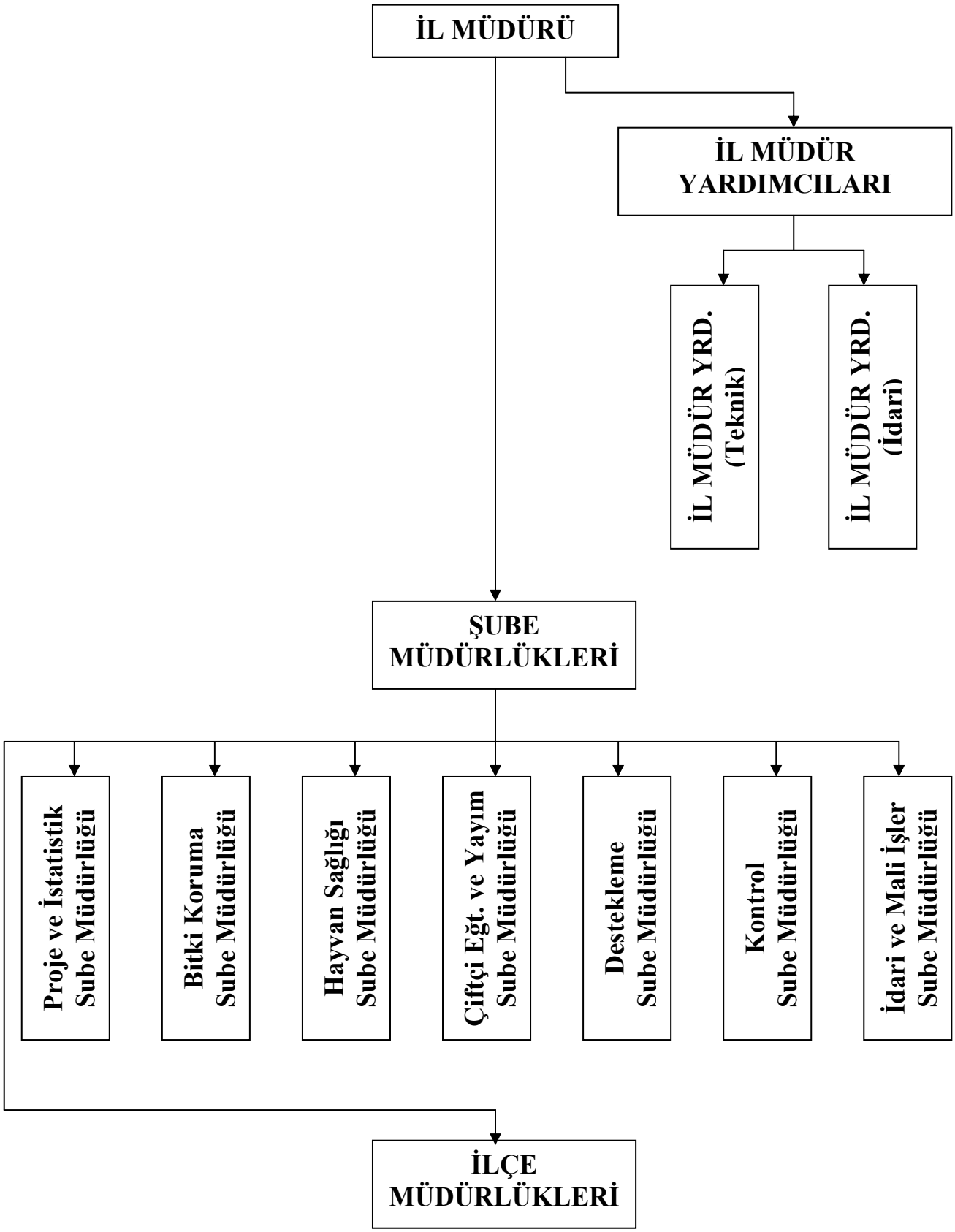
www.konya.gov.tr

www.tk.gov.tr/ (Telekominikasyon Kurumu)

www.ceptarim.com

www.tugem.gov.tr./15.05.2009

EK-A Konya İl Tarım Müdürlüğü Teşkilat Şeması



EK- B KONYA İLİNDE 2009 YILINDA KİTLE YAYIM VASITALARI ÜRETİMİNİN PROGRAMI

Sıra No	K o n u s u	İlde Üretilecek Basılı Yayınlar (Adet)							İlde Hazırlanacak veya Hazırlattırılacak Görüntülü Yayınlar (Adet)			Yerel Veya Bölgesel Olarak Yayınlanacak	
		Sirküler Mektup	Broşür	Liflet	Kitap	Dergi	Gazete	Afiş	Slayt Seti	Video Bant	CD	Radyo Programı (Adet)	TV Programı (Adet)
1	Tarım Dergisi					12000							
2	Konya Tarımı Sunusu								1				
3	Tarımsal Destekler								1				
4	Buğday çeşit tanıtımı			1.400					1				
5	Hububat Yetiştirme Tekniği	250		5.000				500					
6	Etkili Nadasın Önemi			500					1				
7	Hayvancılık								1				
8	Antraknoza Dayanıklı Nohut Yetiştiriciliği	100		1.000					1				

9	Aspir Yetiştiriciliği	200		1.000					1				
10	Kanola Yetiştiriciliği			1.000					1				
11	Yağlık Ayçiçeği Yetiştiriciliği	200											
12	Meraların Islahı ve Kullanılması	440											
13	Yem Bitkileri Yetiştirme Teknikleri	120		200									
14	Çemen Yetiştiricliği	50											
15	Anız Yakmanın Zararları							2.000					
16	Toprak Tahlili ve Gübreleme	100											
17	Karpuz Yetişticiliği	100											
18	Zirai Mücadele										1		
19	Hububatta Ekin Kambur Böceği (Zabrus) Mücadelesi	200											
20	Hububatta Yabancı Ot Mücadelesi	60											
21	Tarla Bitkileri										1		
22	Tarla faresi mücadelesi	150											

23	Silajlık Mısır Yetiştiriciliği	200											
24	Meyvecilik			5.000				500			1		
25	Bodur Elma Yetiştiriciliği	250											
26	Bodur Elma Ağaçlarında Mahsul Budaması ve Şekil budaması	100											
27	Kiraz Yetiştiriciliği	550		700				100					1
28	Kirazda kaliteyi artıracak uygulamalar	250											
29	Malçlamalı damla Sulamalı Çilek yetiştiriciliği	200		200									
30	Yüksek sistem bağcılık teknikleri	200		150									
31	Yumuşak çekirdekli meyve ağaçlarında ateş yanıklığı hastalığı			500									1
32	Meyve Ağaçlarında Budama			800									1
33	Meyve Ağaçlarında Gübreleme		400										
34	Meyve Ağaçlarında Aşılama		500										
35	Süt ineklerinde verim düşüklüğü ve suni tohumlama	200											
36	Brucella hastalığı	200											

37	Koyunculukta bakım ve besleme	200		500									
38	Süt İneklerinde Bakım ve Besleme	400											
39	Suni Tohumlama	250											
40	Kuş Gribi ile Mücadele	200											1
41	Zoonoz Hastalıklar ve Koruyucu Aşılamalar	200											
42	Kenelerden bulaşan Kırım Kongo Kanamalı Ateşi (KKKA) Hastalığı	150											
43	Karnabahar Üretimi	200											
44	Domates Yetiştiriciliği	200											
45	Tarımsal Mekanizasyon			5.000				2.000			1		
46	Biçerdöver Bakım ve Kullanma Teknikleri.			1.500									
47	Hububat Hasadında Dane Kaybı ve Önemi	500	1.000	500				2.000			1		2
48	Biçerdöverle Hububat Hasadı				1.000								
49	Pulluk Tabanı ve Anız Patlatan			1.000									
50	Sulama			15.000				500					

51	Tarımda Su Kullanımı ve Basınçlı Sulama Sistemleri								1				
52	Damla sulama sistemleri		1.000	200	500						1		2
53	Yağmurlama sulama sistemleri												
54	Örtüaltı sebze yetiştiriciliği	200											
55	Arı otu yetiştiriciliği	100											
56	İyi Tarım Uygulamaları	750											
İL TOPLAMI :		**7.470**	**2.900**	**41.150**	**1.500**	**12.000**	**0**	**7.600**	**9**	**0**	**6**	**0**	**8**

EK- C Ceptarım Marka Tescil Belgesi

T.C.
TÜRK PATENT ENSTİTÜSÜ

MARKA TESCİL BELGESİ

Marka No : 2007 42178 - Hizmet

CEPTARIM

Marka Sahibi : ÜNİTEK TARIMSAL DANIŞMANLIK
HİZMETLERİ HAYVANCILIK VETERİNERLİK
BİLİŞİM SANAYİ TİCARET LİMİTED ŞİRKETİ
TÜRKİYE CUMHURİYETİ
Selçuk Üniversitesi Alaaddin Keykubat Kampüsü
Teknoloji Geliştirme Bölgesi Teknokent No:G/12-13
Selçuklu KONYA

Emtiası : 38
Radyo ve televizyon yayın hizmetleri.
Haberleşme hizmetleri (internet servisi sağlama hizmetleri dahil).
Haber ajansı hizmetleri.

Markaların Korunması Hakkında 556 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnameye göre 06/08/2007 tarihinden itibaren ON YIL müddetle 05/09/2008 tarihinde tescil edilmiştir.

Kutay KUMBASAR
Enstitü Başkanı a.
Markalar Dairesi Başkanı

TÜRK PATENT [●] ENSTİTÜSÜ

EK-D Ceptarım Uygulaması Kısa Mesaj Örnekleri

Kısa Mesaj İsmi	Kısa Mesaj İçeriği
askı icmal 2008	Damizlik Koyun Birligi 2008 yili destekleme aski icmali ilce tarim mudurluklerinde askiya cikarilmistir.Ilce Mudurlugune giderek kayitlarinizi kontrol ediniz.
sütaş ücretli	Bursa Sutasda 3 gun otel+kahvalti+ oglen yemegi sut sigirciligi egitimi yapilacaktir. Egitim ucreti 100 TL olup. Bilgi icin Unitek Tarimsal Danismanlik 2417400
sütaş	Unitek Tarimsal Danismanlik Kis donemi ciftci egitimlerine basladi. Bursada 3 gunluk sut sigirciligi egitimi yapilacaktir. Ayrintili bilgi icin TEL 2417400
prim ödemesi	2008 yilinda uretilen bugday, arpa, cavdar, yulaf, kuru fasulye, nohut ve mercimek ureticilerine satis belgesinin ibrazi sartiyla kilogram basina desek odenecek
mazot uzatma toprak tahlili	2008 Mazot ve kimyevi gubre destegi basvurusu 20 Ocak Tarihine kadar uzatildi. Ayrica toprak tahlili yaptirana verilecek destek dekara 2.5 YTL olarak aciklandi.
kadınhanı	Kadinhaninda Koyun Birligi Kupeleme ve tespit calismalarina baslamistir. Koyunlarinizi calisma boyunca yayilima cikarmayiniz.Ekipler gelecektir Bilgi 2378810
çumra koyun	Cumrada Koyun Birligi Kupeleme ve tespit calismalarina baslamistir. Koyunlarinizi calisma boyunca yayilima cikarmayiniz.Ekipler ziyaret edecektir Bilgi 2378810
2008 mazot ve gübre belli oldu	Mazot ve Gubre Destegi icin son basvuru 28 KASIM.Hububat,yem bitk,baklagiller,yumru bitk. sebze meyve dekara 7,50 YTL Yag Bitk.ve Endustri Bit. dekara 12 YTL
sertikalı toh üretene destek	Sertifakali tohum ureten tohumculuk firmalarina bugday ve arpa icin 14 Ykr, Aspire 56 Ykr, Yonca icin 1,50 YTL kg basina destek resmi gazetede yayinlandi.
Hububat ekimi	Hububat ekiminde dekara atilacak tohum miktarlarina mutlaka uyunuz fazla atilacak tohum ilkbaharda tarlanizin daha fazla su ve yagis istemesine sebep olacaktir.
Dipkazan	Topragin pullukla ayni derinlikte islenmesi TABAN TASI olusturur.Toprakta su biriktirmek ve bitki koklerine yer acmak icin dipkazanla taban tasi kirilmalidir.

EK-E Üyelik Formu

CEPTARIM

www.ceptarim.com

CEP TARIM
ÇİFTÇİ BAŞVURU FORMU

ADI :
SOYADI :
İLİ :
İLÇESİ :
KÖYÜ :
CEP TEL-1 : .....
CEP TEL-2 : .....

MESAJ KONU BAŞLIKLARI

DESTEKLEMELER	
AB PROJELERİ	
KIRSAL KALKINMA HİBELERİ	
ACİL İKLİM VERİLERİ	
BİTKİSEL ÜRETİM	
HAYVANCILIK	
HABER VE DUYURULAR	
MEYVECİLİK	
SEBZECİLİK	
TARLA	
KÜÇÜKBAŞ	
BÜYÜKBAŞ	
DİĞER (.....)	

CEP TARIM yukarıda vermiş olduğum GSM numarama cetvelde işaretli konularda kısa mesaj atılmasını istiyorum.

...../...../2008
İsim-imza

***Cep telefonuna gönderilecek olan mesajlar ücretsizdir. Ancak ilk başvuruda 20 (yirmi) YTL kayıt ücreti alınacaktır.**

EK-F Üyelik Kimliği


CEPTARIM

www.ceptarim.com

ÜYELİK KARTI

ADI SOYADI :

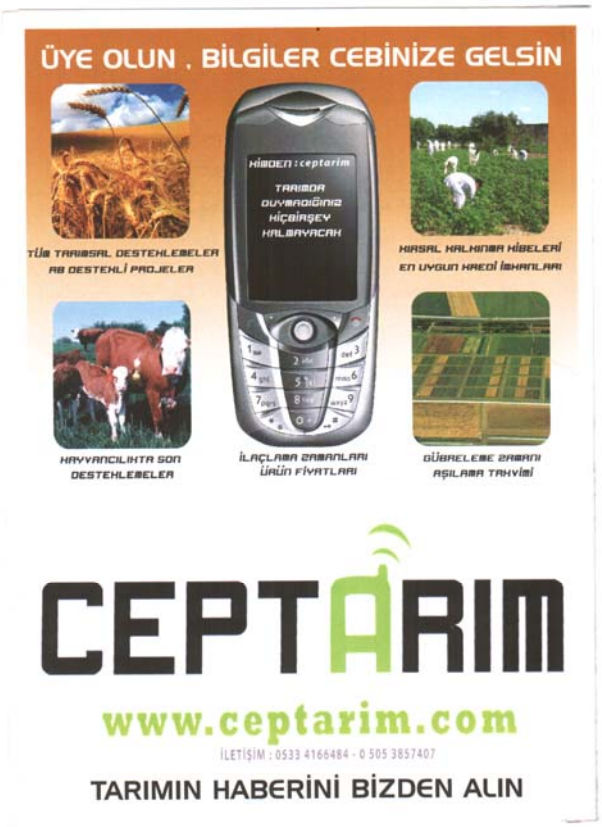
TEL NO :

ÜYELİK TARİHİ :

ÜYE NUMARASI :

Selçuk Üniversitesi Teknokent Tel: 0332 241 74 00

EK-G Cep Kitap Tanıtım Broşürü



EK-H Ceptarım İnternet Sitesi



EK-I KONYA İLİNDETARIMSAL YAYIMDA ALTERNATİF İLETİŞİM VASITASI OLARAK CEPTARIM UYGULAMALARI VE GELİŞTİRME OLANAKLARI ANKET FORMU

Tablo1:İşletmelerde İşletme Arazisinin Yetiştirilen Ürünler İtibariyle Dağılımı ve Gayri Safi Üretim Değeri

Parsel	Parsel	Parselin	Parselin	Parseldeki	Üretim Miktarı		Fiyat		GSÜD
Kodu	Genişliği	Mülkiyeti	Değeri	Ürünün					
	(da)	1=mülk		Adı	Ana	Yan	Ana	Yan	
		2=kira			Ürün	Ürün	Ürün	Ürün	
		3=ortak	(mil. TL/da)		(kg)	(kg)	(TL/kg)	(TL/kg)	(TL)
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									

Tablo:2.İşletmelerin Nüfus ve İşgücü Varlığı

No	Ailede Fert Sayısı	Yaşı		Eğitim Durumu	İşletmelerde Hangi İşlerde Çalıştığı			İşletmede Toplam Çalışma Süresi (gün)	Eğitim, Askerlik, Hastalık vb. Nedenlerle Çalışmadığı Gün Sayısı	İşletme Dışında Tarımsal Çalışma				Tarım Dışı İşlerde Çalışma			
		E	K		İşin Nevi	Süre (gün)	İşletme Dışında Çalışsaydı Yevmiyesi (TL/gün)			Yaptığı İşin Adı	Çalıştığı Süre (gün)	Aldığı Ücret (TL/gün)	Toplam (TL)	Yaptığı İşin Adı	Çalıştığı Süre (gün)	Aldığı Ücret (TL/gün)	Toplam (TL)
1																	
2																	
3																	
4																	
5																	
6																	
7																	
8																	
9																	
10																	
11																	
12																	
13																	
14																	
15																	

Tablo:3.İşletmelerde Yabancı İşgücü Durumu

No	İşçinin Cinsiyeti K:Kadın E:Erkek Ç:Çocuk	Yaşı	Daimi İşçi				Geçici İşçi				Açıklama
			Çalıştığı Süre (gün)	Hangi İşte Çalıştığı	Ödenen Toplam Ücret		Çalıştığı Süre (gün)	Hangi İşte Çalıştığı	Ödenen Toplam Ücret		
					Ayni (TL)	Nakdi (TL/ay)			Ayni (TL)	Nakdi (TL/ay)	

Tablo:4.İşletmelerin Alet-Makina Sermayesi

Cinsi	Sayısı	Tipi	Yaşı	BG	Satın Alındığı Yer ve Yıl	Kapasitesi İş Genişliği (ton) veya(m)	Yenisinin Değeri (TL)	Halihazır Bugünkü Değeri (TL)	**En son Satın alınan Alet Makine**	**Destekle Alınan Alet Makine**
1-Traktör										
2-Römork										
3-Pulluk										
4-Mibzer										
5-Kazayağı										
6-Motopomp										
7-Harman Mak.										
8-Tırmık										
9-Merdane										
10-Diğer(.....)										

Tablo:5.İşletmelerin Hayvan Varlığı, Artış ve Eksilişleri (Hayvan Hareket Tablosu)			
Cinsi	Irkı	Yaş	Adet
İnek			
Koyun			
Keçi			
Kümes Hayvanı			
Arı			

Tablo:6.İşletmelerde Hayvansal Üretim Değeri							
Hayvanlar	Irkı	Hayvan	Hayvan	Toplam	Ürün	Üretim	Açıklama
	Y:yerli	Sayısı	Başına	Üretim	Fiyatı	Değeri	
	M:melez	(baş)	Verim	(kg) veya	(TL/kg) veya	(TL)	
	K:kültür		(kg)veya (adet)	(adet)	(TL/adet)		
SIĞIRCILIK							
-Süt							
-Gübre							
-Deri							
-Diğer							
-PDKA*							
KOYUNCULUK							
-Süt							
-Yün							
-Deri							
-Gübre							
-PDKA*							
KEÇİCİLİK							
-Süt							
-Kıl veya tiftik							
-Deri							
-Gübre							
-PDKA*							
KÜMES HAYV.							
-Yumurta							
-Et							
-PDKA*							
ARICILIK							
-Bal							
-Bal mumu							
(*)Prodüktif Demirbaş Kıymet Artışıdır.							

Tablo:7.Hayvancılıkta Değişen Masraflar

	Sığır Besiciliği			**Süt İnekçiliği**			**Koyunculuk**			**Keçi Yetiştiriciliği**		
	Miktar	Fiyat	Tutarı	Miktar	Fiyat	Tutarı	Miktar	Fiyat	Tutarı	Miktar	Fiyat	Tutarı
	(kg/gün)	1.000 TL	(TL)	(kg/gün)	1.000 TL	(TL)	(kg/gün)	1.000 TL	(TL)	(kg/gün)	1.000 TL	(TL)
İşletmenin Yem Masrafları												
Kendisinin karşıladığı												
Dışarıdan Satın alınan yem değeri												
Dışarıdan satın alınan yemler												

Tablo:8.İşletmenin Borçlanma Şekli

İşletmenin Kredi Borçları		Miktar	Vade	Faiz	
1.Nakdi Borçlar		(TL)	(ay)	(%)	
	-Kişilere				
	-Bankaya				
	-Kooperatife				
	-Devlete				
	Toplam				
GENEL TOPLAM					

1-İkamet ettiği yer?

1. Köyde…….( )
2. İlçede…….( )
3. Kentte……( )
4. Hem köyde hem de kente...( )

2-Köyde yada ilçede ikamet ediyorsanız şehre iniş sıklığınız nedir?

1. Her gün
2. Haftada bir
3. Haftada iki üç kez
4. Ayda bir
5. Yılda bir

3-Şehre iniş sebebiniz nedir?

……

4-Evinizde bulunan teknolojik eşyalar nelerdir?

1. Çamaşır makinesi
2. Fırın
3. Televizyon
4. Radyo
5. Bilgisayar
6.Uydu sistemi
7.Bulaşık makinesi

5-Traktör dışında sahibi olduğunuz bir araç var mı?

1. Otomobil
2. Traktör
3. Kamyonet
4. Diğer

6-Televizyon izleme durumu?

1. Hiç izlemem
2. Arada bir izlerim
3. Haftada 1–2 kez
4. Her gün (düzenli)

6.1. Tv izliyorsanız hangi Tv programlarını takip ediyorsunuz?

……

7- Tarımsal programları izleme durumu?

1. Düzenli ve zevkle izlerim
2. Arada sırada izlerim
3. Uygun olursam izlerim
4. Hiç izlemem

8- İzliyor iseniz tarımsal konulu programlardan özellikle devamlı izlediğiniz bir program var mı?

1.EVET 2.HAYIR

EVET ise programın adı nedir?.....

9- Tarımla ilgili takip ettiğiniz başka kaynak var mı?

1. Dergi
2. Gazete
3. Broşür
4. Ceptarım

10-Ana tarımsal faaliyet alanınız hangisi;

1. Hayvancılık
2. Bitkisel üretim
3. Her ikisi de

11-Bir çiftçi olarak en çok hangi tarımsal konularda yardıma ihtiyaç duyuyorsunuz?

	Piyasa
	Yetiştiricilik
	Hastalık ve zararlılar ile mücadele
	Gübre ve gübreleme
	Çevre Koruma
	Diğer

12-Yeni tarım tekniklerini nereden öğreniyorsunuz?

	Diğer çiftçilerden
	İlçe tarım Müdürlüğünden
	Serbest çalışan ziraat mühendislerinden
	Kitap, dergi, Gazete, broşürlerden
	İnternet
	Üniversite
	Araştırma Kuruluşlarından
	Zirai ilaç Bayilerinden
	Diğer

13-Ziraat Mühendisi , veteriner hekim vb. kişilerle görüşüyor musunuz?

Evet ise bu kişilerle ne sıklıkta görüşüyorsunuz?

a. Hafta bir
b. On beş günde bir
c. Ayda bir
d. Üç ayda bir
e. Yılda iki kez

14- Köyde yönetime katılım durumu;

a. Yok
b. Muhtar
c. Kooperatif yönetimi
d. Köy derneği yönetimi
e. Ziraat odası yönetimi
f. Aza
g. Diğer

15-Tarımsal kuruluşlarla irtibatınız var mı?

1. EVET 2. HAYIR

EVET ise

1. Tarım il müdürlüğü
2. İlçe tarım müdürlüğü
3. Zirat odası
4. Ziraat bankası
5. Diğer

16-Tarımsal kuruluşlarla irtibatınız nasıl oluyor?

1. Tarımsal destekleme ve teşviklerden yararlanmak için
2. Belge alabilmek için
3. Kredi alabilmek için
4. Bilgi alabilmek için
5. Diğer

17- Köyde herhangi bir tarımsal organizasyon var mı?

1. EVET 2.HAYIR

18- Varsa hangi organizasyonlar olduğunu biliyor musunuz?

1. Kooperatif
2. Dernekler
3. Birlikler
4. Hepsi
5. Diğer

19-Bu organizasyonlara üyeliğiniz var mı?

1.EVET 2. HAYIR

EVET ise;	evet	hayır
Ziraat odası		
Sulama birliği		
Damızlık birliği		
Üretici birliği		
Tarım kredi koop.		
Tarım satış koop.		
Tarımsal kalkınma koop.		
Diğer		

20- Aşağıdaki çiftçi örgütlerinden hangisine/ hangilerine üyesiniz?

a. Yetiştirici birliği b. Üretici Birliği c. Kooperatif

21- Birlikten beklentiniz nedir?

……

22-Tarımsal konularda karşılaştığınız sorunlarla ilgili olarak kim veya kimlerin fikirlerini alırsınız?

a. Muhtar
b. Akraba
c. Öğretmen
d. Arkadaş
e. Ziraat mühendisi/Veteriner
f. Komşu
g. Kendim
h. Diğer

23- Tarımla İlgili Bilgi Kaynaklarınız Nelerdir?

a. Atalarımdan Öğrendim
b. Diğer çiftçilerden görerek öğrendim
c. Teknik elemana danışıyorum
d. Şehirdeki alışveriş yaptığım ilaç, gübre ve tohum bayilerine danışıyorum
e. Deneme yanılma yöntemine göre tecrübe ediniyoruz

24- Köydekiler bilgi almak veya danışmak için diğer kişilerden daha çok size mi gelirler?

a. Evet b. Hayır c. Bazen

25- İnternet kullanıyor musunuz?

a.Evet b.Hayır

25.1 Ceptarımı Duydunuzmu ? Üyemisiniz ?
a. Evet Duydum fakat üye değilim/ Üyeyim
b. Hayır Duymadım

26-Ceptarımı ilk kez kimden/nereden duydunuz?
a. arkadaşımdan b. Fuarda
c.İnternetten d. Bağlı bulunduğum çiftçi örgütünden
e. Bayilerden

27-Ceptarım dan gelen mesajlar size nasıl bir faydası oldu

Faktörler	1	2	3	4	5
Yeni çıkan desteklemelerden haberim oldu					
Teknik Bilgi sahibi oldum					
İlaçlama , budama , gübreleme zamanı hakkında bilgi sahibi oldum					
Toplantılardan ve organizasyonlardan haberdar oldum					
Tarım ile ilgili Kanun ve yönetmeliklerden haberdar oldum					
Diğer;					

28-Ceptarıma kısa mesaj yolu ile soru sormak istermisiniz?
a-Evet b-Hayır

29-Ceptarımın sorularınıza nasıl cevap vermeli?
1- Kısa mesaj ile cevap vermesi yeterli olur
2- Hem kısa mesajla hem elektronik posta göndererek cevap versin
3-Telefon ile beni bilgilendirsin
4- Ceptarım uzmanları Ücreti karşılığında işletmeme gelerek beni bilgilendirsin

30-İhtiyacınız olan Zirai ilaç, gübre, tohum , alet ve makine gibi tarımsal girdileri ceptarıma Kısa mesaj göndererk sipariş etmek istermisiniz?
1- evet 2- hayır

31-Üretmiş olduğunuz ürünleri veya hayvanları ceptarım modeli ile diğer üyelere duyurmak ve pazarlamak istermisiniz?
1- Evet 2- Hayır

32- Ceptarımdan gelen/ gelecek reklam mesajlarına nasıl bakıyorsunuz?
a. Reklam amaçlı mesaj gelmesi beni rahatsız etmez
b. Reklam Mesajı gelmesini istemiyorum
c. Fark etmez

33-Gelecek yıllarda ceptarıma üyeliğinizi devam ettirmek(veya ceptarıma üye olmak) istiyor musunuz?
a.Evet b.Hayır

34. Ceptarım sizce neler yapmalı beklentiniz nedir?

……..