

Çam fıstığı pazarlamasında dağıtım kanallarının ve gelir dağılımının belirlenmesi (Bergama-Kozak örneği)

Determination of distribution channels and income distribution in pine nuts marketing (Bergama-Kozak case)

Elif SARITAŞ¹  Mustafa Fehmi TÜRKER¹ 

¹ Karadeniz Teknik Üniversitesi, Orman Fakültesi, Orman Mühendisliği, 61080, Trabzon, TÜRKİYE

Eser Bilgisi / Article Info

Araştırma makalesi / Research article

DOI: 10.17474/artvinofd.761789

Sorumlu yazar / Corresponding author

Elif SARITAŞ

e-mail: elifberker@ktu.edu.tr

Geliş tarihi / Received

01.07.2020

Düzeltilme tarihi / Received in revised form

06.01.2021

Kabul Tarihi / Accepted

08.01.2021

Elektronik erişim / Online available

12.05.2021

Anahtar kelimeler:

Odun Dışı Orman Ürünleri

Kırsal Kalkınma

Orman Köylüsü

Keywords:

Non-Wood Forest Products

Rural Development

Forest Villagers

Özet

Türkiye’de odun dışı orman ürünleri yönetim ve işletmeciliğinde, odun dışı bitkisel ürünler önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye’de planlı olarak üretime konu olan odun dışı bitkisel orman ürünleri içerisinde önemli bir yere sahip olan ve Orman Genel Müdürlüğü’nün odun dışı bitkisel ürünler bakımından en çok gelir elde ettiği önemli türlerden biri de, fıstık çamıdır. Bu çalışma ile; çam fıstığının üretiminden nihai tüketiciye ulaşmasına değin geçen süreçte oluşan dağıtım kanal türlerini ortaya koymak, dağıtım kanalı üyelerinin her birinin elde ettiği gelirleri belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaca ulaşmak için dağıtım kanalında yer alan üyeler ile derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yapılan görüşmeler sonucu elde edilen veriler neticesinde; devlet ormanlarından toplanan çam fıstığı ticaretinden elde edilen toplam gelirden perakendecilerin % 48, kooperatifin %31, orman köylüsünün % 20 oranında pay aldığı belirlenirken, Kozak Orman İşletme Şefliğinin ise %1 oranında pay aldığı tespit edilmiştir. Bununla beraber, şahsa ait arazilerden toplanan çam fıstığının ticaretinden elde edilen toplam gelirden perakendecilerin % 49, kooperatifin %31 ve orman köylüsünün % 20 oranında pay aldığı belirlenmiştir.

Abstract

Non-wood plant products play an important role in non-wood forest products management in Turkey. Pine nut which has a significant share in the Turkish non-timber plant products market has been produced in a planned way in Turkey. Besides, stone pine is one of the most income-generating species among the plant products to the General Directorate of Forestry. The aims of this study are to determine; (1) distribution channel types emerging from the beginning of the production to the final consumer, (2) income of the each of the distribution channel members and (3) the share of the channel members in the distribution channel. In order to achieve this goal, depth interviews were conducted with the members of the distribution channel. As a result of the data of these interviews; it was determined that the retailers had a share of 48%, the cooperative 31% and the forest villagers had a share of 20% from the total income generated from pine nut trade collected from state forest, while the Kozak State Forest Management had only a share of 1%. In addition, it was determined that the retailers had a share of 49%, a cooperative 31% and the forest villagers had a share of 20% from the total income generated from pine nut trade collected from private land.

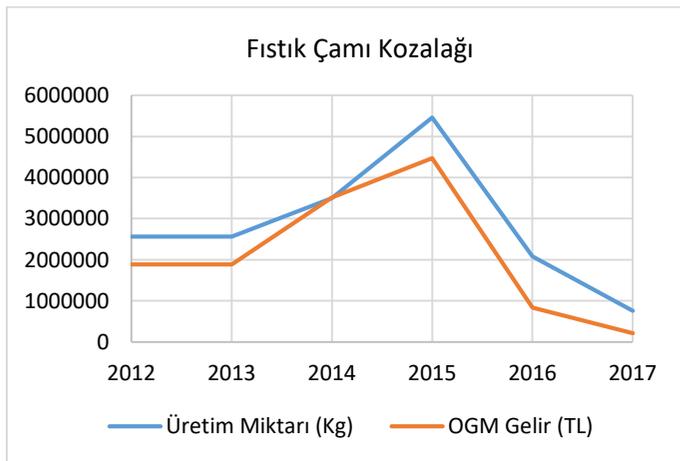
GİRİŞ

Günümüzde orman kaynaklarının yönetim ve işletmeciliğinde, odun hammaddesi üretiminin yanı sıra, odun dışı orman ürünü (ODOÜ)’nden faydalanma da ön plana çıkmaktadır. ODOÜ, orman içi ve açıklıklarında yetişen bitkisel ve hayvansal ürünleri içermekle birlikte orman kaynağından elde edilen eğlen-dinlen (rekreasyon), hayvan otlatma, karbon tutma, oksijen üretme, gen kaynağı sağlama, toprağı koruma gibi faydalanmaları da kapsamaktadır (Özügürü ve Düzgün 2000). ODOÜ’ler genel olarak odun dışı bitkisel ürünler, hayvansal ürünler ve ormanlardan hizmetler olarak üç başlık altında toplanabilmektedir. Odun dışı orman

ürünleri kültürel ve rekreasyonel amaçlar için kullanılmakla birlikte; kültürel muhafaza, biyolojik çeşitliliği sağlama ve kırsal ekonomiyi kalkındırma gibi çeşitli fırsatlar da sunmaktadır. Bununla birlikte, ODOÜ’lerin üretiminde en önemli kesim olan orman köylüleri bu ürünleri toplamakta ve geçimlerini oluşturan yerel ticaret için onlardan faydalanmaktadır (Kar ve Jacobson 2012). Kırsal kesimde yaşayan çoğu insanın refah seviyelerine önemli katkılarda bulunan ODOÜ’lerin, birçok ülkenin kırsal kalkınmasını destekleyecek güçlü bir potansiyele sahip olduğu da düşünülmektedir (Croitoru 2007). Dolayısıyla, etkin ve verimli bir ODOÜ işletmeciliği hem orman köylüsü açısından kırsal kesimde

işletilemeyen emeğin işletilmesi gibi birçok faydalar sağlayacak hem de buna bağlı olarak orman kaynağının genişletilmesi, geliştirilmesi ve işletilmesi faaliyetlerine önemli katkılar sağlayacaktır (Türker ve ark. 2001, Türker ve ark. 2002).

Türkiye ormanlarının zengin bir bitki çeşitliliği kaynağına sahip olduğu ve ODOÜ üretimi açısından büyük bir potansiyelinin bulunduğu bilinmektedir. Bununla birlikte, ülkemiz ormanlarının büyük bir kısmının yönetim ve işletmeciliğinden sorumlu olan Orman Genel Müdürlüğü'nün (OGM) bünyesinde, 2011 yılında Odun Dışı Ürün ve Hizmetler Dairesi Başkanlığı'nın kurulmasından hareketle, son yıllarda ODOÜ üretimine de önem verildiği görülmektedir. ODOÜ yönetim ve işletmeciliği politikalarında ise, ağırlıklı olarak Odun Dışı Bitkisel Ürünler (ODBÜ) ön plana çıkmaktadır. 2012-2017 yıllarını kapsayan odun dışı orman ürünleri üretim cetvelleri incelendiğinde, üretim miktarı ve gelir açısından; fıstık çamı, defne, kekik ve adaçayı türlerinin önde geldiği görülmektedir. Bununla birlikte tohumundan elde edilen iç fıstık ile dünya pazarında da rağbet gören fıstık çamı bu verilere göre değerlendirildiğinde; 2012 ile 2015 yılları arasında OGM'nin ODBÜ bakımından en çok gelir elde ettiği tür olurken, 2016 yılında 3. sırada, 2017 yılında ise 6. sırada yer aldığı belirlenmiştir. Fıstık çamı kozalağının 2012-2017 yıllarına ait üretim miktarı (kg) ve OGM'nin elde ettiği gelir miktarı (TL) Şekil 1'de görülmektedir (OGM 2012, OGM 2013, OGM 2014, OGM 2015, OGM 2016, OGM 2017).



Şekil 1. 2012-2017 yılları arasında OGM'ye ait fıstık çamı kozalağı üretim ve gelir miktarı

Fıstık çamından elde edilen gelir, orman köylülerinin ev ekonomilerinde de önemli bir yer tutmakta ve genellikle ana gelirlerini oluşturmaktadır. Fakat orman köylüleri gelir seviyesi düşük topluluklar olmakla birlikte, elinde bulundurduğu ürünleri değerlendirerek üreticilerin pazardaki konumunu güçlendirmek gerekmektedir (Özdemir ve ark. 2011). Bu noktada; mevcut ve potansiyel tüketicilerin ihtiyaç ve isteklerine uygun mal ve hizmetlerin üretilmesi, malların, hizmetlerin ve fikirlerin geliştirilmesi, fiyatlandırması, tutundurulması ve dağıtılması gibi konuların, diğer bir deyişle pazarlamanın önemi ortaya çıkmaktadır.

Bununla birlikte, ekonominin büyümesi ve rekabetin artmasıyla birlikte tüketicilerin nerede, ne zaman, ne kadar ve hangi şekilde mal ve hizmetlere ulaşacağı soruları ön plana çıkmıştır. Tüketicilere ilişkin bu soruların cevaplanmasında dağıtım kanalları önemli bir işleve sahiptir. Dağıtım kanalı, bir mal ve hizmeti ve bunun mülkiyetini üretimden tüketime ulaştırma çabası sağlayan kurumlar dizisi olarak tanımlanmaktadır. Bir başka tanıma göre ise, dağıtım kanalı; ürünlerin üretici, aracı, tüketici arasında mülkiyetinin el değiştirdiği ve fiziksel hareketinin gerçekleştiği faaliyetlerin oluşturduğu yapı olarak da tanımlanmaktadır (Yükselen, 2013). Üreticiler, ürün ve hizmetlerini ilgili tüketicilere ulaştırırken doğrudan ya da dolaylı pazarlama yöntemlerini ya da dağıtım kanallarının herhangi birini kullanmaktadır (Düden 2012, Koçak 2015).

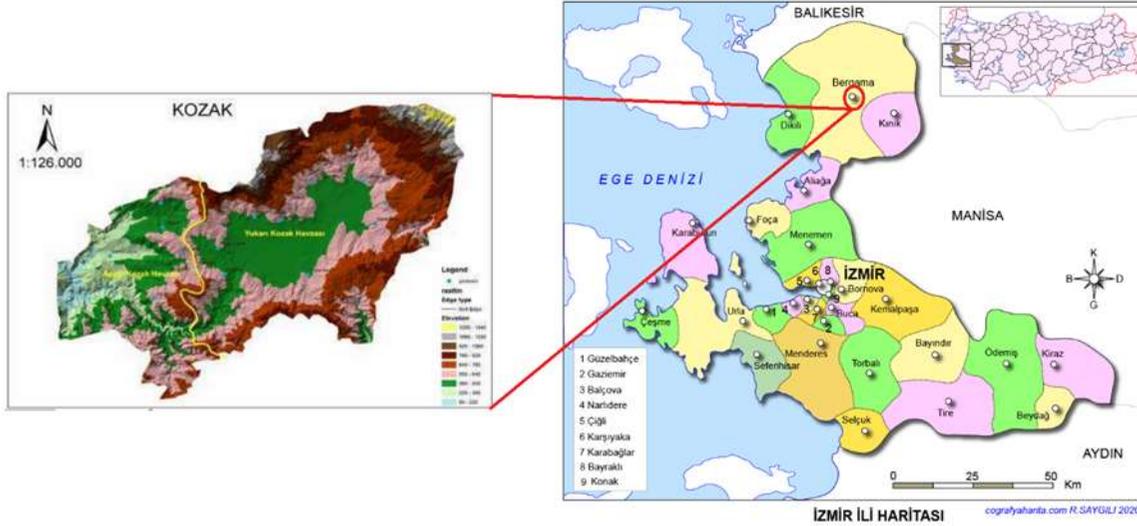
Yapılan bu çalışma ile çam fıstığının üreticiden tüketiciye doğru hareketinde izlediği yolu yani oluşan dağıtım kanallarını belirlemek, dağıtım kanalı üyelerinin her birinin elde ettiği gelirleri ve gelirlerin kanal üyeleri arasında hangi oranlarda dağıldığını tespit etmek amaçlanmıştır.

MALZEME VE YÖNTEM

İzmir Orman Bölge Müdürlüğü'nün, fıstık çamının en çok üretildiği ilk 5 Orman Bölge Müdürlüğü arasında yer alması ve aynı yıllar itibari ile İzmir Orman Bölge Müdürlüğü'nde yer alan işletme müdürlüklerinin fıstık çamı üretim miktarları incelendiğinde, Bergama İşletme Müdürlüğü'nün ilk 3'te yer alması ve fıstık çamının en geniş yayılışını Kozak havzasında yapıyor olmasından dolayı (OGM 2014, OGM 2015, OGM 2016), araştırma

alanı olarak seçilmiştir. Nitekim, Türkiye'de fıstık çamı, Kozak yöresinde geniş yayılış göstermekte ve ekonomik yönden büyük önem taşımaktadır (Eliçin 1981). Kozak havzası; Yukarıbey, Karaveliler, Kıranlı, Çamavlu, Güneşli, Yukarıcuma, Terzihaliller, Göbeller, Hisarköy, Ayvatlar, Aşağıcuma, Hacıhamzalar, Demircidere, Aşağıbey, Kaplan ve Okçular mahallesi olmak üzere, 16 mahalleden oluşmaktadır. 2018 yılına ait verilere göre, Kozak

havzasının toplam nüfusu 6.141 kişidir (URL-1). Ayrıca Kozak, Bergama ilçesine 25 km uzaklıkta olup, deniz seviyesinden 500-700 m'ye kadar yükselmektedir. Akdeniz iklimine sahip olan Kozak havzasının ormanlık kısımlarında karaçam (Pinus nigra), kızılçam (Pinus brutia) ve üst kısımlarda özellikle fıstık çamı (Pinus pinea) hâkim durumdadır (Çetin 2003).



Şekil 2. Kozak Havzasına Ait Harita (Kaynak: Kılıcı ve ark. 2011; URL-2)

2017 yılında Kozak havzasında fıstık çamı yetiştiriciliği ve çam fıstığı üretimi ya da ticareti yapan kişilerle yüz yüze görüşmeler yapılmış ve çam fıstığının üreticiden nihai tüketiciye ulaşması sürecinde oluşan dağıtım kanalları belirlenmiştir. Belirlenen dağıtım kanalı üyeleri ile yüz yüze görüşmeler yapılarak; ürünleri nereden topladıkları, kimden ve hangi fiyatla satın aldıkları, ürünün hangi işlemlere tabi tutulduğu, bu işlemler sonucunda elde edilen ürünün yeni miktarı ve sonrasında kimlere, hangi fiyatla sattıkları sorularının cevapları aranmıştır. Bununla birlikte, örneklem büyüklüğünün hesaplanmasına ilişkin yapılan çalışmalar incelendiğinde, nitel çalışmalarda örneklem seçiminde sayıdan ziyade araştırmancının odağı, veri miktarı ve kuramsal örnekleme önemli olduğunu, bu unsurlara ve araştırmancının konusuna göre bir kişiyle bile nitel çalışma yapılabileceğinin, bazen bir kişiyle yapılan bir araştırmancının verilerinin, bir başka araştırmada 20 bireyden toplanan verilerden çok daha fazla olabileceğinin belirtildiği görülmektedir (Yıldırım ve Şimşek 2013, Başkale 2016, Baltacı 2018). Yukarıdaki saptamalara bağlı olarak, yapılan bu çalışmada cevapların birbirini tekrar ettiği nokta, yeterli örneklem büyüklüğüne

ulaşılacak nokta olarak değerlendirilmiş ve ihaleyi alan kooperatif başkanı, başkan yardımcısı, Bergama Orman İşletme Müdürü, Kozak Orman İşletme Şefi ve Kozak havzasında yer alan 16 mahalleden çam fıstığı üretimi ya da ticareti yapan kişiler arasından rastgele seçilen kişiler kişi olmak üzere, toplamda 37 kişi ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. Bununla beraber, Bergama Devlet Orman İşletme Müdürlüğü, Kozak Orman İşletme Şefliğine ait üretim ve gelir-gider cetvellerinden de bu çalışma için yararlanılmıştır. Tüm bu veriler neticesinde, her bir kanal üyesinin elde ettiği gelir miktarı belirlenmiş ve elde ettikleri gelir miktarları toplanarak toplam gelir hesaplanmıştır. Ayrıca, her bir kanal üyesinin hesaplanan bu toplam gelir içerisindeki payları, iki veya daha çok sayının oransal büyüklüğünü ifade etmek için kullanılan yüzde çözümlenmesi (Zeisel 1982) yardımı ile belirlenmiştir.

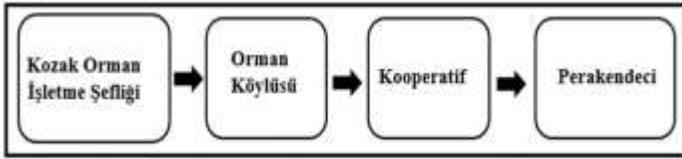
BULGULAR VE TARTIŞMA

Yapılan görüşmeler neticesinde, çam fıstığı üretiminin hem doğal olarak yetişen ve mülkiyeti devlete ait olan

orman arazilerinden hem de yöre halkının kendine ait tapulu arazilerinden yapıldığı ve bu nedenden ötürü dağıtım kanalının çoğunlukla iki şekilde oluştuğu görülmüştür. Oluşan bu dağıtım kanallarında ise genellikle kooperatifler aracılığıyla perakendecilere ulaşıldığı belirlenmiştir.

Devlet Ormanlarından Toplanan Çam Fıstığı Ticaretinde Oluşan Dağıtım Kanalına İlişkin Bulgular ve Tartışma

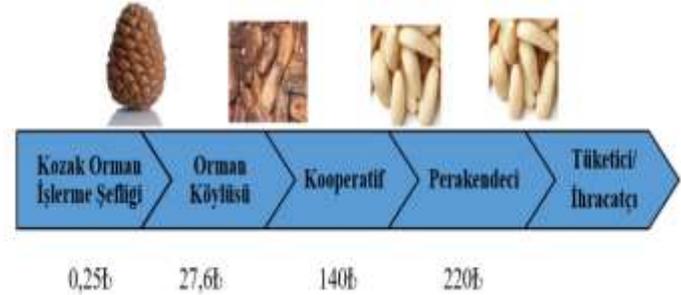
Kozak havzasında bulunan devlet ormanlarından üretime konu edilen fıstık çamının ticaretinde oluşan dağıtım kanalı irdelendiğinde, dağıtım kanalının, Kozak Orman İşletme Şefliği, orman köylüsü, Tarımsal Kalkınma Kooperatifi ve perakendeci olmak üzere 4 kanal üyesinden oluştuğu belirlenmiştir (Şekil 3).



Şekil 3. Kozak havzasındaki devlet ormanlarından toplanan çam fıstığı ticaretinde oluşan dağıtım kanalı

Kozak Orman İşletme Şefliğine ait üretim cetvellerinden elde edilen verilere göre, 2017 yılında fıstık çamı kozalağı üretimi 6778 kg olarak gerçekleşmiştir. Bergama Orman İşletme Müdürlüğü, Kozak Orman İşletme Şefliği sınırları içerisinde yer alan bu bölgedeki fıstık çamı kozalağı ihale ile satılmaktadır. Fıstık çamı kozalağı 0.25₺/kg'dır. Orman Kanununun 40. maddesi gereğince orman köylüsüne toplatılmaktadır. Köylüler sadece toplama işlemi yapmayıp bu kozalakları güneşte kurutarak fıstık çamı tohumunu (küner) elde etmektedir. İhaleyi alan kooperatifin fıstık çamı tohumu için 2017 yılında kg başına 27.6₺ ödediği belirlenmiştir. Bu noktada, hem orman kanunundan gelen mecburiyet hem de pazarlamanın gerçekleşebilmesi için kozalakların toplanıp, yarı işlenerek kooperatife aktarılması, orman köylülerinin çam fıstığı ticaretinde oluşan pazarlama dağıtım kanalının bir üyesi olarak değerlendirileceğini göstermektedir. İhaleyi alan kooperatif satın aldığı fıstık çamı tohumlarını kırma, fırınlama işlemlerine tabi tutarak iç fıstık haline getirmekte ve daha sonra paketleme işlemi de yaparak iç fıstığı 2017 yılında kg başına 140₺'ye perakendeciye satmaktadır. Dağıtım kanalının son üyesi olan

perakendeci ise, almış olduğu bu ürünü nihai tüketiciye ve ya ihracatçı firmaya 2017 yılında kg başına 220₺'ye satmaktadır (Şekil 4). Bu çalışmada kanal üyelerinin elde ettiği gelir miktarı hesaplanırken her bir kanal üyesinin aynı maliyetlere ve vergilere katlandığı kabul edilmiştir.



Şekil 4. Kozak havzasındaki devlet ormanlarından toplanan çam fıstığı ticaretinde yer alan kanal üyelerinin kg başına elde ettiği gelir miktarları

Diğer taraftan, kanal üyelerinin çam fıstığı üretiminden elde ettiği toplam gelir miktarları incelendiğinde, Kozak Orman İşletme Şefliğinin 2017 yılı için 6778 kg fıstık çamı kozalağı üretimini gerçekleştirdiği belirlenmiştir. Üretim miktarı kilogramı başına 0.25₺ olan tarife bedeli ile çarpılarak Kozak Orman İşletme Şefliğinin 2017 yılı için fıstık çamı üretiminden 1695₺ gelir elde ettiği tespit edilmiştir.

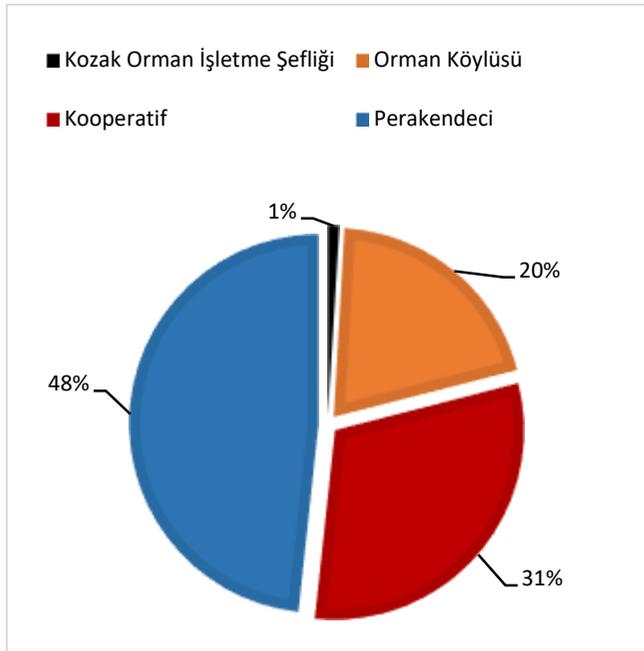
Orman köylüleri 100 kg fıstık çamı kozalağından ortalama 20 kg küner (fıstık çamı tohumu) elde ettiklerini belirtmişlerdir ve bu rakam literatür ile de benzerlik göstermektedir (Topçuoğlu 1966, OGM 1987, Şafak ve Okan 2004, Eker ve Laz 2018). Orman köylülerinin 6778 kg topladıkları fıstık çamı kozalağından 1356 kg küner, künerlerden kg başına 27.6₺ olmak üzere toplamda 37426₺ elde ettiği belirlenmiştir.

Kooperatif yöneticileri ise 100 kg künerden yaklaşık olarak 30 kg iç fıstık elde ettiklerini belirtmektedir. İhaleyi alan kooperatif, orman köylüsünden satın aldığı 1356 kg künerden 407 kg iç fıstık elde etmekte ve elde ettiği iç fıstığı perakendeciye kg başına 140₺'ye satmaktadır. Kooperatifin ürettiği iç fıstık miktarı ile iç fıstık satış fiyatı çarpıldığında, ihaleyi alan kooperatifin toplam gelirinin 56980₺ olduğu tespit edilmiştir.

Kooperatiften 407 kg iç fıstık satın alan perakendeci ise bu iç fıstığı nihai tüketiciye 220₺/kg'a satmaktadır. İç fıstık

miktarı ile satış fiyatı çarpılarak perakendecinin 89540₺ toplam gelir elde ettiği belirlenmiştir. Bununla beraber, kanal üyelerinin her birinin elde ettiği gelir miktarları toplanarak toplam gelir elde edilmiş ve her bir kanal üyesinin elde ettiği gelir miktarının toplam gelir içindeki payı hesaplanmıştır.

Yüzde çözümlemesi yardımı ile elde edilen verilere göre, Kozak Orman İşletme Şefliğinin %0.9, orman köylüsü %20.16, Kozak Bucağı Tarımsal Kalkınma Kooperatifinin %30.70 ve perakendecinin ise %48.23 oranında pay aldığı tespit edilmiştir (Şekil 5).



Şekil 5. Kozak havzasındaki devlet ormanlarından toplanan çam fıstığı gelirlerinin dağıtım kanalı üyelerine dağılımı

Elde edilen bulgular neticesinde, Kozak havzasındaki devlet ormanlarından üretimi yapılan çam fıstığının ticaretinden elde edilen gelirden en az payı Kozak Orman İşletme Şefliğinin aldığı görülmektedir. Kaynak sahibi olan Kozak Orman İşletme Şefliğinin %1 oranı gibi cüzi bir pay alması, fıstık çamı satışında güncel değerleri yansıtmayan ve merkezden gelen tarife bedellerinin kullanılmasının bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Sarıtaş ve Türker tarafından yapılan bir çalışmada Vaccinum sp. (Ayı üzümü), Arumitalicum (Yılan yastığı), Galanthus woronowii (Karadeniz kardeleni) ve Cyclamen sp. (Sıklamen) türlerinin dağıtım kanalını incelenmiş ve kanal üyeleri arasında en az payı yine ilgili Devlet Orman İşletmesinin (DOİ) aldığı görülmüştür (Sarışaş ve Türker,

2018). Benzer şekilde, yapılan bir diğer çalışmada, ODOÜ ticaretinden elde edilen toplam gelirden; OGM'nin %3, orman köylülerinin %30, aracı ve ihracatçıların ise %67 oranında pay aldığı tahmin edilmiştir (Kızmaz 2001). Fıstık çamı gibi ODBÜ'lerin üretimi ve ticaretinde düşük tarife bedellerinin kullanılması, dağıtım kanal üyeleri arasında elde edilen gelirler bakımından DOİ'ye düşen payın oldukça az olmasına neden olmaktadır (Türker ve ark. 2018). Bununla birlikte, en az payı alan diğer kanal üyesinin orman köylüsü olurken; çam fıstığından elde edilen gelirden en fazla pay alan kanal üyesi perakendeci, ihaleyi alan kooperatif ise ikinci derecede en fazla paya sahip olan bir diğer kanal üyesi olmuştur.

Şahsa Ait Arazilerden Toplanan Çam Fıstığı Ticaretinde Oluşan Dağıtım Kanalına İlişkin Bulgular ve Tartışma

Kozak havzasındaki şahsa ait arazilerden toplanan çam fıstığının ticaretinde oluşan dağıtım kanalı ve kanal üyelerinin aldıkları paylar irdelendiğinde ise; dağıtım kanalının, orman köylüsü, kooperatif ve perakendeci olmak üzere 3 kanal üyesinden oluştuğu belirlenmiştir (Şekil 6). Bu noktada, kooperatifleri temsil etmesi için yine ihaleyi alan kooperatif seçilmiştir.

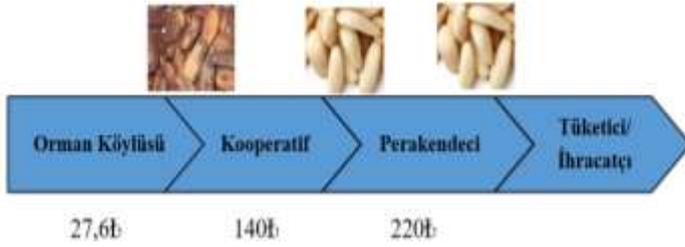


Şekil 6. Kozak havzasındaki şahsa ait arazilerden toplanan çam fıstığının ticaretinde oluşan dağıtım kanalı

Konu ile benzer çalışmalar incelendiğinde, ODOÜ'lerin üretici/toplayıcılar, toptancı/aracılar ve kooperatifler, perakendeci aracılığı ile tüketicilere ve ya ihracatçılara ulaştığı görülmektedir (Şafak ve Okan 2004, Yaman ve Akyıldız 2008, Açıkgöz Altunel 2011, Göksu ve Adanacioğlu 2018). Bu kapsamda çalışma alanındaki dağıtım kanallarının yapısı diğer çalışmalardaki yapılar ile benzerlik gösterdiği söylenebilir. Bununla birlikte, Hindistan'da tıbbi bitki sektörü üzerine yapılan bir çalışmada, toplayıcılar, küçük tüccarlar, özel acenteler, toptancılar ve son olarak tüketiciler olmak üzere dağıtım kanalında 5 ana aktör bulunduğu belirtilmiştir (Holley ve Cherla 1998). Hindistan'da tıbbi bitki pazarına yönelik yapılan bir diğer çalışmada ise, üretici, tüccar, merkezi

toptancılar ve bölgesel toptancılar olmak üzere 4 aktörden bahsedilmektedir (Olsen ve Helles 2009).

Şahsa ait alanlarından fıstık çamı kozalağı toplayan üreticilerin, kozalaklardan elde ettikleri küneri kooperatife kg başına 27.6₺'ye sattığı belirlenmiştir. Tarımsal Kalkınma Kooperatifi satın aldığı fıstık çamı tohumlarını iç fıstık haline getirerek kg başına 140₺'ye perakendeciye satmaktadır. Dağıtım kanalının son üyesi olan perakendeci ise, almış olduğu bu ürünü nihai tüketiciye kg başına 220₺'ye satmaktadır (Şekil 7). Böylelikle, şahsa ait özel arazilerde yapılan üretim ile devlet ormanlarından yapılan üretimde oluşan her iki pazarlama dağıtım kanalında, kanal üyelerin birbirine kg başına ödediği fiyatlar arasında fark olmadığı görülmektedir.



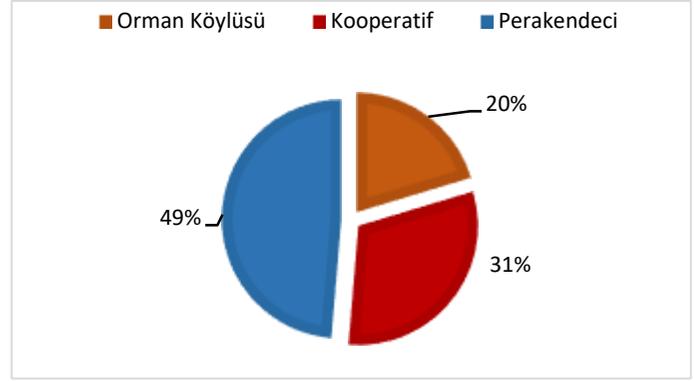
Şekil 7. Şahsa ait alanlardan toplanan çam fıstığı ticaretinde yer alan kanal üyelerinin kg başına elde ettiği gelir miktarları

Çalışmada, kooperatifin 2017 yılı içerisinde orman köylülerinden 266 ton küner satın aldığı ve 80 ton iç fıstık satışı yaptığı belirlenmiştir. Bu durumda, orman köylüsü kg başına 27.6₺'ye sattığı künerden 7360000₺ toplam gelir elde etmiştir.

Kooperatifin elde ettiği toplam gelirin ise perakendeciye sattığı iç fıstık miktarı ile satış fiyatı çarpılarak 11200000₺ olduğu belirlenmiştir.

Perakendecinin ise satın aldığı iç fıstığı nihai tüketiciye 220₺'ye sattığından hareketle, 17600000₺ toplam gelir elde ettiği tespit edilmiştir.

Bununla birlikte, dağıtım kanalında yer alan her bir kanal üyesinin bu üretimden aldığı pay irdelendiğinde; orman köylüsünün %20.35, kooperatifin %30.97 ve perakendecinin ise % 48.68 oranında pay aldığı tespit edilmiştir (Şekil 8).



Şekil 8. Şahsa ait arazilerden toplanan çam fıstığı gelirlerinin dağıtım kanalı üyelerine dağılımı

Elde edilen veriler değerlendirildiğinde, şahsa ait arazilerde yapılan çam fıstığı ticaretinde dağıtım kanalı üyeleri arasında en az payı çam fıstığı üreticisi olan orman köylüsünün aldığı belirlenmiştir. Bununla birlikte, çam fıstığı ticaretinden elde edilen gelirden en fazla pay alan kanal üyesi perakendeci olurken, kooperatifin ise ikinci derecede en fazla paya sahip olan bir diğer kanal üyesi olmuştur. Walter ve arkadaşları tarafından yapılan bir çalışmada da yerel nüfusun ODOÜ ticaretinden sağladığı faydaların, diğer paydaşların sağladığı faydalara kıyasla genellikle yetersiz kabul edildiği ifade edilmektedir (Walter ve ark. 2003). Ayrıca, yapılan bir diğer çalışmada, odun dışı orman ürünlerinden sağlanan gelirin üretim ve pazarlama süreçlerinde yer alan aktörler arasında adil paylaşılmadığı belirtilmiştir (Çakmaklı 2019).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Çam fıstığının ticaretinde oluşan dağıtım kanalları irdelendiğinde, iki farklı dağıtım kanalının olduğu görülmektedir. Devlet ormanlarından üretimi yapılan çam fıstığının ticaretinden en az payı Kozak Orman İşletme Şefliğinin ve orman köylüsünün aldığı belirlenmiştir. Bu durumun nedeni olarak, çam fıstığı da dahil olmak üzere ODBÜ satışında güncel değerleri yansıtmayan ve merkezden gelen çok düşük tarife bedellerinin kullanılması gösterilebilir. Şahsa ait özel arazilerden toplanan çam fıstığı ticaretinden kanal üyelerinin aldıkları paylar irdelendiğinde ise, en az payı yine orman köylüsünün aldığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte, oluşan her iki dağıtım kanalında da en fazla payı alan kanal üyesinin perakendeci olduğu belirlenmiştir. Devlet ormanlarından üretimi yapılan çam fıstığının ticaretinde

oluşan pazarlama dağıtım kanalında 4 kanal üyesi bulunmaktayken, şahsa ait özel arazilerden toplanan çam fıstığı ticaretinde oluşan pazarlama dağıtım kanalında 3 kanal üyesi bulunmaktadır. Fakat her iki dağıtım kanalındaki üyelerinin aldıkları paylar irdelendiğinde, Kozak Orman İşletme Şefliğinin dağıtım kanalında yer almadığı durumda, diğer kanal üyelerinin aldıkları payların perakendecinin aldığı paydaki % 1'lik artış dışında değişmediği görülmektedir. Bunun nedeni olarak Kozak Orman İşletme Şefliğinin çam fıstığı ticaretinden elde edilen toplam gelirden oldukça düşük bir pay alması gösterilebilir. Dolayısıyla, hammadde üreticisi olan Kozak Orman İşletme Şefliğinin çam fıstığı ticaretinden aldığı payı daha kabul edilebilir bir duruma getirebilmek adına; odun hammaddesinde gerçek tarife bedelinin hesaplanması mantığından hareket edilerek ve çam fıstığının satış fiyatı ve üretiminde oluşan maliyetler dikkate alınarak fıstık çamı için gerçek tarife bedeli hesaplanmalıdır. Fakat kanal üyeleri arasındaki bu gelir eşitsizliğin tam olarak ortaya konulabilmesi adına her bir kanal üyesinin maliyetlerini, vergileri ve ürettikleri katma değerleri de hesaba katan bir çalışmanın yapılması gerekmektedir. Ayrıca, DOİ'lerin ODBÜ'lerin ticaretinden elde edilen gelir içindeki payın artmasının diğer kanalı üyelerini nasıl etkileyeceği de ayrı bir araştırma konusudur.

Bununla birlikte, ülkemizde ODOÜ alanında faaliyet gösteren kooperatif sayısı yok denecek kadar az olmakla birlikte sadece bazı tarımsal kalkınma kooperatifleri ODOÜ alımı da yapmaktadır. ODOÜ pazarlama dağıtım kanalında kooperatiflerin bulunmaması, bu alanda toplayıcı ve üreticileri, aracı ve tüccarlara bağımlı duruma getirmektedir. Bu noktada, ODBÜ üzerine faaliyet gösteren kooperatif sayısı artırılarak, orman köylülerinin pazar ekonomisi koşullarında rekabet edecek güce kavuşturulmalıdır.

KAYNAKLAR

- Açıkgöz Altunel T (2011) Odun Dışı Orman Ürünlerinin Dünyada Ve Türkiye'de Sosyoekonomik Boyutu. Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Baltacı, A. (2018) Nitel Araştırmalarda Örneklem Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 7(1), 231-274.

- Başkale H (2016) Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenirlik ve Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi, Dokuz Eylül University E-Journal of Nursing Faculty, 9(1), 23-28.
- Croitoru L (2007) Valuing the non-timber forest products in the Mediterraneanregion. Review Ecological economics 63:768-775
- Çakmaklı T (2019) Bartın ilinde odun dışı orman ürünlerinin sosyoekonomik analizi. Yüksek Lisans Tezi, Bartın Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Çetin T (2003) Doğal Ortam-Ekonomik Faaliyet İlişkisine Bir Örnek: Kozak Yöresi (Bergama). G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 23,1, 23-46.
- Düden S (2012) Dağıtım Kanalı İşlem Maliyetlerinin Fırsatçılık ve İşbirliği Açısından Değerlendirilmesi: Türkiye Otomotiv Sektörü Dağıtım Kanalı Üzerine Bir Uygulama. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Antalya, 111s
- Eker Ö ve Laz B (2018) Kahramanmaraş Orman İşletme Müdürlüğü'ne Bağlı Orman İşletme Şefliklerinde Fıstık Çamı (Pinus pinea)'nın Ekolojik ve Sosyo-Ekonomik Yönden İncelenmesi. 4th International Non-Wood Forest Products Symposium ,4-6 October 2018, Bursa/Türkiye.
- Eliçin G (1981) Fıstık Çamı (Pinus Pinea L.)'nın Yayılışı Hakkında Bazı Görüşler. Orman Fakültesi Dergisi 31:90-92
- FAO (1999) Towards a harmonised definition of non-wood forest product.
- Göksu E ve Adanacioğlu H (2018) Türkiye'de odun dışı orman ürünlerinde doğrudan pazarlama. Türkiye Ormanlık Dergisi, 19(2), 210-218.
- Holley J ve Cherala K (1998) The Medicinal Plants Sector in India. Delhi, India: The International Development Research Center, South Asia Regional Office, Medicinal and Aromatic Plants Programme in Asia.
- Kar SP ve Jacobson MG (2012) NTFP income contribution to household economy and related socio-economic factors: lessons from Bangladesh. Forest Policy and Economics 14:136-142.
- Kılıcı M, Sayman M, Akkaş ME, Bucak C, Parlak S, Boza Z (2011) Kozak Havzası Fıstık çamı (Pinus pinea L.) Ormanlarında Kozalak Verimini Etkileyen Ekolojik Faktörler. Ege Ormanlık Araştırma Enstitüsü Yayınları Çeşitli Yayınlar Serisi No: 5
- Kızmaz M (2001) Policies to Promote Sustainable Forest Operations & Utilization of Non-wood Forest Products. Ministry of Forestry of Turkey, Seminar Proceedings, Harvesting of Non-Wood Forest Products, Ankara.
- Koçak AS (2015) Endüstriyel Mal Üreten İşletmelerin Etkili Bir Dağıtım Kanalı Modeli Oluşturması ve Çelik Sektörüne Yönelik Bir Uygulama. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 86 s
- Komut O ve Öztürk A (2010) Gümüşhane yöresinde odun dışı orman ürünleri işletmeciliği: Mevcut durum, sorunlar ve öneriler. III. Ulusal Karadeniz Ormanlık Kongresi, Cilt: 3, 1167-1175
- OGM, (2012) Orman Genel Müdürlüğü, 2012 yılına ait Odun Dışı Ürünler Üretim Cetveli, Odun Dışı Ürün ve Hizmetler Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- OGM, (2013) Orman Genel Müdürlüğü, 2013 yılına ait Odun Dışı Ürünler Üretim Cetveli, Odun Dışı Ürün ve Hizmetler Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- OGM, (2014) Orman Genel Müdürlüğü, 2014 yılına ait Odun Dışı Ürünler Üretim Cetveli, Odun Dışı Ürün ve Hizmetler Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- OGM, (2015) Orman Genel Müdürlüğü, 2015 yılına ait Odun Dışı Ürünler Üretim Cetveli, Odun Dışı Ürün ve Hizmetler Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- OGM, (2016) Orman Genel Müdürlüğü, 2016 yılına ait Odun Dışı Ürünler Üretim Cetveli, Odun Dışı Ürün ve Hizmetler Dairesi Başkanlığı, Ankara.

- OGM, (2017) Orman Genel Müdürlüğü, 2017 yılına ait Odun Dışı Ürünler Üretim Cetveli, Odun Dışı Ürün ve Hizmetler Dairesi Başkanlığı, Ankara.
- Olsen CS, Helles F (2009) Market efficiency and benefit distribution in medicinal plant markets: empirical evidence from South Asia. *Int J Biodivers Sci Manag.* 2009, 5: 53-62. 10.1080/17451590903063129.
- Özdemir, G., Keskin, G., Özudođru, H. (2011). Türkiye’de Ekonomik Krizler ve Tarımsal Kooperatiflerin Önemi, Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt: 11, Sayı: 1, 101-113.
- Şafak İ ve Okan, T (2004) Kekik, Defne ve Çam Fıstığının Üretimi ve Pazarlanması. Çevre ve Orman Bakanlığı, Ege Ormancılık Araştırma Müdürlüğü, Sayı: 10, 101-129, İzmir.
- Topçuoğlu A (1966) Fıstıkçanı Ormanlarından Faydalanma. Tarım Bakanlığı, Orman Genel Müdürlüğü, Teknik Haberler Bülteni, Sayı: 19, Ankara 75 s.
- Türker MF ve Sarıtaş E (2018) Identification of The Most Produced Non-Wood Herbal Products and Analysing Their Production On The Basis of Regional Forest Directorates In Turkey. *People-Forest-Science*, Saraybosna, Bosna Hersek.
- Türker MF, Öztürk A ve Tiryaki E (2002) Ülkemiz Ormancılık Sektöründe Odun Dışı Orman Ürünleri Kapsamında Deđerlendirilen Odun Dışı Bitkisel Ürünlerin İşletmeciliği. II.Ulusal Karadeniz Ormancılık Kongresi bildiriler kitabı (Cilt I) içinde, 15-18 Mayıs 2002 (ss. 270-279). Artvin: Kafkas Üniversitesi Artvin Orman Fakültesi.
- Türker MF, Öztürk A, Pak M ve Tiryaki E (2001) Türkiye Ormancılığında Odun Dışı Orman Ürünleri İşletmeciliğinde Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Türkiye Ormancılar Derneđi, 1. Ulusal Ormancılık Kongresi (19-20 Mart 2001) Bildiri Kitabı, sayfa:306-316, Kardelen Ofset, Ankara.
- Türker MF, Sarıtaş E ve Yılmaz C (2018) Requirement, Feasibility And Possible Opportunities of Determination of Real Tariff Prices For Non-Wood Herbal Products. *Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 19:122-128.
- URL-1, https://www.nufusu.com/ilce/bergama_izmir-nufusu 21 Ekim 2018.
- URL-2, http://cografyaharita.com/haritalarim/4I_izmir_ili_haritasi.png 29 Aralık 2020
- Walter S, Vantomme P, Killmann W ve Ndeckere F (2003) Benefit Sharing Arrangements in the Field of Non-Wood Forest Products: Status and Links to Certification. Sustainable Production of Wood and Non-Wood Forest Products. *Proceedings of the IUFRO Division 5 Research Groups 5.11 and 5.12*, pp-11-120, Rotorua, New Zealand.
- Yaman K ve Akyıldız H (2008) Kastamonu’da Yetişen Bazı odun Dışı Orman ürünlerinin Toplama, İşleme ve Pazarlama Maliyetleri. *Kastamonu ün. Orman Fakültesi Dergisi*, 8 (1), 26-36. Kastamonu.
- Yıldırım A ve Şimşek H (2013) Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara.
- Yükselen C (2013) Pazarlama İlkeler-Yönetim-Örnek Olaylar, Detay Yayıncılık, Ankara
- Zeisel H (1982) Sosyal Araştırmalarda Sayısal Anlatım. Onur Kumbaracıbaşı, Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Gazi Üniversitesi Yayın 12,10, Ankara