

Günümüzde çiçek artık sadece süs değil, para kazandıran, gelir getiren bir tarım faaliyetidir. Dünyada da pek çok ülke bunun farkına varmış ve çiçekten para kazanır duruma gelmiştir. Afrika ülkeleri açlıktan, Güney Amerika'da Kolombiya uyuşturucu ticaretinden çiçek yetiştirip satarak kurtulmaya çalışmaktadır. Kolombiya'nın yıllık çiçek satışından geliri 500 milyon doları aşmıştır.

İsrail çölde çiçek yetiştirip satarak 200 milyon dolar gelir sağlamaktadır. Hollanda tüm Avrupa ülkelerine çiçek satmaktadır.

Türkiye'de de süs bitkisi üretimi ve ticareti hızla gelişmektedir. Süs bitkisi ihracatı 17-19 milyon doları bulmuştur. Türkiye'de süs bitkisi üreticisinin eline geçen para 1998 yılında 70-80 milyon dolardır. Bunun yarısı kesme çiçek üreticilerine, diğer yarısı da iç ve dış mekan süs bitkisi üreticilerine gitmiştir. Türkiye'de 6-7 bin çiçek üreticisi, 10 binden fazla çiçekçi esnafı bulunmaktadır.

Ülkemizde Ticari amaçlı süs bitkisi üretimine Yalova'da başlanmıştır. İşletme arazilerinin %74,6'sı süs bitkisi üretimine ayrılmaktadır. Bu oran Yalova'da %97,8, İzmir'de %96,1, Bursa'da %83,5 ve Antalya'da %75,0'dır. Buradan da görülmektedir ki, Yalova, İzmir, Bursa ve Antalya'daki süs bitkileri işletmeleri diğerlerine göre daha ihtisaslaşmış işletmelerdir. Genel olarak işletmelerin %62,4'ü bir dernek, birlik veya kooperatife üye bulunmaktadır. En düşük örgütlenme oranı Mersin ilinde iken, en yüksek örgütlenme oranı Yalova'da bulunmaktadır.

## **Kesme Çiçekçilik**

Dünyada yaklaşık 50 ülkede kesme çiçek üretimi yapılıyor. Türkiye, mevcut iklim ve coğrafi yapısıyla, kesme çiçek üretimi açısından büyük olanaklara sahip ülkelerin başında geliyor. Türkiye'de ticari anlamda çiçek üretimi ve pazarlaması 1940'lı yıllarda başladı. Halen süs bitkisi üretimi yapılan illerin sayısı 20. 2000 yılı itibariyle Türkiye'de süs bitkilerine ayrılan sera 15 bin dekar civarında. Süs bitkileri üretimi yapılan alanın yüzde 53'ünde kesme çiçek üretimi yapılıyor. Kesme çiçek üretim alanlarında birincilik, yüzde 28'le İzmir'de. İzmir'i sırasıyla Antalya, İstanbul ve Yalova takip ediyor. Antalya üreticileri ağırlıklı olarak dış pazara üretim yaparken, İzmirli üreticiler hem iç hem de dış pazara yönelik çalışıyor.

Kesme çiçek üretimine ayrılan ve 9500 dekarı aşan alanın, üçte ikisi örtülü alan. Bunun yüzde 12'sini cam seralar, yüzde 88'ini ise plastik örtülü seralar oluşturuyor. Türkiye'de kesme çiçek üretiminin yüzde 30'u açık alanlarda yapılıyor.

## **Beş bin ailenin ekmek kapısı**

Türkiye’de yaklaşık 5 bin aile kesme çiçek üretimiyle uğraşüyor. Üretim yapan işletmeler, uzun yıllar boyunca, arazileri değerlendiren, küçük aile işletmeleri olarak faaliyetlerini sürdürdü. Günümüzde de iç pazara üretim yapan, ürünlerini çiçek kooperatifleri aracılığıyla pazarlayan işletmelerin çoğunluğu, küçük aile işletmeleri niteliği taşıyor.

Kesme çiçek işletmelerinin yapısı 1975’lerden sonra değişmeye başladı. Öncelikle İzmir’deki işletmeler büyümeye başladı. Böylece küçük aile işletmelerinden, daha büyük ölçekli ticari işletmelere dönüşüm başladı. 1985’de Antalya’da kesme çiçek ihracatının başlamasıyla birlikte ihracat amacıyla üretim yapan büyük ölçekli, dünya standartlarını yakalayan modern işletmeler ortaya çıkmaya başladı.

Türkiye’de kesme çiçeğin yurtiçi pazarlaması, çiçekçilik kooperatifleri üzerinden yapılıyor. Şu anda Türkiye’de merkezi İstanbul’da bulunan iki kooperatif bulunuyor. Çiçekçilik kooperatiflerinin 14 ildeki 20 çiçek mezarında, yaklaşık 6000 civarındaki çiçek üreticisinin çiçekleri, çiçekçi esnafına satılıyor. Kesin rakamlar olmamakla birlikte Türkiye’de 9 binin üstünde çiçekçi esnafı var ve bunların yarısına yakını İstanbul’da faaliyet gösteriyor.

## **2002’de büyük sıçrama**

Kesme çiçek üreten sayılı ülkeler arasında olmamıza rağmen dünya kesme çiçek ticaretinden aldığımız pay oldukça düşük. Dünyadaki toplam ihracat 4 milyar dolara yakınken, Türkiye’nin payı sadece 20 milyon dolar civarında.

İGEME (İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi) Araştırma ve Geliştirme Başkanlığı Tarım Dairesi Bölümü’nden Cengiz Türkay’ın hazırladığı Kesme Çiçek Dış Pazar Araştırması Raporu’na göre Türkiye’de ihracata yönelik kesme çiçek üretiminin 15 yıllık bir geçmişi var: 1985 yılında 70 dekarlık bir alanda spreyci karanfil ile başlayan üretim geçen yıl yaklaşık 8 bin dekar düzeyine çıktı. İhracata yönelik kesme çiçek üretiminin ağırlığı karanfilde toplanmış durumda. İhraç paletimizin diğer türlerle zenginleşmesi henüz istenilen düzeye ulaşamadı. İşte bu nedenle dış pazar talep oranı yüksek yeni kesme çiçek türlerinin ve bunlarla ilgili üretim tekniklerinin üreticimize ve ihracatçımıza tanıtılması, kesme çiçek ihracatımızın geleceği açısından çok önemli.

1985’de 106 bin dolar olarak gerçekleşen kesme çiçek ihracatı, 1990’da 110 kat artarak 11.6 milyon dolara ulaştı. 1998’de 13 milyon dolar seviyesine ulaşan ihracat geçen birkaç yıl içinde yaşanan ekonomik krizlerin etkisiyle düşüş gösterdi. 2002’de krizlerin etkisinden kurtulan sektör büyük gelişme gösterdi ve ihracat 20 milyon doları geçti.

## İngiltere en önemli pazar

İhracatın yüzde 80'e yakın bölümü Avrupa'ya yapılıyor. İngiltere, ihracatımızda ilk sırayı alan ülke. 2001'de İngiltere'ye yapılan ihracat, toplam ihracatın yüzde 64'üydü. İngiltere'nin ihracatımız içinde aldığı bu yüzdenin en önemli nedenleri, İngiltere'de kişi başına kesme çiçek tüketiminin diğer Avrupa ülkelerine göre düşük olması ve tüketici tercihlerinin, üretimi ısı kontrolü yapılmaksızın gerçekleştirilebilen spreyci karanfil yönünde yoğunlaşmasıdır. Hollanda'ya yapılan ihracat, bu ülkenin sahip olduğu mükemmel dağıtım ağının yanında, ürünlerimizin düşük fiyat bulması nedeniyle istenilen seviyeye ulaşamıyor. Taşıma konusunda sağlanan gelişmeler, Japonya'ya Türk çiçeğinin ihracatını artırdı ve bu ülkenin ihracatımızdan yüzde 11 civarında pay alarak üçüncü sıraya gelmesini sağladı.

Türkiye'de kişi başına kesme çiçek tüketimi çok düşük. Ayrıca özellikle ihracatın sözkonusu olabileceği kış aylarında iç piyasa fiyatları yükseliyor ve arz miktarı düşüyor. Bundan da kesme çiçek ihracatımız olumsuz etkileniyor.

Yıllar	Değer(1000 \$)
1992	11.078
1993	10.848
1994	10.291
1995	10.908
1996	12.093
1997	13.669
1998	13.536
1999	11.886
2000	6.689
2001	7.634
2002	20.921

## **Kesme çiçek üretimi ve ticaretindeki gelişmeler**

Tüm dünyada toplam 35 milyar dolarlık bir tüketim hacmine ulaşmış olan kesme çiçek ve kesme yeşillik ticaretinde, üretimde ve ıslahta yeni teknolojilerin devreye sokulması, pazara arz edilen tür ve çeşit paletinin zenginleşmesini sağlamış ve kalitede bariz bir artışı mümkün kılmıştır.

Son 10 yılda kaydedilen bu olumlu gelişmeler 80'lerin ortalarından itibaren oldukça stabil bir artışla seyreden tüketimin ivme kazanmasını da beraberinde getirmiştir. Son üç dört yılda izlenen ve genelde belirli bir azalmayı da içeren tüketim dalgalanması ise, güneydoğu Asya krizinden ve özellikle Rusya'da ve Batı Avrupa'da baş gösteren ekonomik krizden kaynaklanmaktadır.

## **Türkiye Deki Kesme Çiçek Üretimi Ve Pazarlaması**

Türkiye de ticari anlamda kesme çiçek üretimi, yaklaşık 50 yıllık bir geçmişe sahip olup, önceleri İstanbul Adalar ve Yalova çevresinde başlayan çiçekçilik, 1970'lerde İzmir'de, 1980'lerde Antalya'da ve 1990 başlarında az miktarda Adana ve Muğla illerinde gelişmeye başlamıştır.

Türkiye'de kesme çiçek üretimini bölge, iklim ve üretim teknikleri gibi özellikleri göz önüne alarak, iç pazara yönelik ve ihracata yönelik üretim olarak iki başlık altında ele almak uygun olacaktır.

## **İç Pazara Yönelik Kesme Çiçek Üretimi Ve Pazarlaması**

Ülkemizde kesme çiçekçiliğinin gelişmesinde Çiçek Üretim ve Pazarlama Kooperatiflerinin önemli katkıları olmuştur. 1946 ve 1955 yıllarında üretim bölgelerinde kurulan iki çiçek kooperatifi ortaklarına ihtiyaç duydukları bitki ve tohum materyaline tedarik etmekte, ayrıca ortaklarının ürünlerini kurdukları mezarlar aracılığı ile değerlendirmektedir. Başlangıçta önemli sayılan üretim bölgelerinde yer alan bu mezarlar bu bölgelerin tüketim bölgeleri haline dönüşmesiyle, üreticiden daha çok tüketiciye yakın hale gelmişlerdir. Diğer bir deyimle pek örneği olmayan tüketim mezarları haline dönüşmüşlerdir. 1997 yılında bu mezarlarca satılan kesme çiçeklerin toplam değeri, 16 milyon ABD dolarına ulaşmıştır.

Türkiye Süs Bitkilerinin üretim alanı yıllara göre aşağıdaki tabloda, verilmiştir. Ancak kesme çiçek üretim alanlarına ilişkin bulunan değerler son derece tutarsız ve yıllar itibari ile büyük çelişkiler içerdiğinden ayrıca verilememektedir.

**Tablo 2: Türkiye’de Yıllar İtibariyle Süs Bitkileri retim Alanları\* (Dekar)**

<b>YILLAR</b>	<b>TOPLAM</b>	<b>CAM SERA</b>	<b>PLASTİK SERA</b>
<b>1994-1995</b>	3803	461	3343
<b>1995-1996</b>	6628	951	5677
<b>1996-1997</b>	4573	368	4205
<b>1997-1998</b>	4938	344	4594

Ege Bölgesinde iek üretimi, önceleri plastik ve cam seralarda sebze ile münavebeli bir Şekilde yürütülmekteydi. Son yıllarda ise sebze ve iek fiyatlarındaki sezonluk paritenin etkisi altında üretimde bazen iek ve bazen sebze lehine önemli sapmalar görülmektedir. Sprey ve standart karanfil, krizantem, gerbera ve gl üretimde baŐı çeken kalemlerdir. Ürünün büyük bölümü mezatlar aracılıŐı ile pazarlanmaktadır, bazı büyük üreticiler bir araya gelerek Batı Avrupa’ya yönelik karanfil ihracatına ynelmiŐlerse de bu ihracat sürekli Őekle gelememiŐtir. Rusya ve Balkan ülkelerine yönelik iek ihracatının baŐlaması ile mevcut mezat bünyesinde ihracat mezatı da oluŐturulmuŐtur. Bu yolla standart karanfil ve gerbera pazarlamasında cazip fiyatlara eriŐilmiŐ, ancak son iki yılda gerileyen Rus pazarının etkisi ile ihracat mezatının önemi azalmıŐtır.

Akdeniz Bölgesinde iek üretimi 1980’lerde gelişmeye baŐlamıŐ; önceleri kış üretimi için bölgenin iklim avantajını fark eden bazı İstanbul bölgesi reticileri Antalya’da üretime başlamıştır. İhracata yönelik üretim bölgede kazandırdıŐı ivme ile birlikte Antalya’nın yakın bölgelerinde, kısmen dış pazara ama oŐunlukla iç pazara yönelik üretim yapan bir üretici topluluŐu oluŐmuŐtur.

Merkeze baŐlı Altınova, Varsak ve amky bölgelerinde sprey ve standart karanfil, gerbera, gl, gypsophila, krizantem ve solidago’nun ( ki bu son üç kalem ihracat üretimi yapan firmalar tarafından üretilmektedir) bir kısmı mezatlar, diŐer kısmı da İstanbul’da toptan satış yapan firmalar tarafından pazarlanmaktadır. Ayrıca, ihracatçı firmaların bir kısmı ihracat dıŐı ürünlerini Anadolu’nun diŐer kentlerinede doŐrudan pazarlamaktadır.

## **İç Pazara Yönelik Kesme Çiçek Üretimindeki Sorunlar ve Çözüm Önerileri**

Üretim ile ilgili sorunlar: İç pazara yönelik üretimde en büyük sorun ürün Kalitesinden kaynaklanmaktadır. Buna paralel olarak, ürün fiyatları beklentinin altında seyretmekte ve sonuçta;

- Üretici kaliteli ancak fiyatı yüksek bitki materyali temininden kaçınmakta, büyük ölçüde kendi imkanları ile çoğaltma yolunu tercih etmektedir.
- Yeni türler ve çeşitleri konusunda pazar enformasyonuna ve üretim teknikleri konusunda yeterli bilgiye sahip değildir.
- Yatırım ve işletme sermayesi yetersizliği nedeniyle damla sulama, damla gübreleme, ek ışıklandırma, karartma, sera havalandırma, soğutma sistemleri gibi modern üretim tekniklerinin kullanımı kısıtlıdır.
- Teknik danışmanlık desteğinden yoksundur.

### ***Pazarlama Sorunları :***

İki kooperatifin sahip olduğu mezarlar, kesme çiçekteki kalite ve fiyat seviyesini geliştirmekte yetersiz kalmaktadır. Bunun başlıca sebepleri

- Mezarlar esas itibarıyla, tüm dünyadaki benzerlerinin tersine üretim merkezleri yerine tüketim merkezlerinde faaliyet göstermektedir ve bunun sonucu olarak, mezar üzerinde müşterinin yönlendirici etkisi fazladır.
- Üreticiler ile mezarlar arasındaki bilgi akışı son derece zayıftır, böylelikle üretimin pazar talepleri doğrultusunda planlanması tamamen tesadüflere kalmaktadır.
- Mezarlarda çiçeklerin satış öncesinde hazırlanması ve sergilenmesinde ürüne artı değer kazandıracak özen gösterilmemektedir.
- Her iki kooperatif müşterilerini (perakende çiçekçileri) kendilerine bağlayabilmek için kıyasıya bir rekabet içerisinde olup, müşterilerine karşı çok büyük tavizler vermektedir. Bu tavizler sonucunda, sürekli müşteri kaybetme korkusu içerisinde olan kooperatifler, müşteriden gelen uzun vadeli ödemeleri kabul etmekte ve üreticiyi mali açıdan zor durumda bırakmaktadır.
- Mezarlarda, minimum kalite standardı belirlenmediği gibi uygulaması da yoktur, gelen ürünler kalitelere göre sınıflandırılmamakta, ürünün iyisine kötüsüne bakılmadığı ürünün tamamının mezarlanması yoluna gidilmektedir.

- Kooperatifler, çiçeklerin üretim yerlerinden mezata kadar taşınmasını üstlenmiş durumdadır, ancak 200-800km'lik mesafelerde çiçeğin soğuk zincir içinde taşınması düşünülmediği gibi sermaye yetersizliği nedeniyle mezatlarda soğuk depo yatırımına da yer verilmemiştir. Bu durum çiçeğin vazo ömrünü ve albenisini olumsuz etkilemektedir.

### ***Tüketim Sorunları :***

Ülkemizde kesme çiçek tüketimi oldukça düşüktür, bunun başlıca sebepleri:

- Üretim ve satışta görev alan kurum ve kuruluşlar tüketimin artışına yönelik herhangi bir tanıtım faaliyetinde bulunmamaktadır.

- Çiçeklerdeki kalite ve vazo ömrünün arzulanan seviyede olmayışı hazır buket satışını imkansız kılmakta, bu durum ev kadının kesme çiçeğe yönelmesinde en büyük engeli oluşturmaktadır.

- Çiçekçilerin mesleki bir eğitimden geçmemiş olmaları, bu konudaki yaratıcılıklarını engellemektedir. Bu açığı karşılayacak herhangi bir okul veya kurs bulunmadığı gibi çiçekçilerin işyeri açımında mesleki bir sertifika aranmamaktadır.

### **İhracata yönelik kesme çiçekte sorunları**

Geçtiğimiz 14 yılın kalıcı hale dönüştürdüğü en büyük sorun, ürün çeşitlenmesinin sağlanamaması ve dış pazarda spreyci karanfilin talebindeki düşüşe karşın alternatif çiçek türlerine henüz yeterince yönelinebilmemiş olmasıdır.

Yine aynı dönemde müzminleşen diğer sorun ise, İngiltere'ye yönelik ihracatın oransal boyutunun da ortaya çıkardığı tek pazara bağımlılıktır. Bu iki sorun yumurta-tavuk sistemine benzer bir şekilde gelişmiş, karanfilin büyük pazarının İngiltere oluşu bu ülkeye yönelik karanfil ihracatını yoğunlaştırmış, örneğin kargo uçağı sadece bu hatta konulmuş THY ile görüşmeler ve taviz talepleri hep Antalya-Londra hattına yoğunlaşmıştır. Daha sonra hava taşımacılığının yüksek maliyetlerine çözüm olarak gelişen tır taşımacılığı da yine Antalya-Londra hattına yönelik olarak devreye girmiştir. Oysa tır taşımacılığı ile Gypsophila , Solidago gibi alternatif ürünlerin taşınması sakıncalı iken, sadece karanfil nispeten sağlıklı bir şekilde pazara taşınabilmekte, sonuçta bu taşıma sistemi ürün çeşitlenmesini olumsuz yönde etkilemektedir.

## **İhracata yönelik sorunlara ilişkin çözüm önerileri :**

- Üretim bölgelerinin merkezinde ihracat mezarı kurulması; Yeni ürüne yönelen üreticinin en büyük endişesi pazar ve müşteri bulamamasıdır. Oysa ihracat mezarlarında, yeni ürünlerin müşteri bulduğunu gören üretici cesaretlenecektir. Bu mezarlar aynı zamanda çeşitleme sıkıntısını çeken ihracatçıya ürün temininde kaynak teşkil edeceği gibi, Rusya ve balkanlardan bavul ticareti amacıyla gelen müşterilerin arzulan kalitede ve miktarda çiçek bulmalarına da imkan tanıyacaktır.

- Kesme çiçek üretiminde yüksek teknoloji kullanımının teşviki gerekmektedir. Küçük ve orta büyüklükteki işletmelerimizin genelde mali yapıları zayıftır. Bu durum işletmelerin yeni ve daha yüksek teknolojiyi gerektiren yatırımlara yönelmelerini engellemektedir. Örneğin ihracata yönelik gül, sezon boyu krizantem ve dış pazarda iyi talep gören ışıklı bitkilerden Aster, Hypericum gibi. Yeni türlerin üretiminin yaygınlaşması için gerekli yatırımlar yapılamamaktadır.

- Oysa İsrail'de devlet, yüksek teknolojiyi gerektiren bu yatırımları teşvik kapsamına alarak, bir yandan ürün paletini genişletirken, diğer yandan katma değeri yüksek bu ürünlerin üretimini yaygınlaştırmaktadır.

- Avrupa ülkelerinin çiçek ticaretinde süper marketlerin önemi giderek artmaktadır. Süper marketlerde ise ürün alımını yaptıkları ihracatçıyla yıl boyu çalışmak istemektedirler. Kasım-mayıs arasındaki klasik ihracat dönemimizin kısalığı süper marketlerle çalışmayı zorlaştırmaktadır. Bu nedenle kaliteli malın üretildiği ihracat sezonunu uzatabilmek için yayla bölgelerinde yaz üretimine önem verilmelidir. Bu konuda Isparta'da yapılmış olan ön çalışmalar ümit vericidir. Genelde üretim, pazar ve ihracatçı yapısından kaynaklanan bu sorunların çözümü halinde Türk çiçeği dış pazarda yeni bir imajla layık olduğu konuma ve ihracat düzeyine ulaşacaktır.

## **Dış mekan bitki yetiştiriciliği**

21 yüzyıla girdiğimiz günümüzde insanoğlu çarpık kentleşme, sanayileşme ve nüfus artışının getirdiği çevre sorunları ile karşı karşıya kalmıştır. Parçası olduğu doğadan gittikçe uzaklaşan, gri beton yığınları arasında, kirli bir havayı teneffüs etmek zorunda kalan insan, yeşil alanların doğaya duyulan özlemi gidermesinin yanı sıra kendi fiziksel ve ruhsal sağlığı için önemini daha iyi anlamaktadır. Kişi başına düşen yeşil alan miktarının 8-12 m<sup>2</sup> olduğu, Avrupa ülkeleri ile kıyaslandığında ülkemizde bu rakamın çok altında kaldığı (ortalama 2 m<sup>2</sup>) görülmektedir.

Oysa son zamanlarda gündemde olan, ülkemiz için bir aşama kabul edilen, sosyal, ekonomik ve politik açıdan standartlarına uymak için çaba sarf edilen AB' de kişi başına düşen yeşil alan miktarının da bir standart olduğu unutulmamalıdır . Gerek bu standardı yakalamak, gerekse artan çevre sorunları azaltmak için kentlerimiz ve yakın çevresinde yeşil dokuyu artırma çabaları beraberinde artan dış mekan bitkileri gereksimi ortaya çıkarmaktadır. Ülkemizde dış mekan bitkileri üreten fidanlıkların yeterli olduğunu ve bu konuda sağlıklı istatistiki bilgilerin bulunduğunu söylemek olanaksızdır.

Dış mekan bitkileri yetiştiren fidanlıklar yıllar önce yabancı ülkelerde düzenli yatırım ve fidanlıklar şeklinde organize edilmiş olmasına karşın, ülkemizde gerçek anlamda süs ağaç ve çalılarının üretim için fidanlık kurulması Cumhuriyet dönemine rastlamaktadır. Ankara'da bugün Kurtuluş Parkı'nın bulunduğu yerde ve Atatürk Orman Çiftliği içinde ilk fidanlıklar kurulmuştur.

Günümüzde dış mekan bitkileri yetiştiren fidanlıklar incelendiğinde, üretimin çoğunlukla Orman Genel Müdürlüğü, Karayolları, Devlet Demir Yolları, Devlet Su İşleri ve belediye fidanlıkları tarafından ve daha az olarak da özel fidanlıklarda yapıldığı görülmektedir

**SÜS BİTKİSİ YETİŞTİRİCİLİĞİ  
VE  
KESME ÇİÇEK SEKTÖRÜ**

**Oktay TAŞ**