üçüncü sektör
KOOPERATİFÇİLİK

BAYBURT İLİ KOP VE BURNAZ DERE HAVZALARINDA ARICILIK YAPAN İŞLETMELERİN GENEL DURUMU VE KOOPERATİFLEŞMEYE BAKIŞ AÇISI

Vedat DAĞDEMİR*

Özet

Bu araştırma, Bayburt ili kop ve burnaz dere havzalarında bulunan "Örence, Demirkaş, Sığırcı, Kop ve Çalıdere" köylerinde arıcılık yapan işletmelerden anketlerle elde edilen verilerden yararlanılarak yapılmıştır. Anket yapılan işletmelerde çiftçilerin eğitim durumlarının çok düşük olduğu belirlenmiştir. İşletme başına düşen sulu arazi ve çayır miktarının oldukça düşük, köy dışında çalışma oranının yüksek olduğu bulunmuştur. Arıcılığa yeni başlamış olan çiftçilerin daha çok aile ihtiyacı için, daha önce arıcılık yapan çiftçilerin ise yan gelir elde etmek amacıyla faaliyette bulundukları belirlenmiştir. Üretilen balın ağırlıklı olarak perakende pazarlandığı ve pazarlamasında bir sorunun yaşanmadığı tespit edilmiştir. Kooperatifleşmeye sıcak bakılmasına rağmen uygulamanın çokta kolay olmadığı sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Arıcılık, pazarlama, bal, burnaz dere

* Yrd.Doç.Dr. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü Erzurum dagdemir@atauni.edu.tr

TENDECIES TOWARDS COOPERATION AND GENERAL CONDITIONS OF HONEYBEE FARMS IN KOP AND BURNAZ DERE BASINS IN BAYBURT PROVINCE

Abstract

This research has been based on the data collected through questionnaire from honeybee farms in "Örence, Demirkaş, Sığırcı, Kop and Çalıdere" villages in Kop and Burnaz Dere in Bayburt Province. In the farms where the questionnaire were applied, it has been determined that the level of education was very low. It was found that the watered land and meadow amount per capita was quite low and working rate was high at outside of the villages. The purpose of beginner be farmers was family needs and that of the others was for income purpose. Produced honey was sold as retail with no marketing problem. Cooperative was desired from all farmers but still it seems that there will be some difficulties in practice.

Key Words: Apiculture, marketing, honey, burnaz dere

1. Giriş

Dünyada yetişen ballı bitkiler florasının ¾ ü Türkiye'de yetişmektedir. Bu avantajına rağmen Türkiye bal üretiminde dünyada 6. sırada yer almaktadır. Bu da göstermektedir ki ülkemizdeki potansiyel iyi bir şekilde değerlendirilememektedir (Yarol, 1998). Yine Türkiye'de küçük, dağınık ve çeşitli sorunlara sahip olan tarım işletmeleri miras yolu ile daha da küçülmekte ve ekonomik olma özelliklerini yitirmektedirler (Erkan ve Çiçek, 1988). Kırsal alanda gelir düzeyinin yükseltilebilmesi için tarım işletmelerinde mevcut üretim kaynaklarının etkin kullanımının sağlanması gerekmektedir.

Türkiye'de hızlı nüfus artışı, şehirleşme ve kişi başına düşen gelirin artmasıyla hayvansal ürünlere olan talepte bir artış yaşanmıştır. Hızlı nüfus artışının yanı sıra işsizlikte artmıştır (Cengiz, 1999). Ülkemizde işsizlik özellikle kırsal kesimde çok yoğun olarak ön plana çıkmaktadır. Hızla artan nüfusun beslenmesi ve işsizliğin azaltılabilmesi için alternatif geçim kaynakları gerekmektedir. Ülkemizde arıcılıkla ilgili potansiyelinin daha da iyi bir şekilde değerlendirilebilmesi, küçük sermayeye ihtiyaç göstermesi ve toprağa bağlı olmadan yapılabilmesi kırsal kesimde arıcılığı alternatif bir gelir kaynağı olarak ön plana çıkarmaktadır (Dağdemir ve Topcu, 2003).

Araştırma bölgesi önemli doğal koşullara sahiptir. Bu araştırmada bölgenin yaşam standardını yükseltecek en önemli alternatif gelir kaynağı olan arıcılığın mevcut durumunu belirlemek ve potansiyel artırımı ile elde edilecek balın pazarlama durumunu ortaya koymak amaçlanmıştır. Ayrıca kooperatifleşmeye bakış açısı irdelenmeye çalışılmıştır.

2. Materyal ve Metot

2.1. Materyal

Bu araştırma, "Bayburt ili kop ve burnaz dere havzalarında erozyon kontrolü, doğal kaynaklar yönetimi ve kırsal kalkınma projesi'nin[1]" uygulandığı "Örence, Demirkaş, Sığırcı, Kop ve Çalıdere" köylerinde yapılmıştır. Çalışmanın materyali, projenin uygulandığı köylerde arıcılık yapan işletmelerden anketlerle tespit edilen verilerden oluşmuştur. Ayrıca pazarlama durumunu ortaya koymak için konu uzmanlarıyla yapılan görüşmelerden elde edilen bilgilerden de yararlanılmıştır.

2.2. Metot

Araştırma bölgesinde arıcılık ilgili mevcut durumu tespit etmek amacıyla anketler hazırlanmıştır. Arıcılıkta tam sayım amaçlanmıştır. Fakat arıcılık yapan çiftçilerin hepsine ulaşmak mümkün olmadığından 55 işletmeyle anket yapılmıştır. Bu sayı toplam işletmelerin %52.88'ine denk gelmektedir. Bu da mevcut durumu ortaya koyacak yeterlikte varsayılmıştır.

3. Sonuçlar ve Tartışma

3.1. İşgücü Durumu

Anket yapılan işletmelerde 173 erkek (%50.4), 170 kadın (%49.6) toplam 343 nüfus hesaplanmıştır. İşletme başına yaklaşık olarak 6 kişi düşmektedir. Proje bölgesinde arıcılık yapan işletmeler ortalama olarak 3.82 EİB'ine[2] sahiptir. Erzurum merkez ilçede yapılmış bir çalışmada işletme başına 6.50 kişi düşerken, işletmelerin ortalama olarak 4.78 EİB'ine sahip oldukları tespit edilmiştir (Kumbasaroğlu, 2003). Araştırma bölgesinin coğrafi bakımdan tarıma çokta elverişli olmadığı düşünüldüğünde arıcılık gibi çok yoğun bir işgücü istemeyen üretim dalı için oldukça fazla oranda işgücünün mevcut olduğu görülmektedir.

Anket yapılan işletmelere "arıcılığa ayırdığınız zaman tarımla ilgili diğer işlerinizin yapılmasını engelliyor mu" sorusu sorulmuş, bunların %9'u evet, %91'i hayır cevabını vermiştir. Evet diyen işletmeler 50 ve daha fazla kovana sahip olan işletmelerdir. Fakat genel eğilime baktığımızda tüm ailenin katılımı ile bu faaliyet dalının çok fazla zaman almadığıdır.

3.2. Eğitim Durumu

Arıcılık yapan işletmelerdeki eğitim durumu tablo 1'de verilmiştir.

---

[1] Alman Hükümeti GTZ (Teknik İşbirliği Kurumu) nin finanssal desteğini sağladığı, TEMA Vakfı ve Bayburt Valiliğinin işbirliği ile 1999 - 2004 yılları arasında sürdürülen bir kırsal kalkınma projesidir.

[2] EİB: Erkek iş birimidir. Burada 15-49 yaş arası erkek = 1, 15-49 yaş arası kadın = 0.75, >50 yaş erkek = 0.75, >50 yaş kadın 0.50 ve 7-14 yaş arası çocuk = 0.50 erkek iş birimi sayılmaktadır (Karagölge, 1996; Açıl ve Köylü, 1971).

.

Tablo 1. Arıcılık Yapan İşletmelerdeki Eğitim Durumu.

Eğitim Durumu	Sayı	%
- 0-6 yaş	35	10,21
- Okur Yazar Değil	27	7,87
- Okur Yazar	10	2,92
- İlkokul	190	55,39
- Ortaokul	48	13,99
- Lise	32	9,33
- Üniversite	1	0,29
- Toplam	343	100,00

İşletmelerde okur yazar olmayanların ve okur yazar olanların tamamına yakını yaşlı bayanlardan ve erkeklerden oluşmaktadır. Orta okul ve lise mezunları daha çok ailede orta yaşlarda bulunan erkeklerden meydana gelmektedir. Tüm bu yapıya bakıldığında yörede eğitim seviyesinin çok düşük seviyelerde olduğu görülmektedir.

3.3. Problemlerin Kaynağı

Anket yapılan işletmelerin %25,45'i verimli damızlık arı temini, bal verimliliğini artırma, bakım şartlarının iyileştirilmesi, arıcılıkla ilgili teknik bilgilerin öğrenilmesi, ana arı ve arı sütü üretiminin öğrenilmesi gibi teknik, %25,45'i üretilen balı pazarlayamama (balı değerinde satamamak), girdi maliyetlerinin yüksek olması (kovan, temel petek, maske ve eldiven ve arcı körüğü malzemelerinin pahalı olması) gibi ekonomik ve %49,10'u hem ekonomik hem de teknik problemlerinin olduğunu belirtmişlerdir. Arıcılığı yeni yapmaya başlayanlar da daha çok teknik problemler ön plana çıkarken, büyük çapta arıcılıkla uğraşanlarda ekonomik problemler görülmektedir.

3.4. Köy Dışında Çalışma Oranı

Arıcılık yapılan işletmelerde aile bireylerinden aileye katkı için köy dışında şehirlerde çalışanların oranı %43.64, yurt dışında çalışanların oranı ise %23.64 olarak hesaplanmıştır. Yurt içinde şehirlere ve yurt dışına genellikle genç ve orta yaş erkekler gitmektedirler. Arıcılık gibi fazla işgücüne ihtiyaç duyulmayan ve kadınlar tarafından da kolaylıkla yapılan, ayrıca geliri de oldukça iyi olan bir üretim dalının yörede yaygınlaştırılmaya çalışılması oldukça önemlidir. Yetişkin erkekler köy dışında çalışmaya daha çok meyilli olduklarından köyde kalanlar tarafından kolaylıkla yapılması açısından arıcılık önemli bir üretim faaliyetidir.

3.5. Arazi Durumu

Arıcılık yapan işletmelerde işletme başına parsel sayısı ve işletme başına düşen arazi miktarı tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. İşletmelerde Arazi Dağılım Durumu

1. İşletme Başına Arazi Parsel Sayısı	**Parça (Adet)**
- Ortalama sulu parsel sayısı	3
- Ortalama kuru parsel sayısı	7
- Ortalama toplam parsel sayısı	10
2. İşletme Başına Düşen Arazi Miktarları	**Miktar (Dekar)**
- Kıraç (Kuru)	63
- Sulu	20
- Çayır	11
- Toplam	94

Türkiye'de işletme arazileri çok parçalılık eğilimi göstermektedirler (Korkmaz, 1995). Tablo 2'ye baktığımız zaman arazilerin çok parçalı olduğu (ortalama 10 adet) görülmektedir. Arazi parçalanması sermaye ve işgücünün israfına, rantabilite düşüklüğüne, makine kullanımında güçlüğe ve sulama zorluğuna sebep olmaktadır (Güneş, 1965). Bu olumsuzluklar işletme gelirinin düşmesine neden olmaktadır.

Tablo 2 incelendiği zaman, sulu arazi ve çayır miktarının da yeterli düzeyde olmadığı görülmektedir. Kıraç arazi ise daha çok engebeli ve dağlık alanlardadır. Arıcılık yapan işletmelerde arazisi az olanların oranı oldukça yüksektir. Ortalamalara göre bulunan arazi miktarları da azdır. Özellikle az araziye sahip olanların arıcılık gibi yörede önemli bir alternatif gelir getiren faaliyetle uğraşması önemlidir. Çünkü arıcılık işlenebilir araziye bağlı olmadan yapılan tarımsal bir uğraştır ve çiftçinin yaşam standardını yükseltebilecek özelliktedir.

3.6. Kovan Durumu

Arıcılık yapan işletmelerin %56,36'sının daha önce arıcılık yaptığı, %43,64'ünün ise daha önce arıcılık yapmadığı belirlenmiştir. Anketlerin değerlendirilmesinde daha önce arıcılık yaptığını söyleyenlerin kovan sayılarına baktığımızda büyük çoğunluğunun proje tarafından verilen 2 kovana sahip olduğu görülmektedir. Bunların önceden azda olsa arıcılık yaptığı fakat teknik eksiklikten dolayı bunu devam ettiremedikleri anlaşılmaktadır.

Anket yapılan arıcılık işletmelerinin %71'inin arı kovanı olmayıp projeden arı kovanı almıştır. Bunların kovan sayıları 1 ile 4 arasında değişmektedir. Projeden kovan alanların %15'i bir kovanını söndürmüş elinde bir kovan kalmıştır. İşletmelerin %29'u projeden faydalanmakla birlikte arı kovanları 4'ten fazla olup 120'ye kadar çıkmaktadır ve ortalama olarak işletme başına 32 kovan düşmektedir. Bunlar profesyonel bazda arıcılık yapmaktadırlar.

Profesyonel olarak arıcılık yapanlar kendi kovanlarının oğul vermeleri yanında bölme yöntemi de kullanarak, bu işe yeni başlayanlar ve az sayıda kovana sahip olanlar ise kovanların oğul vermesiyle arılarını çoğaltmaktadırlar.

Yine profesyonel olarak arıcılık yapanlar ana arı temininde kovanın kendisinin ana arı yapması yanında kafeste de ana arı yetiştirmektedirler. Yeni başlayanlarda kovanın kendisi ana arı yapmaktadır. Bu işe yeni başlayanların teknik bilgisi arttıkça ve bu işe alışkanlıkları geliştikçe kovanlarını çok daha fazla çoğaltabileceklerdir.

3.7. Bal Üretim ve Pazarlama Durumu

Kovan sayıları 1 ile 4 arasında değişen işletmeler kovan başına yaklaşık olarak 20 kg bal elde etmekte olup tamamını aile ihtiyacı için kullanmaktadırlar. Alternatif bir gelir elde ettikleri için kovanlarını arttırmak istediklerini belirtmişlerdir.

Kovan sayıları 4'ten fazla olup 120'ye kadar çıkan işletmeler profesyonel bazda arıcılık yapmakta olup kovan başına ortalama olarak 24 kg bal elde etmektedirler. Elde edilen balın ortalama olarak %15'i ailede tüketilirken, %85'i pazarlanmaktadır. Ailede tüketilen oran bazı işletmelerde %40'a çıkarken bazılarında %5'e kadar inebilmektedir. Ortalama olarak arıcılıktan elde edilen gelir toplam gelirin yaklaşık %25'ine denk gelmektedir. Bu oran bazı işletmelerde %10'a düşerken bazılarında %50'yi geçmektedir.

İşletmelere "arıcılık yapma nedenleri" sorulmuş sonuçlar tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. İşletmelerin Arıcılık Yapma Nedenleri

Arıcılık Yapma Nedenleri	**%**
- Aile ihtiyacını karşılamak	71
- Yan gelir etmek	22
- Geçimini arıcılıktan sağlamak	7
- Toplam	100

Aile ihtiyacını karşılamak için arıcılık yapanlar 1 ile 4 arasında arı kovanına sahip olup henüz başlangıç aşamasındadırlar. Bunlar ilk önce teknik eksikliklerini gidermek ve daha sonra kovanlarını çoğaltıp yan gelir elde edecek konuma gelecektirler. Yan gelir elde etmek için arıcılık yapanlar profesyonel bazda bunu yapmakta olup çok fazla arı kovanına sahip değildirler. Bunlar aile ihtiyacını karşılayıp ihtiyaç fazlasını satarak yan gelir elde etmektedirler. Amaçları kovan sayılarını çoğaltıp gelirlerini arttırmaktır. Geçimini arıcılıktan temin edenlerin oranı düşük seviyede olup 50 den fazla kovana sahip işletmelerdir ve önemli oranda gelir elde etmektedirler.

İşletmelere "arıcılıkla ilgili beklentileri" sorulmuş sonuçlar tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 4. Arıcılık Yapan İşletmelerin Arıcılıkla İlgili Beklentileri

Arıcılıkla İlgili Beklentiler	%
- Şu an iyi	0,0
- Geleceği daha iyi olacak	20
- Şartların iyiliğine göre geliştirebilirim	80
- Bırakmayı düşünüyorum	0,0
- Toplam	100

Arıcılıkla ilgili olarak geleceğe iyi bakanlar ve şartlara göre geliştirmeyi düşünenlerin oranının %100 olması bölgede arıcılığın gelecek vaat ettiğini göstermektedir. Burada ortaya çıkan durum şudur ki bölgede alternatif bir gelir kaynağı yöre insanı tarafından kabul görmektedir. Fazla işgücü istemeyen arıcılıkla ilgili teknik bilgi eksikliği giderildikçe daha da gelişme gösterebilecektir.

Ayrıca çok sayıda profesyonel arıcılık yapan gezer arıcılar bölgede arıcılık yapmaktadır. Bu da göstermektedir ki araştırma bölgesi arıcılık için önemli bir kapasiteye sahiptir. Anketlerin değerlendirilmesi sonucunda bölgedeki flora arıyı rahatça beslemekte ek yiyecek (kek ve şeker şurubu) vermeye gerek kalmamaktadır. Bu durumda da bölgede üretilen ballar hem kaliteli olmakta hem de masrafları düşmektedir. Bölge çiftçisi kovan sayısını arttırdığında bu kapasiteyi kendi lehine kullanabilecek ve bal üretimini arttırabilecektir. Alternatif geliri çoğalan çiftçi köy dışına çalışma için çıkmayacak ve bulunduğu yeri daha da geliştirebilecektir.

Organik bal, polen ve arı sütünün ne olduğu ve nasıl üretildiği yörede bilinmemektedir. Fakat yörede doğal çevrenin ve çiçek florasının iyi olmasından dolayı tahlili yapılıp sertifikası alınmasa bile üretilen bal çok kalitelidir. Bu özelliğinden dolayı balın satılmama durumu söz konusu olmamaktadır.

Araştırma bölgesinde üretilen balların pazara sunulanları daha çok üreticiler tarafından perakende olarak 10 . ve 11. aylarda satılmaktadır. Toptan satılmamasının nedeni verilen fiyatın ucuz görülmesi ve geleneksel tarzda perakende olarak pazarlamalarında bir sıkıntı çekmemeleridir. Bu satım işlemi yörede tanıdık, eş dostların siparişi ile yapılmaktadır. Bunun haricinde daha çok Marmara Bölgesine (İstanbul, İzmit, Bursa, Yalova vs) götürülüp satılması yaygındır. Büyük şehirlerde yaşan akraba veya hemşerilerin yanına gidilmekte bunlar vasıtasıyla çevreye perakende olarak satış yapılmaktadır. Birkaç yıl bu işi yaptıktan sonra müşterilerle tanıdıklık durumu oluşmakta ve balın pazarı hazır durumda olmaktadır. Buradaki pazarlama kanalı üreticiden direk olarak tüketiciye aktarım olduğundan dolayı çok kısadır. Tüccarın elinden geçmiş olan baldan daha da ucuza satış yapılabilmektedir.

Araştırma bölgesinde üretilecek balın pazarlanabilmesi imkanlarını tespit etmek için Türkiye kır çiçek balı pazarının merkezi konumunda olan Erzurum ilindeki bal tüccarlarıyla görüşülmüş, balın pazarlama durumu ve pazar ağı ortaya konmaya çalışılmıştır.

Türkiye'de göçer arıcılık yapanlar genelde profesyonel arıcılar olarak tanımlanmaktadırlar. Göçer arıcıların ürettiği balların daha albenili olduğu belirtilmektedir. Tüccarlar daha çok bu arıcıların ürettiği balı satın alıp pazara sunmaktadırlar. Bal hem göze hem damak tadına hitap eden bir ürün olduğu için pazarlamasının çok dikkatli yapılması gerekmektedir.

Saydığımız bu etkenleri dikkate alan tüccar yılların tecrübesine göre daha çok güvendiği arıcılardan bal satın almayı tercih etmektedirler. Üreticiler ürettikleri malı muhakkak satmaktadır. Güvenilir konumda olan üreticinin malı özellikle tercih edilmektedir. Bunun genel nedeni piyasada çok fazla miktarda sahte balın olmasıdır. Tüccarlar piyasada en az gerçek bal kadar sahte balın dolaştığını belirtmişlerdir. Bu sahte bal arı tarafından kovan da değil de kimyasal olarak imalathanelerde yapılmaktadır. Sahte bal daha çok süzme bal konumunda satılmaktadır. Bunlardan dolayı tüccar tanıdığı bildiği arıcıdan bal almayı daha çok tercih etmektedir.

Tüccarlar satın aldıkları balı yoğunluklu olarak İstanbul, Kocaeli, Sakarya, Bursa, Yalova, İzmir, Aydın, Konya ve Ankara gibi nüfusun yoğunluklu olarak yaşadığı yerlere göndermektedirler. Yine ihracat amaçlı olarak İstanbul ve İzmir illerine gönderme oranı yüksektir. Erzurum'daki tüccarlar direk olarak ihracatı kendileri yapmamakta, devamlı bağlantı halinde oldukları ihracatçı firmalara satış yapmaktadırlar.

Kır çiçek bal pazarı merkezinin Erzurum olduğu düşünüldüğünde balın pazarlama kanalı (zinciri) aşağıdaki şekilde sıralanmaktadır.

Üretici (Arıcı) → Üretim Bölgesi Toptancısı (Erzurum'da) → Tüketim Bölgesi Toptancısı (Batı İllerinde) → Perakendeci veya İhracatçı Firma → Tüketici

Kır çiçek balının ticaretini yapan tüccarlara "araştırma bölgesinde arıcılık oranı yükseltilir ve bu bölgede bal üretimi önemli ölçüde arttırılır ise üretilen bu balın pazarlamasında bir sorun yaşanır mı" diye sorulmuştur. Tüccarlar bu bölgede ve özelliklede yerleşik bazda bir bal üretimi yapılır ise tercihen satın alınacağını belirtmişlerdir. Çünkü tüccarlarda aldığı balın yapıldığı bölgeyi, yapılış şeklini ve güvenilirliğini garanti altına almak istemektedir. Bu bölgede devamlı olarak sahte olmayan balın üretimi tüccarlarla yöredeki üreticileri tanıştıracak ve bal satışında bir devamlılık oluşacaktır. Sonuç olarak üretici ne kadar bal üretir ise üretsin bunun satılmasıyla ilgili olarak bir problemle karşılaşmamakta, malını muhakkak satmaktadır. Bu önemli bir durumdur, çünkü herhangi bir ürünün üretimi problem değil pazarlaması problemdir. Bölgede üretilen balda bu durum söz konusu değildir.

5.8. Kooperatifleşmeye Bakış Durumu

Kooperatifler, kişilerin belirli ekonomik amaçlarını güç birliği yaparak gerçekleştirmek üzere gönüllü olarak oluşturdukları ve yönetiminde demokratik ilkeler çerçevesinde söz sahibi oldukları kuruluşlardır (Yıldırım, 1992).

Türkiye'de tarım işletmeleri genellikle küçük aile işletmelerinden oluşmaktadır. Bu nedenle de düşük maliyetli girdi temininden başlayarak tarımsal ürünlerin daha etkin pazarlanmasına kadar birçok faaliyeti yerine getirmede kooperatifleşmeye ihtiyaç vardır (Çıkın vd., 1998). Kooperatifleşme ile yeterli gücü olmayan küçük birimlerin birleşerek ekonomik alanda daha etkin biçimde yer almaları sağlanabilir.

Yapılan anketlerde "ürettiğiniz balı satmak için bir kooperatif (örgütlenme veya birlik) kurulmalı mı" sorusuna tüm arıcılar evet cevabını vermiştir. "Böyle bir birliğin kurulması size ne yapabilir" sorusu sorulmuş, alınan cevaplarda; teknik bakımdan bilgi aktarımı yapılabileceğini ve balın satışını daha da kolaylaştıracağını belirtmişlerdir. Bu da göstermektedir ki çiftçi ürününü pazarlamada sıkıntı çekmektedir. Pazarlama sorunu aşıldığında daha fazla üretimde bulunma meylindedir.

Kooperatifleşme sayesinde tek başına kişisel emek ve sermaye ile başarılması imkansız olan işler kolektif çalışma ruhu ile daha az emek ve sermaye ile başarılabilir (Kaygusuzoğlu, 2002). Araştırma bölgesinde küçük işletmelerin ürettiği az miktardaki ürünlerin pazarlanma şansı düşüktür. Çok sayıda küçük işletmenin ürettiği ürünlerin birleşimiyle çok miktarda ürün elde edilebilmekte ve tek elden kolaylıkla pazarlanıp çiftçinin yaşam standardı yükseltebilmektedir. Bu da ancak kooperatifleşmeyle mümkün olmaktadır.

Kooperatif konusu ülkemizde üst yönetimlerin halka zorla kabul ettirmeye çalıştığı bir uygulama gibi algılanmaktadır. Çiftçilerin büyük bir kısmı bu konuda oldukça duyarsız davranmaktadırlar (Kaygusuzoğlu, 2002). Kooperatifçilikte başarılı olmanın şartlarından biri kırsal toplumda "sorunlarına sahip çıkma" ve "kendi kendine yardım" bilincinin gelişmesidir. Bu sağlanamadığı sürece kooperatifçilik faaliyeti başarısız olacaktır (Yıldırım, 1992). Anket yapılan işletmelerde birlik kurulmasıyla bazı yararların sağlanacağı ifade edilmiş, fakat birlikte hareket edebilmenin güç olduğu, bunun sağlanamayacağı inancı daha ağırlıklı bir görüş olarak ortaya çıkmıştır. Özellikle bu konuda çiftçilerin biraz daha duyarlılığı arttırılmaya çalışılmalıdır. Yöre halkının eğitim seviyesi düşük olduğundan ve birbirleriyle rekabet halinde olduklarından dolayı birlik konusunda çokta istekli değildirler, sadece olsa iyi olur demektedirler.

Sonuç olarak denebilir ki gerçekte çok fazla işgücü ve başlangıçta büyük bir sermaye istemeyen, ayrıca aileye önemli bir alternatif gelir getirebilir. Bu alternatif gelir araştırma bölgesi gibi arazinin kısıtlı ve kullanımının sınırlı olduğu alanlarda çok daha önemlidir. Çok fazla işgücü istememesi, ev kadınlarının da bu işi kolaylıkla yapabilmesi arıcılığa olan ilgiyi arttırmıştır. Arıcılık yörede çok iyi bir şekilde yaygınlaştırılabilir, elde edilen ürünler değerinde pazarlanabilir ise yöre halkı için çok önemli bir alternatif gelir kaynağı olabilir ve hayat standardı yükseltilebilir.

Kaynakça

Açıl, Ahmet Fethi ve Köylü, Kazım (1971), "Zirai Ekonomi ve İşletmecilik Dersleri" Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayın No: 465, Ders Kitabı:168, Ankara, s.118.

Cengiz, Murat (1999), "Erzurum Yöresinde Arıcılığın Yapısal Analizi" Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi (Basılmamış), Erzurum.

Çıkın, Ayhan., Koçtürk, O.M., Kızıldağ, Nermin ve Doğruyol, Baki (1988) "Türkiye'de Tarımsal Kooperatiflerin Yeniden Yapılanması" Türkiye III. Tarım Ekonomisi Kongresi, Ankara, s.174-175.

Dağdemir, Vedat ve Topcu, Yavuz (2003), "Bal Üretim - Tüketim ve Pazarlama Durumu: Türkiye ve GAP" GAP III. Tarım Kongresi, Şanlıurfa, s.143-148.

Erkan, Onur ve Çiçek, Adnan (1988), "Türkiye'de Tarımsal Girdi Kullanımının Gelişimi ve Tarımsal İşletmelerin Yapısal Değişiminin Küçük Tarım İşletmelerinin Kalkınmaları Üzerine Etkileri" Tokat Ziraat Fakültesi Dergisi, Cilt:4, Sayı:1.

Güneş, Turan (1965), "Arazi Toplulaştırması, Türkiye'de Tatbikatı ve Meseleleri" Zirai Davalarımız, TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası Yayınları No:19, Ankara.

Karagölge, Cahit (1996), "Tarımsal İşletmecilik" Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayın No: 326, Ders Kitapları Serisi No:74, Erzurum, s.71.

Kaygusuzoğlu, Mehmet (2002), "Ekonomik Krizden Çıkışta Kooperatifçilik" Karınca Kooperatif Postası, Sayı:782, Ankara.

Korkmaz, Fahrettin (1995), "Tarım İşletmelerimizi Küçük Köylü İşletmeleri Karakterinden Kurtarmanın Yönü" Kooperatifçilik Dergisi, Sayı:109, Ankara.

Kumbasaroğlu, Hediye (2003), "Erzurum Merkez İlçede Tarım Arazilerinde Parçalanmanın Nedenleri ve Tarımsal Gelire Etkisi Üzerine Bir Araştırma" Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi (Basılmamış), Erzurum, s.27.

Yarol, Korhan (1998), "Erzurum'da Bal Pazarlaması (Sorunlar ve Çözüm Yolları)" Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi (Basılmamış), Erzurum.

Yıldırım, Şevket (1992), "Kooperatif Kuruluşlarda Başarının Arttırılmasına Yönelik Önlemler" Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları: 477, Ankara.