

Roohullah ALAMYAR^{1a*}

İsmet BOZ^{1b}

¹Ondokuz Mayıs Üniversitesi Ziraat
Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü

^{1a}ORCID: 0000-0003-1853-8389

^{1b}ORCID: 0000-0001-7316-9323

*Sorumlu yazar:

ismet.boz@omu.edu.tr

DOI

<https://doi.org/10.46291/ISPECJASv015iss2pp381-392>

Alınış (Received): 20/02/2021

Kabul Tarihi (Accepted): 26/03/2021

Anahtar Kelimeler

Pirinç, çeltik, pirinç pazarlaması,
pazarlama sorunu, arz zinciri

Keywords

Rice, paddy, rice marketing,
marketing problems, supply chain

Üreticilerin Pirinç Pazarlamada Yaşadıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri: Takhar-Afganistan Örneği

Özet

Bu çalışmanın temel amacı Afganistanın Takhar İlinde pirinç üreten çiftçilerin yaşamakta oldukları pazarlama sorunlarını ortaya koymak ve konu ile ilgili çözüm önerileri getirmektir. Araştırmanın sahaya yönelik verileri ilde sistematik örnekleme yöntemi ile belirlenen 90 pirinç üreticisi ile yapılan yüz yüze anketler ve mülakatlardan elde edilmiştir. Araştırma bulgularına göre, ilde pirinç üretiminin il ekonomisine daha fazla katkı sağlayabilmesi için günümüze kadar yeterince önlem alındığı söylenememektedir. İlde pirinç üreticileri üretim ve pazarlamada çeşitli sorunlar yaşamaktadır. Tüketiciler ise çoğunlukla ithal ürünlere mahkûm bırakılmıştır. Pirinç üreten çiftçiler birçok farklı çeşit pirinç yetiştirmektedir. Ancak bunlardan üçü (Sorha ziraati, Sela ve Lavangi) gerek tat ve kalite, gerekse pişirme özellikleri bakımından tüketiciler tarafından daha çok tercih edilmektedir. Bundan dolayı bu üç türün üretimi diğer türlere göre daha fazla miktarlarda gerçekleşmektedir. Pirinç sektörünün il ekonomisine katkısını artırmak için, üreticilerin pazarlara erişimi kolaylaştırılmalı, araçların etkisi azaltılmalı ve yerli ürünlerin teşvik edilmesi gerekir.

Marketing Problems Encountered by Rice Producers and Their Solutions: A Case Study of Takhar-Afghanistan

Abstract

The primary purpose of this study was to reveal the marketing problems that rice farmers were experiencing in Takhar province of Afghanistan and to provide solutions for the issue. The field data of the research were obtained from face-to-face surveys and interviews conducted with 90 rice producers in the province. According to the findings of the research, it cannot be said that enough measures have been taken to date in order to increase the contributions of rice sector to the provincial economy. Rice producers in the province are experiencing various problems in production and marketing. Consumers are often condemned to imported products. Farmers grow many different kinds of rice but three of them (Sorha agriculture, Sela, and Lavangi) are preferred by consumers in terms of both taste and quality, as well as their cooking performance. For this reason, production amount of these varieties in the province is higher than other varieties. In order to increase the contribution of the rice sector to the provincial economy, producers' access to markets should be facilitated, intermediaries should be reduced, and local products should be encouraged.

GİRİŞ

Tarım özellikle gelişmekte olan ülkelerde ülke nüfusunun beslemesi; milli gelir ve istihdama katkı sağlaması; sanayi sektörünün hammadde, işgücü ve sermaye bakımından desteklemesi; sanayi sektöründe üretilen tarımsal girdilere talep oluşturması ve ülke ihracatına katkı sağlaması bakımından yeri ve önemi yadsınmaz bir sektördür. (Turhan ve Varoğlu, 2021; Muradi ve Boz, 2018; Cinemre ve Kılıç, 2015). Tarım sektörünün gelişmesi tarımla bağlantılı olan bütün sektörlerle katkı sağlamakta ve ülkenin kalkınmasını hızlandırmaktadır.

Afganistan ekonomisi büyük ölçüde tarıma bağlı olan bir ülkedir. Coğrafi olarak orta ve güney Asya'nın tam ortasında yer almakta ve denizlerle bağlantısı bulunmamaktadır. Ülke orta ve güney Asya arasında bir köprü oluşturmaktadır. Ayrıca bir Orta Doğu ülkesi olan İran ile sınırının bulunması Afganistan'ı Asya kıtasını Ortadoğu'ya bağlayan bir köprü konumuna sokmaktadır. Afganistan iklim özellikleri bakımından çok değişken bir özellik göstermekte olup neredeyse yılda dört mevsimi yaşamaktadır. Özellikle dağlık bölgeler, orman alanları ve zengin su kaynakları Afganistan'ı bölgedeki diğer ülkelerden ayıran coğrafi özelliklerdir. Ülkenin toplam alanı 652864 km² olup alan bakımından dünyada 41. sırada gelmektedir (ABEA, 2021).

Takhar, Afganistan'ın otuz dört ilinden biridir. Ülkenin kuzey doğu bölgesi'nde yer alan Takhar ilinin merkezi Talukan'dır. Takhar kuzeydeki ana ticaret merkezleri ve Afganistan'ın merkezi arasında uygun bir konuma sahiptir (Alamyar, 2018).

Afganistan pirinç yetiştiriciliği bakımından önemli bir ülkedir. Gerek pirincin geleneksel olarak ülke mutfağında önemli bir yer tutması, gerekse ülke topraklarının pirinç tarımına elverişli olması, bu ürünün önemini daha da artırmaktadır. Son yıllarda pirinç üretiminde verim ve kaliteyi artırmak amacıyla önemli çalışmalar yapılmaktadır. Ancak pirinç yetiştirilen alanlarda başta

sulama olmak üzere önemli sorunlar yaşanmaktadır. Sovyetler Birliği'nin işgalinden önce Uluslararası Pirinç Araştırma Enstitüsünün (IRRI) Afganistan'da dört merkezi bulunmakta olup (Sharuqi, 1977), bu merkezler ulusal kaynakların korunması ve gelecek nesillere aktarılması konularında önemli hizmetler sunmuştur. Özellikle pirinç çeşitlerinin geliştirilmesi için birçok araştırma yapılmıştır. Afganistan ve çevre ülkelerde aromatik pirinç talebi çok yüksek olduğundan ilgili enstitü bu özelliklere sahip Yasemin ve Basmati pirinç türlerini geliştirmiştir. Bu türler uzun taneli pirinçler olup, Tayland ve Hint mutfağının sıcak baharatları ile eşsiz bir lezzete dönüştürülmüştür. Daha sonra Sorha, Bala, Lavangi ve Paşa gibi aromatik pirinç türleri geliştirilmiştir (Sarhadi ve ark., 2008).

Çeltiğin Afganistan tarımı açısından önemli bir yönü, tuzlu ve alkali topraklarda yetiştirilmesi ve bu arazilerin ıslah edilmesinde etkili olmasıdır. Ayrıca Afganistan pirinç tarımı açısından çok elverişli iklim koşullarına sahiptir. Sulama suyu sağlandığı sürece ülkenin tüm bölgelerinde pirinç yetişebilmektedir (Alamyar ve Boz, 2019; Alamyar ve Boz, 2018). Afganistan'ın Takhar İli, birçok bitkinin yetiştirilmesine uygun iklim ve coğrafi koşullara sahip olduğundan ülkenin önemli tarımsal merkezlerinden biri olarak kabul edilmektedir. İlde faaliyet gösteren çiftçiler, buğday hasadından sonra pirinç ekimine başlar ve böylece yılda iki ürün hasat etme imkânına sahiptir. Tarımsal olanakların elverişsiz olması ve pirinç işleme tesislerinin yetersizliği, ilde pirinç tarımının tatmin edici bir düzeyde olmamasına yol açmaktadır. Çiftçilerin çoğunluğu çeşitli sorunlarla karşılaşmaktadır. Bunların belli başlıları, tarım makineleri eksikliği, üretim sırasında karşılaşılan sorunlar, pazarlama sisteminde yaşanan sorunlar ve tarımsal yayım hizmetlerinin yetersizliğidir. Bütün bu sorunlar, ilde son derece yüksek kalitede pirinç yetiştirme olanakları varken yurt dışından pirinç ithal edilmesine sebep

olmaktadır. Afgan çiftçileri çeşitli platformlarda ürettikleri pirinci değer fiyattan satamamaları halinde pirinç üretiminden çekileceklerini ifade etmektedir. Bununla birlikte önemli diğer bir sorun da, Taliban örgütünün ülkenin hemen hemen bütün alanlarında güvenliği tehdit etmesi ve bu durumun tarımsal üretimi ve çiftçileri olumsuz yönde etkilemesidir. Yine ülkede hâkim olan ve yerel halkın sık sık şikâyet ettiği yolsuzluklar da ekonomiyi ve tarım sektörünü olumsuz yönde etkilemektedir. Bu koşullar altında, Takhar ilinde faaliyet gösteren pirinç çiftçilerinin üretim ve pazarlama sorunlarının bilimsel çalışmalarla ortaya konulması ve çözüm önerileri üretilmesi son derece önemli olmaktadır (Alamyar, 2018).

Takhar ili, pirinç tarımı için elverişli iklim koşullarına ve geniş tarım arazilerine sahip olan illerden biridir. Bu özellikler ilde pirinç üretimini teşvik etmektedir. Ancak aynı zamanda pirinç üretiminde, hasatta, ambalajlamada ve pazarlara erişimde önemli sorunların yaşanmasından dolayı bu konularda önemli çalışmaların yapılması gerekmektedir. Çizelge 1'de Takhar ili ve ilçelerinde pirinç yetiştirilen alanlar ve üretim miktarları görülmektedir (Takhar Tarım İl Müdürlüğü, 2017). Takhar ilinde 2016-17 yılındaki pirinç ekim alanı 46.867 hektar olup, bu alandan 144.519 ton pirinç üretilmiştir. Bir sondaki 2017-18 üretim döneminde pirinç ekim alanı 11.367 hektar azalmasına rağmen üretim miktarı 4.591 ton artmıştır. Son yıllarda ilde en çok pirinç üreten Darqad ilçesi kırsalında terör nedeniyle güvensizlik artmış ve pirinç hasatında çeşitli sorunlar yaşanmıştır. Bunun sonucunda ilçede pirinç ekim alanları 14.500 hektardan 8.000 hektara düşmüştür. Buna rağmen bu ilçenin pirinç üretim miktarının diğer ilçelerden daha çok olduğu görülmektedir. İlde çeltiğin işlenmesi ve pirince dönüştürülmesi

genellikle çiftçiler tarafından yapılmaktadır. İşlemede pirinç 2.5 metre derinlik ve 3x5 metre uzunluğundaki kuyulara konulup 7-12 gün boyunca bekletilmektedir. Sonra büyük kazanlara dökülüp karıştırıldıktan sonra 3 gün boyunca güneşte kurutulmaktadır. Daha sonra traktör veya su ile çalıştırılan makinelerle iki kez cilalandırma ve beyazlatma işlemi uygulanmaktadır. Pirinç beyazlatıldıktan sonra, büyük torbalarda 70 kg'lık paketler haline getirilerek pazara arz edilmektedir. Bu pirinç önce yerel pazarlara daha sonra da ulusal pazarlara satılmaktadır. Müşterilere sunulan bir kilogram pirincin fiyatı 55 Afgani'dir. Bu fiyat 30.11.2018 itibariyle \$0.72 Amerikan Dolarına eşdeğerdir. Takhar ilinde üretilmiş pirinç hem il içerisinde tüketilmekte hem de pirinç yetiştiremeyen diğer illere (Jawjan, Faryab, Mazar, Logar, Badakhshan ve Kabil) dağıtılmaktadır (Takhar Tarım İl Müdürlüğü, 2017). Bu çalışmanın amacı, Afganistan'ın Takhar ilinde pirinç üreten çiftçilerin pazarlamada karşılaştıkları sorunları ortaya koymak ve bunlarla ilgili çözüm önerileri getirmektir. Çalışmanın özel amaçları daha ayrıntılı olarak aşağıdaki gibi sıralanmaktadır:

1. Pirinç üreticilerinin pazarlamada karşılaştıkları sorunları belirlemek ve önem sırasına koymak.
2. Pirinç üretimi ile ilgili bir SWOT analizi yaparak güçlü yönler, zayıf yönler, fırsatlar ve tehditleri ortaya çıkarmak.
3. Pazarlamada karşılaşılan sorunlara uygun çözüm önerileri getirmek.

Araştırma sonuçlarının çiftçiler, tarımsal üretici örgütleri, Tarım Bakanlığı personeli ve pirinç pazarlaması ile ilgilenen bütün paydaşlar için yararlı bilgiler sağlayacağı düşünülmektedir. İlde pirinç yetiştiriciliği ve pazarlamasını geliştirmek için hazırlanacak politikalar ve uygulanacak stratejilerde araştırma bulgularından yararlanılması önerilmektedir.

Çizelge 1. İlçelere göre pirinç ekim alanı ve üretim miktarı

İlçeler	2015/ 16		2016/ 17		2017/ 18	
	Alan (ha)	Üretim (Ton)	Alan (ha)	Üretim (Ton)	Alan (ha)	Üretim (Ton)
Talokan Merkezi	11450	46474	15911	33884	12250	52438
Baharak	2350	11760	2420	9733	2650	10335
Hojeh Ghar	2060	10403	1200	4826	1210	7625
Dashti Kala	401	1479	550	2212	580	1593
Hojeh Bahawaddin	2430	12757	3530	14198	4200	17640
Darqad	16000	67200	14500	48319	8000	36400
Yangi Kale	469	1559	7900	27905	5280	18480
Cha ab	125	438	56	225	0	0
Farkhar	50	150	60	241	110	329
Chal	0	0	20	80	20	70
Bangi	695	2189	720	2896	1200	4200
Toplam	36030	154409	46867	144519	35500	149110

Kaynak: Takhar Tarım İl Müdürlüğü, 2017

MATERYAL ve YÖNTEM

Çalışmanın ana materyalini ilde ağırlıklı olarak pirinç yetiştiren 90 üretici ile yüz yüze yapılan görüşmeler sonucu elde edilen birincil veriler oluşturmaktadır. Ayrıca Takhar ili ve Afganistan ile ilgili genel ve tarımsal bilgilerin derlenmesinde çeşitli kurumlardan sağlanan istatistiki veriler, raporlar ve ikincil kaynaklardan da yararlanılmıştır. Araştırmanın sahaya dönük çalışması için uygun bir örnek çekmek amacıyla öncelikle ildeki tarım teşkilatında görev yapan personelle ön görüşmeler yapılmış ve her yıl yaklaşık olarak 3000 çiftçinin tarımsal üretim yaptığı tespit edilmiştir. Bu çiftçilerin araştırmanın yapıldığı dönemde pirinç ekim olasılığı %50 (p= 0.5) olarak kabul edilmiştir. Pirinç üreten çiftçilerden örnek büyüklüğünün belirlenmesinde evrendeki birey sayısının bilinmesi halinde uygulanacak formül kullanılmıştır (Üstün, 2019). Örnek çekiminde izlenen yöntem Alamyar ve Boz (2019) ve Alamyar (2018) çalışmalarında ayrıntılı olarak açıklanmaktadır. Anket formları ise benzer konularda yapılmış çalışmalardan faydalanılarak ve uzman kişilerin görüşleri alınarak hazırlanmıştır. Ankette yer alan soruların geçerliliği araştırmacılar ve Tarım İl Müdürlüğü personelinde oluşan beş kişilik bir uzmanlar paneli ile sağlanmıştır. Anketin güvenilirliğini test edebilmek amacıyla bir ön çalışma yapılmıştır. Bu çalışma sonucu gerekli düzeltmeler yapılarak ankete son şekli verilmiştir. Anket formu, 2 temel

bölümden oluşmuştur. Birinci bölümde çiftçilerin sosyoekonomik özellikleri, ikinci bölümde pirinç pazarlaması ile ilgili sorunları ve beklentilerini belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur. Araştırmada veri analizinde üç farklı yöntem kullanılmıştır. Bunlardan birincisi derleme çalışmalarında izlenen nitel veri analiz yöntemi; ikincisi frekans, yüzde ve standart sapmadan oluşan tanımlayıcı istatistikler; üçüncüsü de ilde pirinç tarımının güçlü yönleri, zayıf yönleri ve bu konudaki fırsatlar ve tehditleri belirlemek üzere yapılan SWOT analizidir.

SWOT analizi, bir projede ya da bir ticari girişimde kurumun, tekniğin, sürecin, durumun veya kişinin güçlü (Strengths) ve zayıf (Weaknesses) yönlerini belirlemekte, iç ve dış çevreden kaynaklanan fırsat (Opportunities) ve tehditleri (Threats) saptamak için kullanılan stratejik bir tekniktir. Bu teknik projenin ya da ticari girişimin hedeflerini belirlemeyi ve amaca ulaşmak için olumlu ya da olumsuz olan iç ve dış faktörleri tanımlamayı gerektirir. Bu yöntem 1960'larda Harvard Üniversitesi'nin profesörleri olan Learned, Christensen, Andrews ve Guth tarafından geliştirilmiştir (Wikipedi, 2020). SWOT Analizi şirketlerde uygulanacak çeşitli stratejiler için kullanılmakla beraber çeşitli endüstriler ve sektörlerde de bir metodoloji olarak kullanılmaktadır. Ayrıca insan kaynakları yönetiminde ve eğitim faaliyetlerinde danışmanlar, eğitmenler ve eğitimciler

tarafından sık sık kullanılan bir öğretim aracıdır (Helms ve Nixon, 2010).

BULGULARI ve TARTIŞMA **Çiftçilerin sosyoekonomik özellikleri**

Araştırmaya katılan çiftçilerin büyük çoğunluğu (%97.8) erkektir. Bunun nedeni ise araştırma bölgesinde geleneksel aile yapısının egemen olmasıdır. Bu bağlamda köye dışarıdan gelen araştırmacı veya diğer konukları karşılayan ve onlarla ilgilenen kişiler genellikle erkekler olmaktadır. Çiftçilerin yaş ortalaması 40 olup ilde oldukça genç bir tarımsal nüfusun olduğu söylenebilir. Eğitim düzeyi bakımından çiftçilerin önemli bir kısmı (%41.1) okuma yazma bilmemektedir. İşletmede günlük çalışma süresi ortalama 7 saat olup, çiftçilerin %65.6'sı sadece kendi işletmesinde çalışmaktadır. Bu çiftçilerin işletme dışı herhangi bir gelirleri bulunmamaktadır. Bu bulgular ışığında ilde genç ve eğitim oranı düşük bir nüfusun varlığından söz edilebilir. Ayrıca tarım sektörünün son derece önemli olduğu ve tarım dışı istihdam olanaklarının yeterince bulunmadığı sonucuna varılabilir. Uzun dönemli kalkınma politikalarının uygulamasında kadının toplumdaki yerinin güçlendirilmesi, genel ve mesleki eğitim düzeyinin yükseltilmesi, tarımda verimliliğin artırılarak çiftçilerin yaşam standartlarının iyileştirilmesine önem verilmesi gerekmektedir. İlde ortalama mülk arazi genişliği 10 dekar olup çiftçilerin %52.2'sinin ekim alanını genişletebilmek için arazi kiralama olanağı bulunmamaktadır. Çalışmaya katılan çiftçilerin ortalama değerler olarak, pirinç ekim alanı 16 dekar, bir dekara atılan tohum miktarı 13.3 kg, bir dekardan elde edilen çeltik miktarı 734.3 kg ve bir dekardan elde edilen pirinç miktarı 420.4 kg'dır. Ayrıca çiftçilerin ailede tükettikleri pirinç miktarı yılda ortalama 490 kg olarak hesaplanmıştır. Araştırmanın bu bulguları yörede tarım işletmelerinin oldukça küçük olduğu ve üzerinde yaşayan köylü nüfusa uzun dönemde sürdürülebilir bir gelir sağlama olanağından yoksun olduğu

anlaşılmaktadır. Bu bağlamda geçimini tarımdan ve pirinç üretiminden sağlayan çiftçilere hazine arazilerinin kiralanması ve üretimde verim ve kaliteyi artırmaya yönelik çalışmaların yapılması gerekir. Ayrıca bölgede pirinç geleneksel olarak çok fazla tüketilen bir üründür. Bu bağlamda iç tüketimin tamamen yerli üretimden sağlanmasına yönelik çalışmalarla yerli ürüne olan talep de artırılabilir. Pirinçte talep artışı üretim ve arzı da artıracığından üreticiler açısından olumlu sonuçlar doğurabilir.

Üretilen pirinç türleri, verimden memnuniyet ve pazarlama kanalları

İlde pirinç üretimi yapan çiftçiler birçok farklı çeşit pirinç yetiştirmekle beraber bunlardan üçü (Sorha ziraati, Sela ve Lavangi) gerek tat ve kalite, gerekse pişirme özellikleri bakımından tüketiciler tarafından daha fazla tercih edilmektedir. Bu yüzden bunların üretimi de daha fazla miktarlarda gerçekleşmektedir. Sorha ziraati pirinci bölgede ziraati yapılan en eski pirinç çeşitlerinden biri olup, 1993 yılından beri yoğun bir şekilde üretilmektedir. Diğer taraftan Sela pirinci ise 2001'den beri çiftçiler tarafından yetiştirilmektedir. Çizelge 2'de üretilen pirinç türleri ve pazarlama kanalları verilmiştir. Çizelgeden çiftçilerin %88.9'unun Sorha pirinç türünü üretmekte oldukları anlaşılmaktadır.

Bunun nedeni bu pirinç türünün daha iyi bir tohum verimine sahip olmasıdır. Bu türün bir dezavantajı ise piyasada fiyatının diğer pirinçlerden daha düşük olmasıdır. Ancak bu dezavantaj türün yetiştirilmesine herhangi bir engel teşkil etmemektedir. Lavangi pirincini üretenlerin oranı %56.7'dir. Bu pirincin verimi Sorha pirincine göre daha düşüktür, ancak piyasadaki talebi ve fiyatı en yüksek olan tür budur. Çiftçilerin %70'i Sela pirinci üretmekte olup bu türün piyasadaki talebi ve fiyatı Lavangi pirincine göre daha düşüktür. Çiftçilerin önemli bir kısmı üretim faktörleri eksikliğinden dolayı düşük verim almakta olup %64.4'ü elde ettiği verimden memnun değildir. Oysa pirinç bitkisi yoğun bir gübrelemeye ve özellikle

azotlu gübrelerle ihtiyaç duymakta ve bu gübrelerin uygulanması ile bitki çok daha iyi gelişmekte ve verim artmaktadır (Islam ve ark., 2019). Bu yüzden verimin artırılması için çiftçilerin başta gübre olmak üzere çeşitli girdiler bakımından desteklenmesi son derece önem arz etmektedir. Diğer taraftan çiftçiler, düzenli bir pazarlama sistemine ve depolara sahip olmadıkları için ürünlerinin tamamını bir anda piyasaya sunmaktadır. Pirinç

üreticilerinin %73.3'ü perakendecilere, %70'i toptancılara satış yapmaktadır. Çiftçiler, ürünlerini toptancıya ve perakendeciye sattıkları fiyattan memnun değildir ve ürünlerini daha yüksek bir fiyattan satmak için daha iyi bir pazarlama sistemi arzulamaktadır.

Çizelge 2. Çiftçilerin üretmiş oldukları pirinç türleri, verimden memnuniyet ve pazarlama kanalları

Pirinç türleri, verimden memnuniyet ve pazarlama kanalları	Frekans	%
Sorha ziraati pirinci		
Evet	80	88.9
Hayır	10	11.1
Toplam	90	100.0
Lavangi pirinci		
Evet	51	56.7
Hayır	39	43.3
Toplam	90	100.0
Sela pirinci		
Evet	63	70.0
Hayır	27	30.0
Toplam	90	100.0
Elde edilen verimden memnuniyeti		
Evet	32	35.6
Hayır	58	64.4
Toplam	90	100.0
Toptancıya satanlar		
Evet	63	70.0
Hayır	27	30.0
Toplam	90	100.0
Perakendeciye satanlar		
Evet	66	73.3
Hayır	24	26.7
Toplam	90	100.0

Pirinç satış fiyatları

Herhangi bir tarımsal ürünün satış fiyatı, çiftçinin elde edebileceği gelir düzeyi ve dolayısıyla yaşam standardını etkilemektedir. Çiftçiler üretmiş oldukları ürünleri ucuz fiyatlardan satmak zorunda kaldıklarında yeterli gelir elde edememektedirler ve bu durum onların üretime devam etmelerini bile risk altına sokabilmektedir. Bölgede pirinç fiyatları üzerinde etkili olan en önemli faktörler; kalite, koku, renk, temizlik ve ithalata herhangi bir engelin konulup konulmamasıdır. Bütün bu faktörlere bağlı olarak üreticilerin pirinç satış fiyatları

Çizelge 3'te verilmiştir. Araştırma sırasında çiftçilerin en çok yakındıkları konulardan biri pirincin ucuz fiyatlardan satılmasıdır. Bölgedeki pirinçler toptancılara ve perakendecilere genellikle ucuz fiyatlardan satılmaktadır. Çizelge 3'te çiftçilerin %25.6'sı pirinçlerini iyi bir şekilde temizleyememekte, pirinçlerde meydana gelen kırılmalar ve diğer kalite bozucu faktörler nedeniyle kilosunu ancak 0,5 Amerikan Doları ve daha düşük fiyattan satabilmekte iken, %61.1'i 0.51-0.6 Amerikan Dolarından satmaktadır. Çiftçilerin %13.3'ü temiz, kırılmamış ve kaliteli pirinç yetiştirdiğinden 0.61

Amerikan Doları gibi daha iyi bir fiyattan daha fazla alıcı bulabilmektedir. Bölgede pirinç satışının fiyat ortalaması 0.5690 Amerikan Doları (SS=0.06289) olarak hesaplanmıştır. Anket uygulamaları sırasında çiftçiler pirinç ürününün

sürdürülebilir bir pazarlama zincirine sahip olmadığını, ulusal ve uluslararası pazarlara erişimin bulunmadığını ve bu nedenlerle ürünlerin yerel pazarlarda çok ucuz fiyatlardan satıldığını belirtmiştir.

Çizelge 3. Çiftçilerin pirinç satış fiyatları

Pirinç fiyatı (\$/kg)	Sayı	%
≤0.5	23	25.6
0.51-0.6	55	61.1
≥0.61	12	13.3
Toplam	90	100.0

Satış fiyatının ortalaması \bar{x} =0,5690 (Standart Sapma = 0.06289)

Çiftçilerin pirinç piyasasında karşılaştığı sorunlar

Pazarlama, alıcıları ve satıcıları bir araya getiren, zaman, yer ve mülk avantajları yaratan birçok ticari faaliyetten oluşmaktadır. Ayrıca, uygun bir pazarlama zincirinin kurulması, sonuçları orta ve uzun vadede görülebilen ve profesyonellik gerektiren bir süreçtir. Bu süreç, üretim kararından ve ürünlerin tüketiciye ulaştırmasından önce başlar ve ürün satışından sonra tüketici beğenisinin firmaya dönüşünü de kapsamaktadır. Pazarlamada bilimsel metotların uygulanması, şirketlerin karşılaştığı riskleri ve belirsizlikleri azaltmaktadır. Pazarlama süreci kesinlikle şansa bırakılmayacak kadar önem arz etmektedir. Günümüzde dünya pazarlarında pazarlama stratejilerinin yarıştığı açıkça görülmektedir. Doğru kararların alınıp uygulanması şirketlerin ve ülkenin bu alanda başarılı olmasını sağlamaktadır. Birçok ülkede, pazarlama hizmetleri için kuralların çoğu yasal çerçeveye dâhil edilmiştir. Ancak az gelişmiş ülkelerde çeşitli tarım ürünlerinin pazarlanmasında birçok sorunlar yaşanmaktadır. Afganistan'daki pirinç piyasaları bu pazarlara örnek gösterilebilir. Günümüzde hızla gelişen üretim teknolojilerinin kullanımı ile tarımsal verim ve üretim miktarı artırılabilir. Üretimin artırılmasının amacı daha fazla kar elde etmek, tüketiciye daha kaliteli ve ucuz ürün sunmak ve böylece ekonomide tarımın

payını arttırmaktır. Ancak, Afganistan'da bu hedefe ulaşmak mümkün değildir. Çünkü artan üretim organize bir pazarlama sistemi ile değerlendirilmemektedir. Tarımsal ürünlerin kolay bozulabilir bir nitelikte olması, bu ürünlerde etkili bir pazarlama sisteminin önemini artırmaktadır. Pazarlamada ana hizmetler toplama, işleme ve dağıtımdır. Yardımcı hizmetler ise standardizasyon, kalite kontrol, ambalajlama, nakliye, risk yönetimi, fiyatlandırma, finansman, muhasebe, satış, reklam, pazar bilgilerinin toplanması ve dağıtımını kapsamaktadır. Her bir aşamada gerekli hizmetlerin sorunsuz yerine getirilmesi hem üreticilerin ürünlerini değer fiyattan satmasını hem de tüketicilerin bu ürünleri uygun fiyatlardan tüketmesini sağlamaktadır. Ayrıca değer zincirinin her aşamasındaki paydaşlar da bu sistemden yararlanmaktadır.

Çiftçilerin pirinç satışlarından yeterli gelir elde edememelerinin nedenleri arasında fiyatların düşüklüğü, nakliye imkanlarının yetersizliği ve çeşitli bürokratik engeller sayılabilir. Bir başka önemli neden ise hem üretici hem de tüccarların yüksek vergi yükümlülükleridir. Tüccarlar özel sektördeki en önemli alıcılar grubunu oluşturmaktadır. Endüstri kuruluşlarıyla birlikte hareket ederek pirinçleri üreticiden alarak fabrikalara satmaktadır. Genellikle bir veya daha fazla ürünle çalışmakta olup neredeyse tüm tarım pazarlarına erişimleri vardır. Pirinç

üreticileri mevcut pazarlama sisteminden memnun değildirler. Özellikle pirinç ve benzeri ürünleri satarken çeşitli sorunlarla karşılaşmaktadır. Çiftçilerin piyasada karşılaştığı sorunlar Çizelge 4'te verilmiştir. Çizelgeden araştırmaya katılan pirinç üreticilerinin %50'sinin düzenli ve etkili bir pazarlama sistemi eksikliğinden yakındıkları görülmektedir. Çiftçilerin %55.6'sı yerli pirincin ithal pirinçle rekabet edememesi nedeniyle ürünlerini toptancıların belirlediği fiyattan satmak zorunda kaldıklarını belirtmiştir. Yerli pirincin ithal pirinç ile rekabet edememesi bazı durumlarda kalite düşüklüğünden kaynaklanmaktadır. Bütün bu zorluklar yerli üreticiyi toptancıya mahkûm etmektedir. Çiftçilerin %82.2'si, yerli pirinç fiyatlarının aşırı derecede düşük olması ve %55.6'sı da kalitenin düşük olması nedeniyle ulusal ve uluslararası piyasalara erişim imkânlarının son derece yetersiz olduğunu belirtmiştir. Son olarak üreticilerin %80'i ülkeye yapılan koşulsuz ithalatın ve piyasaya talepten fazla pirinç sunulmasının kendi üretimlerini ve

satışlarını son derece olumsuz yönde etkilediğini belirtmektedir. Bu bağlamda üreticiler devletten uygun bir pirinç pazarlama sistemi kurmasını beklemektedir. Bu sistemde tüketicilerin ithal pirinç yerine yerli pirinci tüketmeleri sağlanmalıdır. Tüccarların ülkeye ihtiyaçtan fazla pirinç ithal etmesi engellenmelidir. Çiftçilerin ulusal ve uluslararası piyasalarda pirinç satabilmesi için büyük tüccarlar ile iletişime geçmeleri, modern üretim sistemlerini kullanarak verim ve kaliteyi artırmaları gerekmektedir. Ayrıca pirinç üretimi ve pazarlamasında hükümet tarafından kalite ölçütlerinin belirlenmesi ve uluslararası standartlara uyulması gerekmektedir. Piyasada kalitesiz pirinçlerin kaliteli pirinçlerle karıştırılması önlenmelidir. Pirinç değirmenlerinin kurulması, ürünlerin temizlenmesi, ambalajlanması, kalite sınıflandırmasına tabi tutulması, satış etiketlerine pirincin özelliklerinin yazılması ve tüketicilerin ürün hakkında bilgilendirilmesi acilen çözümlenmesi gereken sorunlar arasındadır.

Çizelge 4. Çiftçilerin piyasada karşılaştığı sorunlar

Piyasada karşılaşılan sorunlar	Frekans	%
Pazarlama sisteminin yetersizliği		
Evet	45	50.0
Hayır	45	50.0
Toplam	90	100.0
Yerli pirincin ithal pirinç ile rekabet edememesi		
Evet	50	55.6
Hayır	40	44.4
Toplam	90	100.0
Pirinç fiyatlarının düşük olması		
Evet	74	82.2
Hayır	16	17.8
Toplam	90	100.0
Üretilen pirincin düşük kalitede oluşu		
Evet	50	55.6
Hayır	40	44.4
Toplam	90	100.0
Pirinç ithalatının serbest olması		
Evet	72	80.0
Hayır	18	20.0
Toplam	90	100.0

Çiftçilerin belirtilen sorunlarına ek olarak, çiftliklere uygun yolların inşa edilmemesi, piyasanın uzaklığı, çiftlikten piyasaya ürün aktarımı için ulaşım araçlarına erişimin

yetersiz olması ve çiftlikten piyasaya satılan ürünlerin pazarlama maliyetlerinin yüksek olması da eklenebilir. Takhar bölgesinde üretilen pirinç bölge için yeterli olup diğer

illere de (Badakhshan, Kunduz, Mazar-i Şerif, Jawzjan ve Kabil) dağıtılmaktadır. Hükümet ve çiftçilerin birlikte çalışmaları halinde, yakın gelecekte Afganistan tahıllar konusunda kendine yeterli bir ülkeye dönüşebilir.

Takhar ilinde pirinç üretimi ile ilgili SWOT analizi

Afganistan'da tarihsel gelişim süreci içerisinde Takhar ili önemli bir pirinç üretim merkezi olarak bilinmektedir. Ancak ilde çeltik ve pirinç üretiminin il ekonomisine daha fazla katkı sağlayabilmesi için günümüze kadar yeterince önlem alındığı söylenemez. İlde çeltik ve pirinç üreticileri üretim ve pazarlamada çeşitli sorunlar yaşamaktadır. Tüketiciler ise çoğunlukla ithal ürünlere mahkûm bırakılmaktadır. Araştırmanın amaçlarından biri anket sırasında

üreticilerle yapılan mülakatlarla ilde pirinç üretim ve pazarlaması ile ilgilenen paydaşları içeren bir SWOT analizi yapmak olup, bu amaçla üreticilere sorulan sorulardan elde edilen yanıtlar araştırmacı tarafından gruplandırılmıştır. Çizelge 5'te Takhar ili pirinç sektörünün güçlü yönleri, zayıf yönleri, fırsatları ve tehditleri belirtilmektedir. Güçlü yönlerin başında ildeki pirinç yetiştirme sistemlerine yönelik eğitim ve yayım çalışmalarının profesyonel personeller tarafından verilmesi gelmektedir. Çiftçilerin yeterli sermayeye sahip olmaması ve eğitim düzeylerinin düşük olması başta gelen zayıf yönlerdir. Hükümetin yerli tarım ürünlerini desteklemekte oluşu önemli bir fırsatken kırsal alanda yaşanan güvenlik sorunları ise en önemli tehdittir.

Çizelge 5. Takhar ilinde pirinç üretimi ile ilgili SWOT analizi

Güçlü yönler	Zayıf yönler
<ul style="list-style-type: none"> • Yeni pirinç yetiştirme sistemlerine yönelik eğitim ve yayım çalışmaları profesyonel personeller tarafından verilmektedir. • Pirinç üretimi Takhar tarım alanlarının %60.5'inde yapılmaktadır. • Çiftçiler çoğunlukla kendi arazilerini kullanmaktadır. • Bölgede verimli tarım arazileri bulunmaktadır. • Yeraltı su kaynaklarının mevcudiyeti. 	<ul style="list-style-type: none"> • Çiftçilerin yeterli sermayeye sahip olmaması. • Çiftçilerin eğitim düzeylerinin düşük olması. • Kimyasal gübre ve geliştirilmiş tohumlara erişimin zayıf olması. • Güvenilebilecek kooperatiflerin bulunmaması. • Tarım ürünleri için depolama olanaklarının bulunmaması. • Tarım arazisinin parçalı olması. • Ulusal ve uluslararası pazarlara erişimin olmaması.
Fırsatlar	Tehditler
<ul style="list-style-type: none"> • Yerli tarım ürünlerinin desteklenmesi. • Takhar pirincinin herkes tarafından bilinen bir ürün olması. • Çiftçilerin istifadesine sunulan yeni sulama kanallarının inşası. • Medyada çeşitli tarımsal programlar ve tarımsal ürün fiyatlarının yer alması. • Bölgede kullanılmamış arazilerin varlığı ve bu arazilerin tarım arazisine dönüştürülmesi. • Pirinçlerin doğru ve düzenli biçimde temizlenmesi, paketlenmesi ve satılması. • İlin organik pirinç üretimi ve yerel pazarlar için elverişli olması. 	<ul style="list-style-type: none"> • Bölgelerde güvenlik sorunlarının varlığı ve genellikle üretimin merkezden uzak ilçelerde yapılması. • Çiftçilerin pirinç tarımında geleneksel yöntemleri kullanması. • Ülkeye çok miktarda ve kontrolsüz pirinç ithal edilmesi. • Karlılığın düşmesi ile çiftçilerin pirinç üretiminden vazgeçme riski. • Doğal afetler, hastalıklar vb.

Pirinç üretiminin il ekonomisi üzerine olan katkılarını artırabilmek için güçlü yönler ve fırsatların değerlendirilmesi, zayıf yönler ve tehditlerin ise bertaraf edilmesi

gerekmektedir. Özellikle ilde son yıllarda yayım hizmetlerinin profesyonel kişiler tarafından vermeye başlanması, çiftçilerin kendi arazilerine sahip olması, arazilerin

verimli olması ve su olanaklarının bulunması bu konuda yapılacak çalışmalara ivme kazandıracaktır. Ayrıca ildeki toprak ve çevre koşullarının organik tarım ve iyi tarım uygulamalarına yatkın olması, bu fırsatın değerlendirilmesi ile ilgili çalışmaları zorunlu kılmaktadır (Alamyar ve Boz, 2019). Bu konuda öncelikle tarımın ülke ekonomisinde önemli bir yere sahip olduğu diğer gelişmekte olan ülkelerde çeşitli bitkiler için yürütülen organik tarım ve iyi tarım uygulamalarına ilişkin projelerin benzerlerinin Afganistan'a ve Takhar iline uyarlanması ve bölge koşulları da göz önünde bulundurularak yürürlüğe konulması son derece önemlidir (Taş, 2019; Aksoy ve ark., 2018; Eryılmaz ve Kılıç, 2018a; Eryılmaz ve Kılıç, 2018b). Diğer taraftan tüketicilerin organik ve güvenli gıda ürünleri tüketme eğilimlerini belirlemek için gerekli çalışmalar yapılmalıdır (Ağır ve ark., 2014; Kılıç ve Eryılmaz, 2015; Ayan ve ark., 2017b; Eryılmaz ve ark., 2018). Bu çalışmalar, bir yandan tüketicileri daha sağlıklı ürün tüketme konusunda bilinçlendirerek bu ürünlerin tüketimini artırabilir, diğer taraftan da üreticileri daha sağlıklı ürün üretmeye teşvik edebilir.

SONUÇ ve ÖNERİLER

Afganistan bir tarım ülkesi olup, nüfusunun yaklaşık %75'i bu sektörde istihdam edilmektedir. Bu sektördeki en yüksek iş gücüne sahip olan ülke, ürünler açısından tüketicilerin ihtiyaçlarını karşılayamamaktadır. Bu sorunların kaynağı, çiftçilerin tarımsal ürünlerini hasat eder etmez piyasalara sunmalarıdır. Bu nedenle pirinç ve diğer tarım ürünlerinin arzı fazla olduğunda fiyatlar düşmekte, toptancılar ve perakendeciler bu fırsatı değerlendirerek çiftçilerden ucuz fiyatlarla satın alma fırsatı bulmaktadır. Yerli toptancılar ve perakendeciler ürünleri 5-6 ay boyunca saklayarak tekrar pazarlara sunmaktadır. Böylece çiftçilerden daha fazla kar elde edilmektedir.

Takhar pirincinin üretim sorunlarına paralel olarak önemli pazarlama sorunları

da bulunmaktadır. Bu sorunlar ve çözüm önerileri önem sırasına göre aşağıdaki gibi açıklanabilir:

Pirinç tarımında en önemli sorunlardan biri üretilen ürünün makul fiyatlardan satılmamasıdır. Çiftçilerin ulusal ve uluslararası pazarlara erişimleri sınırlı olduğundan ürünlerini yerel piyasada oluşan koşullar üzerinden pazarlama zorunluluğu bulunmaktadır. Bu yüzden üretilen pirinç çok ucuz fiyatlardan satılmaktadır. Buna ek olarak, düzenli bir pazarlama sisteminin olmamasından dolayı, toptancı ve perakendeciler çiftçilerden istedikleri fiyatta ürün satın alabilmektedir.

İlde yerli pirinç satın almak ve satmak için uygun bir pazarlama sistemi kurulmalıdır. Çiftçilerin ulusal ve uluslararası erişimini kolaylaştırmak için sürdürülebilir bir değer zinciri oluşturulmalıdır. Bununla birlikte yerli ürün tüketimini teşvik etmek için devlete ait işletmelerde yerli pirinç tüketilmesi özendirilmelidir. Devletin ihtiyaç duyulduğunda pazar fiyatına müdahale ederek üretici ve tüketiciyi koruması gerekmektedir.

Takhar pirinci ile ilgili bir başka sorun pirincin satış fiyatının çok düşük olmasıdır. Mevcut fiyat 0.5 ile 0.6 dolar arasındadır. Çiftçilerin bu fiyatlarda üretim masraflarını karşıladıktan sonra kar elde etmeleri zor olmaktadır. Pirinç fiyatlarının düşük olması çiftçilerin belirli sayıda alıcı tüccara mahkûm olmasından kaynaklanmaktadır. Diğer bir pazar alternatifi olmayan çiftçiler ürünlerini ucuza fiyata satmak zorunda kalmaktadır. Bu sorunu ortadan kaldırmak için devlet gerektiğinde pazarlara müdahale etmelidir. Tüccarların çiftçileri istismar ederek ürünlerini çok düşük fiyatlarda almasının önüne geçmelidir. Bu çalışma kapsamında görüşülen çiftçiler, Afgan hükümetinin pirinç satış fiyatlarını belirlemesini ve fiyatları çiftçi yararına artırması gerektiğini savunmuşlardır. Görüşmelerde, ülke fiyatlarının pirinç ithalatını en aza indirecek yönde ayarlanması gerektiği de vurgulanmıştır.

Piyasada yerli pirinç ithal pirinç ile kalite ve temizlik açıları rekabet edememektedir. Bu bağlamda tüketiciler yerli pirinç yerine daha çok ithal pirinç tercih etme eğilimindedir. Bu problemin çözümü için önerilebilecek bir metot, pirinç üretiminin yoğun olarak yapıldığı illerde pirinç fabrikalarının kurulmasıdır. Bu fabrikaların kurulmasıyla çiftçiler ürünlerini düzgün bir şekilde temizleyebilecektir. Ulusal ve uluslararası standartlarda derecelendirme ve sınıflandırma yapılarak yerli pirinçin ithal pirince karşı dezavantajlı durumunun giderilmesi sağlanmalıdır.

AÇIKLAMA

Bu çalışma Ondokuz Mayıs Üniversitesi Lisans Üstü Eğitim Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim dalında yapılan yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

KAYNAKLAR

Afganistan Büyük Elçiliği Ankara (ABEA). 2021. Afganistan hakkında genel bilgi. [Erişim Tarihi: 20.01.2021]. <https://afghanembassy.org.tr/tr/contact/info/afghanistannn>

Ağır, H.B., Poyraz, N., Yılmaz, H.İ., Boz, İ. 2014. Tüketicilerin organik ürün algısı: Kayseri İli Örneği. XI. Tarım Ekonomisi Kongresi 3-5 Eylül, Bildiriler Kitabı, s. 1434-1438, Samsun, Türkiye.

Aksoy, U., Boz, I., Eynalov, H., Guliyev, Y. 2018. Organic agriculture in Azerbaijan: Current status and potentials for future developments. Food and Agriculture Organization United Nations, Baku, 2018.

Alamyar, R. 2018. Pirinç üretimi yapan çiftçilerin üretim ve pazarlama sorunları ve çözüm önerileri: Afganistan'ın Takhar İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı, Samsun.

Alamyar, R., Boz, İ. 2018. Problems and solutions in rice production and marketing in Takhar province of Afghanistan. International Journal of Scientific Research and Management, 6(12): 839-844.

Alamyar, R., Boz, İ. 2019. Afganistan'ın Takhar İlinde çeltik üretimi yapan

çiftçilerin sorunları ve çözüm önerileri. Tarım Ekonomisi Araştırmaları Dergisi, 5(1): 44-54.

Ayan, A.K., Boz, I., Kaynakci, C., Aytac, S. 2017. Suppliers of organic food: Evidence from Sisli and Kartal ecological bazaars of Istanbul. International Journal of Scientific Research and Management (IJSRM), 5(6): 5553-5559.

Cinemre, H.A., Kılıç, O. 2015. Tarım ekonomisi. Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Ders Kitabı, (11): 5.

Eryılmaz, G.A., Kılıç, O. 2018a. İyi tarım uygulamalarına geçen işletmelerin gelirlerindeki değişimin ve iyi tarım desteğinin yeterlilik düzeyinin belirlenmesi. Mediterranean Agricultural Sciences, 31(2): 123-127.

Eryılmaz, G.A., Kılıç, O. 2018b. İyi tarım uygulamalarının konvansiyonel tarım yapan işletmelerdeki optimum organizasyona etkisi: Samsun ili Bafra ilçesi örneği. Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 15(1): 101-106.

Eryılmaz, G.A., Kılıç, O., Başer, U. 2018. Gıda güvenliği konusunda tüketici davranışlarının belirlenmesi: Samsun ili kentsel alan örneği. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 4(2): 237-245.

Helms, M.M., Nixon, J. 2010. Exploring SWOT analysis—where are we now? Journal of Strategy and Management, 3(3): 215-251.

Islam, M., Hakim, M.A., Hafeez, A.G., Chowdhury, M. 2019. Splitting of nitrogen fertilizer enhanced growth, yield contributing parameters and yield of aromatic rice varieties. ISPEC Journal of Agricultural Sciences, 3(1): 80-97.

Kılıç, O., Eryılmaz, G.A. 2015. Factors affecting consumers' awareness of food safety. Agro Food Industry Hi Tech, 26(3): 43-46.

Muradi, A.J., Boz, I. 2018. The contribution of agriculture sector in the economy of Afghanistan. International Journal of Scientific Research and Management, 6(10): 750-755.

Sarhadi, W.A., Hien, N.L., Zanjani, M., Yosofzai, W., Yoshihashi, T., Hirata, Y. 2008. Comparative analysis for aroma and agronomic traits of native rice cultivars from central Asia. *J. Crop Sci. Biotech*, 11(1): 17-22.

Sharuqi, A.G. 1977. Rice research and breeding in Afghanistan. Institute of Extension, Ministry of Agriculture, Kabul, Afghanistan. 1-82.

Takhar Tarım İl Müdürlüğü. 2017. Takhar ili ve ilçelerinde hububat ekim alanları ve tarımsal üretim raporu. Takhar İli Tarım Müdürlüğü, Afganistan.

Taş, L. 2020. Organic olive growth opportunities in the GAP Region. *ISPEC Journal of Agricultural Sciences*, 4(3): 704-716.

Turhan, Ş., Varoğlu, S. T. 2021. Current status of agricultural producers in Iğdır province. *ISPEC Journal of Agricultural Sciences*, 5(1): 127-135.

Üstün, B. 2019. Örneklemeye yöntemleri. [Erişim Tarihi: 20.05.2019]. <https://www.phderneti.org>.

Wikipedi Özgür Ansiklopedi. 2020. SWOT Analizi. [Erişim Tarihi: 15.02.2020]. https://tr.wikipedia.org/wiki/SWOT_analizi