

CEYHAN OVASI TARIM İŞLETMELERİNDE ARAZİ PİYASASI**H. Çetin BEDESTENCİ**K.S.Ü. Ziraat Fakültesi
Tarım Ekonomisi Bölümü,
Kahramanmaraş**Handan VURUŞ**Ç. Ü. Ziraat Fakültesi
Tarım Ekonomisi Bölümü
Adana**ÖZET**

Türkiye bir tarım ülkesidir. Yaklaşık olarak küçüklü, büyüklü 4 milyon tarımsal işletmeye sahiptir. Bu işletmelerin en önemli özelliklerinden bir tanesi de çok parçalı oluşlarıdır. Çok parçalı oluşlarından dolayı mülkiyetleri sık sık el değiştirmektedir. Ceyhan İlçesi, Çukurova Bölgesinin önemli bir tarımsal faaliyet merkezidir. Bu çalışmada Ceyhan Ovası tarım işletmelerinde arazi satışı ile ilgili çeşitli kriterler incelenmeye çalışılmıştır. Arazi satışının nedenleri, satışta karşılaşılan sorunlar, arazi fiyatlarındaki değişiklikler ve arazi satan işletmecilerin sosyo-ekonomik özellikleri üzerinde durulmuştur. Arazi satış nedenleri olarak; çiftçiliği meslek olarak görmemek, borçlarını ödemek için kaynak oluşturmak, tarım dışı gelir garantisi sağlayıp araziyi işleyememek gibi nedenler saptanmıştır.

THE FARMLAND SALES IN CEYHAN PLAINS IN TURKIYE**ABSTRACT**

The agricultural sector is very important in Türkiye and there are around 3.5 million farms of different sizes. Most of the farms are divided into small parcels resulting ownership changes. Ceyhan is an important agricultural production area in Çukurova Region. The purpose of this study was to understand and determine the reasons behind farmland sales, land prices and socioeconomic structures of farmers in Ceyhan plains. It was found that the the reason behind farmland sales were; Most of the farmers were not considering themselves as farmers, migration to cities, had guaranteed non-farm incomes, and also were trying to payback the debts by land sales.

GİRİŞ

Ceyhan ilçesinin yüzölçümü 1427 km² olup, 1997 sayımına göre nüfusu 92526'dır. İlçe, Ceyhan Nehrinin doğusunda yer almakta, güneyden Yumurtalık, kuzeyden Kozan ve Kadirli ilçeleri, batıdan Adana, doğudan Osmaniye ve Hatay illeri ile çevrilidir. Bu sınırlar içinde ilçenin 7 kasabası ve 75 köyü mevcuttur. İlçenin tek akarsuyu Ceyhan Nehri olup, bu nehri besleyen Aksu, Karaçay, Mercin, Söğütözü, Hurma ve Savrun çayları vardır. İlçenin işlenebilir arazi varlığı 1.200.000 da ve tarım işletmesi sayısı 18050 adettir. Bu arazinin 850.000 dekarında (%71) sulu, 350.000 dekarında (%29) kuru tarım yapılmaktadır. İlçede ortalama işletme büyüklüğü 66,5 dekar'dır. Başlıca bitkisel ürünler; buğday, mısır, soya, pamuk, karpuz ve yerbıstığıdır. Ayrıca az miktarda pirinç ve narenciye üretimi de yapılmaktadır (1). CAP (Ceyhan Aslantaş Projesi) içerisinde yer alan Ceyhan'da

özellikle buğday, mısır, soya, karpuz ve yerfıstığı üretiminde büyük miktarlarda artış görülmüştür (2).

Son yıllarda ülkemizde uygulanan ekonomi politikaları tarımsal üretimi olumsuz yönde etkilemektedir. Özellikle girdi fiyatlarının serbest piyasa koşullarına göre belirlenmesi ve bunun sonucu olarak fiyatların reel olarak artması ile ürün maliyetlerinin yükselmesi yanında ürün fiyatlarının düşmesi tarımsal işletmeleri yeni arayışlara itmektedir. Ayrıca tarım işletmelerinin yapısal sorunlarının (tarlaların küçüklüğü, çok parselli olması ve dağımlılığı, tapu kayıtlarının olmaması) varlığı söz konusu etkilenmeyi daha da artırmaktadır. Buna çiftçi gelirlerindeki belirsizlik ve risk konuları eklenince, son yıllarda tarım işletmelerinde artan maliyetleri karşılamak için işletmelerin artan oranlarda borçlandıkları görülmektedir. Bütün bu olumsuzluklar tarım sektöründe arazi satışlarını arttırmaktadır.

Bu çalışmada Ceyhan Ovası tarım işletmelerinde arazi satışı konusu çeşitli göstergelerle incelenmeye çalışılmıştır. Arazi satışının nedenleri, satışta karşılaşılan sorunlar, arazi fiyatlarındaki değişiklikler ve arazi satan işletmecilerin sosyo ekonomik özellikleri üzerinde durulmuştur.

MATERYAL ve METOT

Araştırmanın materyali, Ceyhan ilçesi köylerinde işletme düzeyinde uygulanan anketlerden elde edilmiştir. Üretim deseni, işletme yapısı gibi özellikler bakımından Ceyhan ovasını temsil eden 27 adet köy araştırma çerçevesini oluşturmuştur. Anketler bu köylerde bulunan ve son on yılda arazi satan ailelerle yapılmıştır. Arazi satışı köylerde hoş karşılanmadığından köyü iyi tanıyan, arazi alım satımını bilen köy muhtarı, ihtiyar meclisi üyeleri veya sulama birliğinde görevli kişilerle arazi satışı yapan işletmeciler adına 69 adet anket yapılmıştır. Başka bir deyişle bu kişilerle yapılan anketlerde kendi köylerinde arazi satan her işletmeci için bir anket doldurulmuştur.

Anketlerde arazi satan işletmecinin sosyo ekonomik özellikleri, arazi varlığı ve satılan arazi miktarı, satılan arazinin sınıfı, sulanıp sulanmadığı, satış nedenleri, arazi satın alanın arazi varlığı gibi sorulara yer verilmiştir. Anketlerden elde edilen veriler çapraz tablolama yöntemiyle analiz edilmiştir.

ARAŞTIRMA SONUÇLARI VE TARTIŞMA

Anket yapılan işletmeler işletme genişlik gruplarına göre üç gruba ayrılmışlardır (Tablo 1). İncelenen işletmelerin %34,8'i 50 dekardan küçük olup ortalama işletme genişlikleri 34 dekadır. Bunların toplam alan içindeki oranı ise sadece %4,6'dır. 250 dekardan küçük işletmeler ise, incelenen işletmelerin sayısal olarak %78,3'ünü, buna karşılık satılan arazilerin %28,8'ini oluşturmaktadırlar. Akdemir ve Yurdakul (3) Aşağı Seyhan Ovasında yaptıkları çalışmada ortalama işletme genişliğini 221,7 dekar olarak bulmuşlardır. Ceyhan Ovasında yapılan bu çalışmada ise 257,4 dekar olarak bulunan işletme genişliği Seyhan Ovasındaki değerden çok farklı değildir.

Toplam 69 işletmede 2926 dekar arazi satılmıştır. İşletmelerin ortalama genişlikleri 257,4 dekar olup bunun %16,5'i (ortalama 42,4 dekar) satılmıştır. Satılan

arazinin toplam işletmeye oranı arazi genişliği arttıkça azalmaktadır. Nitekim küçük işletmelerde arazi satış oranı %62,4 iken büyük işletmelerde %7,4'tür (Tablo 2).

Tablo 1. İncelenen İşletmelerin Genişlik Gruplarına Göre Dağılımı

İşletme Genişliği (da)	İşletme		Toplam İşletme Genişliği (da)	%	Ortalama İşletme (da)
	Adet	%			
0-50	24	34,8	817	4,6	34,0
51-250	30	43,5	4,291	24,2	143,0
251 +	15	21,7	12,650	71,2	843,3
Toplam	69	100,0	177,580	100,0	257,4

Küçük işletmelerde arazi satılması yanında büyük işletmelerde de arazi satışı bulunmaktadır. Satılan arazinin oransal olarak %21,2'si büyük işletmelerde gerçekleşmiştir.

Tablo 2. Arazi Satan İşletmelerin İşletme Büyüklükleri

İşletme Genişliği (da)	Ortalama İşletme Genişliği (da)	Satılan Toplam Arazi		Satılan Ortalama Arazi (da)	(Satılan/Toplam)*100
		da	%		
0-50	34,0	509	17,4	21,2	62,4
51-250	143,0	1,482	50,7	49,4	34,5
251 +	843,3	935	31,9	62,3	7,4
Toplam	257,4	2,926	100,0	42,4	16,5

Çalışmada işletmecinin yaşı, ek gelirinin olup olmadığı, aile genişliği, eğitim düzeyi, yerleşim yeri, köy ve ilçede evinin olup olmadığı konularına yer verilmiştir.

İncelenen işletmelerde işletmecilerin ortalama olarak yaşı 51,9 olup, bu değer işletme grupları itibarıyla çok farklı değildir. İşletmelerin %0,6'sında ek gelir elde edilirken, %59,4'ünde ek gelir söz konusu değildir (Tablo 3).

Tablo 3. İncelenen İşletmelerde İşletmecinin Yaşı ve Ek Gelir Durumu

İşletme Genişliği (da)	İşletmecinin Yaşı	Ek Gelir Durumu		Toplam
		Var	Yok	
0-50	51,4	41,7	58,3	100,0
51-250	53,1	33,3	66,7	100,0
251 +	51,9	53,3	46,7	100,0
Ortalama	51,9	40,6	59,4	100,0

İşletme genişliği arttıkça işletmelerdeki çocuk sayısının da arttığı görülmektedir. Ortalama çocuk sayısı 1,1'dir. Arazi satan işletmelerin ortalama aile genişlikleri ise 5,6'dır (Tablo 4). Anket yapılan işletmecilerin eğitim düzeyi Tablo 5'tedir. Arazi satan işletmecilerden %2,9'u okuma yazma bilmemektedir. %5,8'i ise yüksekokul mezunudur. İşletme genişliği arttıkça üniversite ve yüksekokul mezunu olan işletmecilerin oranında da artış görülmektedir. Eğitim düzeyine bağlı olarak bazı çiftçilere Ceyhan Aslantaş Projesi kapsamında eğitim verilmiştir (4).

Tablo 4. Anket Yapılan İşletmecilerin Aile Genişlik Gruplarına Göre Dağılımı

İşletme Genişliği (da)	Çocuk Sayısı (0-14 yaş)	Ortalama Aile Genişliği
0-50	0,5	5,3
51-250	1,3	5,5
251 +	1,4	5,9
Ortalama	1,1	5,6

Tablo 5. Anket Yapılan İşletmecilerin Eğitim Düzeyi

İşletme Genişliği (da)	Eğitim Düzeyi (%)				Toplam
	Okur yazar olmayan	Okur yazar ve ilkokul	Ortaokul ve lise	Yüksekokul ve üniversite	
0-50	0,0	70,8	29,2	0,0	100,0
51-250	3,3	53,3	36,7	6,7	100,0
251 +	6,7	26,7	53,3	13,3	100,0
Ortalama	2,9	53,6	37,7	5,8	100,0

İşletme genişliği arttıkça köyde yaşayanlar oransal olarak azalmakta buna karşılık hem köyde hem de şehirde oturma oranı artmaktadır. Küçük işletmelerde şehirde evi bulunma oranı %50 iken büyük işletmelerde %80 olup tüm işletmeler ortalaması %60'tır (Tablo 6).

Tablo 6. Anket Yapılan İşletmecilerin İkametgah Yerleri

İşletme Genişliği (da)	İkamet Yeri (%)			
	Köy	Şehir	Köy+Şehir	Toplam
0-50	58,4	33,3	8,3	100,0
51-250	46,7	36,6	16,7	100,0
251 +	26,6	13,4	60,0	100,0
Toplam	46,4	30,4	23,2	100,0

İşletmecilerin arazilerini satma nedenleri Tablo 7'de incelenmiştir. İşletmecilerin %59,4'ü borç, %11,2'si çiftçiliği yapamamak, %10,1'i başka bir iş kurmak gibi nedenlerle arazilerini satmışlardır.

Tablo 7. İşletmecilerin Arazi Satış Nedenleri (%)

Satış Nedeni	%
Borçlu olmak	59,4
Çiftçilikle uğraşamamak	11,5
Başka iş kurmak	10,1
Miras sorunu olması	5,8
Köyden Göçmek	4,4
Komşu tarla sahibiyle sorunlu olmak	2,9
Yeterli gelir sağlayamamak	2,9
Büyük tarlayı işleyememek	1,5
Başka bir tarla almak için	1,5
Toplam	100,0

Arazi %37,7 ile köydeki komşulara, %36,2 ile köy dışından kişilere satılmıştır. Akrabalara satılma oranı %11,6'dır. Büyük işletmelerde köy dışından gelen kişilere satılma oranı yüksek iken (%67), küçük işletmelerde komşular ve köy dışından gelen kişilere satma oranı yüksek olmaktadır (Tablo 8).

Tablo 8. Araziyi Satın Alan Kişi (%)

Satın alan kişiler	%
Köydeki komşular	37,7
Köy dışından kişilere	36,2
İkinci derecede akrabalar	8,7
Köy dışında oturan köyden kişiler	8,7
Kiracı veya ortakçıya	4,4
Birinci derecede akrabalar	2,9
Köy dışından gelip köye yerleşenler	1,6
Toplam	100,0

Tablo 9'da köylerde arazi satış sıklığı görüşülen kişilerden alınan bilgilere göre derlenmiştir. Köylerin % 34'ünde her yıl, %60,9'unda ise 1-2 yılda bir arazi satışına rastlanılmaktadır.

Tablo 9. Köylerde Arazi Satış Sıklığı (%)

Satış Sıklığı	%
Yılda 1-2 kez satış oluyor	60,8
Her yıl satış olmuyor	34,7
Yılda 3-5 kez satış oluyor	1,5
Yılda 6-8 kez satış oluyor	1,5
Daha sık satış oluyor	1,5
Toplam	100,0

Arazi satış fiyatını etkileyen faktörlerin başında arazinin verimi (%39,1), arazi satan kişinin borçluluk durumu (%21,8) ve arazinin tapulu olup olmadığı (%15,9) gelmektedir (Tablo 10).

Tablo 10. Arazi Satışında Fiyatı Etkileyen Faktörler

Faktörler	%
Arazinin verimi	39,1
Satıcının borçluluk durumu	21,8
Tapulu olup olmadığı	15,9
Alıcının tutumu	6,5
Arazinin yol durumu	5,8
Ödeme şartları	5,8
Yakın kişilerin arabuluculuğu	4,4
Arazinin Büyüklüğü	0,7
Alıcı ve satıcının yakınlık derecesi	0,0
Toplam	100,0

Anket uygulaması yapılan kişilerden alınan yanıtlara göre arazi fiyatlarında mevcut ve gelecekteki değişmelerin nasıl olacağı Tablo 11 ve 12'de sunulmuştur. Tablolardan da görülebileceği gibi anket uygulanan kişiler bugünkü arazi fiyatlarındaki durumun gelecekte de devam edeceğini belirtmişlerdir. Arazi fiyatlarında hızlı bir artış veya azalış olmayacaktır.

Tablo 11. Arazi Fiyatlarındaki Değişim

İşletme Genişliği (da)	Hızla artıyor	Normal artıyor	Hızla azalıyor	Normal azalıyor	Toplam
0-50	0,0	50,0	4,2	45,8	100,0
51-250	3,3	53,4	10,0	33,3	100,0
251-+	0,0	73,3	6,7	20,0	100,0
Ortalama	1,5	56,4	7,3	34,8	100,0

Tablo 12. Gelecekte Arazi Fiyatlarındaki Değişim

İşletme Genişliği (da)	Hızla artacak	Normal artacak	Hızla azalacak	Normal azalacak	Toplam
0-50	0,0	54,1	4,2	41,7	100,0
51-250	3,3	66,7	6,7	23,3	100,0
251-+	0,0	66,7	13,3	20,0	100,0
Ortalama	1,5	62,3	7,3	28,9	100,0

Arazi satan üreticilerin görüşlerine göre arazi satan çiftçiyi köylülerin %55,1'i satış nedeniyle eleştirirken, diğerleri yorum yapmaktan kaçınmaktadır. Alan kişi açısından ise köylülerin %50,1'i iyi bir iş yapıldığını belirtirken, yine büyük bir çoğunluk yorum yapmak istememiştir.

Arazi satışını gerçekleştirecek kişilerin büyük bir kısmı (%84,0) satışı kendisi duyurmaktadır. Bunun yanında satışı simsarlar aracılığıyla duyuranların oranı %8,7 olup, çevre aracılığıyla duyurma oranı ise %7,3'tür.

Arazi satışında çeşitli sorunlar ortaya çıkmaktadır. Bunlardan en önemlisi %50,7 oranında tapu işlemlerinden kaynaklanmaktadır. Görüşülen kişilerin %43,4'ü satışta hiçbir sorun olmadığını belirtmiştir. Tapu kaydının olmaması, arazinin hisseli olması ve intikal gibi durumların ise satışta çok fazla sorun yaratmadığı görülmüştür (Tablo 13).

Tablo 13. Arazi Satışında Karşılaşılan Sorunlar

İşletme Genişliği (da)	Tapu işlemleri	Sorun yok	İntikal	Tapu kaydının olmaması	Hisseli olması	Toplam
0-50	37,5	58,3	4,2	0,0	0,0	100,0
51-250	63,4	30,0	3,3	3,3	0,0	100,0
251-+	46,7	46,6	0,0	0,0	6,7	100,0
Toplam	50,7	43,4	2,9	1,5	1,5	100,0

Arazi satışında üreticilerin %69,6'sı kolaylıkla alıcı bulunabildiğini, %30,4'ü ise alıcının kolay bulunamadığını belirtmişlerdir.

Miras yoluyla devredilen arazilerde bilindiği gibi bazı sorunlar ortaya çıkabilmektedir. Bu durum arazi satışı üzerinde etkili bir faktör olduğundan incelenme kapsamına alınmış fakat elde edilen bulgulara göre anket uygulanan kişilerin %62,3'ü miras yoluyla devredilen arazilerde herhangi bir sorunla karşılaşmadığını belirtmişlerdir.

Anket uygulanan işletmelerde arazinin veraseli olup olmadığı konusu da incelenmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre arazilerin %72,5'i veraseli değilken, %27,5'i veraselidir. Veraseli olma durumunda ise ortalama kişi sayısı 1,6 olarak bulunmuştur.

Arazi satan işletmecilere mevcut arazilerini nasıl elde ettikleri sorulmuş ve alınan cevaplar Tablo 14'te özetlenmiştir. Görüşülen işletmecilerin %73,9'u intikal, %26,1'i satın alma yoluyla arazi sahibi olmuşlardır.

Tablo 14. Arazinin Elde Edilme Şekli

İşletme Genişliği (da)	İntikal	Satınalma	Toplam
0-50	75,0	25,0	100,0
51-250	83,3	16,7	100,0
251-+	53,3	46,7	100,0
Ortalama	73,9	26,1	100,0

Tablo 15'te arazi satış olayının hangi ürünün hasadından sonra gerçekleştiği incelenmiştir. Mısır hasadından sonra arazi satışının gerçekleşme oranı %36,2'dir. Bunu sırasıyla II. Ürün mısır (%23,2), pamuk (%21,7), buğday (10,1), soya (7,3) ve karpuz (%1,5) izlemektedir.

Tablo 15. Arazinin Satış Zamanı

Ürün	%
Mısır	36,2
II. Ürün mısır	23,2
Pamuk	21,7
Buğday	10,1
Soya	7,3
Karpuz	1,5
Toplam	100,0

Tablo 16'da görüşülen üreticilerin borçlu olup olmadığı ve kime borçlandığı incelenmeye çalışılmıştır. İşletme genişliği arttıkça borçluluk durumunun da arttığı görülmektedir. Görüşülen üreticilerin ortalama olarak %68,8'inin borçlu olduğu görülmektedir. Bu borçların kimden alındığı incelendiğinde ise tefeciden alınan borçların %48,2'lik bir oranla ilk sırada yer aldığı ortaya çıkmıştır.

Tablo 16. Üreticilerin Borçlanma Durumu

İşletme Genişliği (da)	Üretici borç almış mı?			Borç kimden alınmış?				
	Evet	Hayır	Topl.	Bayi	Tüccar	Tefeci	Koop. Banka	Topl.
0-50	50,0	50,0	100,0	7,7	7,7	61,5	23,1	100,0
51-250	80,0	20,0	100,0	25,9	0,0	55,6	18,5	100,0
251-+	80,0	20,0	100,0	14,3	0,0	21,4	64,3	100,0
Ortalama	68,8	31,2	100,0	18,5	1,9	48,1	31,5	100,0

Arazi satışına karar verildikten sonra satış işleminin gerçekleşme süresi Tablo 17'de incelenmiştir. Arazi satışının çok kısa bir süre içinde gerçekleştiğini belirtenlerin oranı %59,4'tür. Arazi satış işleminin %95,7'si peşin olarak gerçekleşirken, taksitle satış oranı ise %4,3'tür.

Tablo 17. Arazi Satışının Gerçekleşme Süresi

Süre	%
Hemen	59,4
1-3 ay	23,2
3-5 ay	5,8
1 yıl	10,1
Daha çok	1,5
Toplam	100,0

SONUÇ

Çalışmada anket uygulaması sonucunda elde edilen verilere göre arazi satışının çiftçiliği iş olarak benimsemeyen kişiler tarafından gerçekleştirildiği ortaya çıkmıştır. Arazi satış nedenlerini borçlu olmak, araziyi işleyememek gibi nedenlere bağlayan çiftçilerin yanında aynı koşullarda çiftçilik yapan ve arazi alımı yapıp bu işi başarıyla sürdüren kişilerin olduğu da bir gerçektir.

Bunun yanında tarımla uğraşmayı bir yaşam tarzı olarak benimseyen, çiftçiliği meslek olarak gören kişiler arazi satışına olumlu olarak bakmazken, tarımı mirasla kalan arazilerden sadece ek gelir veya hobi olarak gören ve şehirde ikamet edip tarım dışı kazançlarını garanti eden kişiler arazi satışı konusunu önemsememektedirler. Dolayısıyla arazi satışını sadece ekonomik nedenlere dayandırmak doğru olmayacaktır. Ancak değişen ve küreselleşen tarım dünyasına ayak uydurabilecek, çeşit ve verimliliğe, maliyet ve pazarlamaya önem veren kişilerin çiftçiliğe devam edebilecekleri ortaya çıkmaktadır.

KAYNAKLAR

1. İSPİR, C., 1999. "Aşağı Ceyhan Ovasında Tarım Sigortası Uygulamaları ve Sorunları", Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı (Basılmamış Doktora Tezi, Kod No:546), Adana.
2. ANONİM, 24 Aralık 1999, Dünya Barajlar Komisyonu WCD Örnek Durum Çalışması, Aslantaş Barajı ve İlgili Konularıyla Ceyhan Nehri Havzası İlk Taslağı, Türkiye, Haz: Agrin Ltd.Şti, Ankara.

3. AKDEMİR, Ş., YURDAKUL, O., 1994. Le Marche Foncier En Turquie, Cours International Specialise, Sur les Politiques des Structures de Production Agricole et Remembrement des Exploitations. 9 Mai-5 juin 1994- ADANA.
4. ANONİM, Temmuz 1999, Dünya Barajlar Komisyonu Durum Belirleme Raporu,Ceyhan Havzası Kapsamında Ceyhan Aslantaş Barajı'nın Performans ve Kalkınmaya Olan Etkisinin İncelenmesi, Haz.Agrin Ltd.Şti, Ankara.