



# ŞANLIURFA'DAKİ SÜS BİTKİLERİ TÜKETİCİLERİNİN TÜKETİM TERCİHLERİNE YÖNELİK TUTUM VE ALGILARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

A Research On Attitude And Perceptions Towards The Consumption Preferences Of Ornamental Plants Consumers In Şanlıurfa

Doç.Dr. Mustafa Hakkı AYDOĞDU

Harran Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Şanlıurfa/Türkiye  
ORCID: 0000-0002-4945-5239

Yük.Müh. Necla YILDIZOĞULLARI

Harran Üniversitesi, Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Şanlıurfa/Türkiye  
ORCID: 0000-0001-9372-9068

**Cite As:** Aydoğdu, M.H. & Yıldızoğulları, N. (2021). "Şanlıurfa'daki Süs Bitkileri Tüketicilerinin Tüketim Tercihlerine Yönelik Tutum ve Algıları Üzerine Bir Araştırma", International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, (Issn:2630-631X) 7(45): 1150-1157.

## ÖZET

Süs bitkileri ve çiçekçilik, kentleşmenin yoğunlaştığı yerlerde insanların yeşil çevreye ve doğaya olan özlemlerini giderme, insan psikolojisine sağladığı katkının yanı sıra, buldukları mekânların hava kalitesini artıran, önemi sürekli artan ve zorunlu olmayan bir tüketim maddesi olup, ticari bir sektör haline gelmiştir. Şanlıurfa sahip olduğu jeotermal kaynak ve mevsimsel özellikleri nedeniyle bu konuda önemli bir potansiyele sahiptir. Bu çalışmanın amacı Şanlıurfa'da ki tüketicilerinin cinsiyet temelli süs bitkileri ve çiçeklere olan tutum ve algılarıyla, tüketim tercihlerinin belirlenmesidir. Bu amaçla basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilen ve gönüllülük esasına dayalı katılımı kabul eden süs bitkileri tüketicileriyle yüz yüze görüşme yoluyla anketler 2020 yılında yapılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre erkek katılımcılar bu araştırmaya daha az katılım göstermiş olup, genel olarak, eşlerine ya da kız arkadaşlarına çiçek almayı, zayıflık, hafife alınma, değer kaybı veya ataerkil yapı ve aşiret kültürü nedeniyle alay konusu olabilme gibi nedenlerle pek tercih etmemektedirler. Diğer taraftan da anneler gününde en fazla çiçek alanlarda erkeklerdir. Süs bitkisi ve çiçekler daha çok eğitilmiş ve bekar olan tüketicilerin ilgisini çekmektedir. Katılımcıların %55'i sadece özel günlerde alırken, görünüş ve algılanan anlamın önemi %78, en fazla alım zamanı ise %89 ile anneler günü olarak belirlenmiştir. Erkek katılımcıların %28'i çiçekleri mecburiyetten aldığını beyan etmiştir. Süs bitkileri ve çiçeklerin insanların yaşamındaki öneminin yüksek olduğu %88, insanların moral ve motivasyonlarında etkili olduğu %81, bunun bir alışkanlık olduğu ve insanların yaşam tarzlarıyla ilgili olduğu ise %65 oranında belirlenmiştir. Anket katılımcıların ortalama yıllık süs bitkisi ve çiçek harcamaları yaklaşık 126 TL'dir. Bu oran aylık ortalama hesaplanan gelirin %03.1'ine karşılık gelmektedir. Binde 3.1 tüketiciler için ödenebilecek bir miktar olup, ödeme gücü dâhilindedir. Erkek tüketicilere yönelik alımı teşvik eden faaliyetler ile tüketim miktarı önemli oranda artırılabilir. Bu araştırma internet ortamında yapılan literatür taramasına göre Türkiye'de bu kapsamda yapılan ilk çalışmadır.

**Anahtar Kelimeler:** Süs bitkileri ve çiçekler, cinsiyet temelli tüketici tutum ve algısı, tüketici tercihleri, Şanlıurfa.

## ABSTRACT

Ornamental plants and floriculture is a consumption item that increases the air quality of the places where they are, in addition to its contribution to human psychology, to satisfy people's longing for the green environment and nature in places where urbanization is concentrated, and it has become a commercial sector. Şanlıurfa has an important potential in this regard due to its geothermal resources and seasonal characteristics. This study aims to determine the consumption preferences of the consumers in Şanlıurfa with their attitudes and perceptions towards gender-based ornamental plants and flowers. The surveys were conducted in 2020 through face-to-face interviews with ornamental plant consumers, which were selected by simple random sampling method and accepted the participation voluntarily. According to the results, male participants participated less in this study and generally did not prefer to buy flowers for their wives or girlfriends, due to weakness, underestimation, loss of value, or being ridiculed due to patriarchal and tribal culture. On the other hand, it is the men who buy the most flowers on mother's day. Ornamental plants and flowers attract more educated and single consumers. While 55% of the participants took it only on special occasions, the importance of appearance and perceived meaning was determined as 78%, and the maximum purchase time with 89% was determined as mother's day. 28% of the male participants stated that they bought the flowers because of necessity. It was determined that the importance of ornamental plants and flowers in people's lives was high with 88%, it was effective on people's morale and motivation by 81%, and it was a habit and it was related to people's lifestyles with a rate of 65%. The average annual spending of the survey participants on ornamental plants and flowers is approximately 126 TL. This rate corresponds to 3.10% of the monthly average calculated income. It is an amount payable for consumers of 3.1 per thousand and within the ability to pay. It is known that the consumption amount can be increased significantly with the activities that encourage purchase for male consumers. This research is the first study conducted on gender-based in Turkey according to the literature review conducted on the internet.

**Key words:** Ornamental plants and flowers, gender-based consumer attitude and perception, consumer preferences, Şanlıurfa.



## 1. GİRİŞ

Bitkiler ilk başlarda yaygın olarak beslenme ve gıda olarak kullanılırken, sonrasında ise tıbbi amaçlarla (Cançelik, 2020), boya ve renk vermek içinde kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde ise bitkiler, geçmiş dönemlerdeki kullanım amaçlarına ilaveten endüstriyel, estetik, fonksiyonel, ekolojik ve ekonomik amaçlarla da kullanılan, çok yönlü faydalar sağlayan unsurlar haline gelmişlerdir (Cengiz et. al., 2011; Eşitken vd., 2012). Süs bitkileri ve çiçekçilik, özellikle nüfus artışına dayalı kentleşmenin yoğun olduğu yerlerde insanların yeşil çevreye ve doğaya karşı olan özlemlerini giderme, insan psikolojisine sağladığı katkı dolayısıyla önemi sürekli artan bir ihtiyaç maddesi ve ticari bir sektör haline gelmiştir (Bulut vd., 2007; Ay, 2009). Tarımda bitkisel üretimin bir alt dalı olan süs bitkileri ve çiçekçilik, insanların gıda ihtiyacı yerine ruhsal ve görsel ihtiyaçlarını karşılayan, yatıştırıcı, dinlendirici ve mutluluk verici sonuçları ile diğer tarımsal ürün çeşitlerinden farklılıklar göstermektedir (Onay, 2008). Çiçekler ve süs bitkileri zorunlu bir tüketim maddesi olmayıp, gelişen sosyal yaşama bağlı oluşan kültürlerde insanların duygularını ve düşüncelerini ifade eden araçlardan birisidir (Bulut vd., 2007). Antik çağlardan itibaren birçok medeniyetlerde sosyal ve dini açıdan çiçeklerin her zaman önemli bir yeri olmuştur (Bulut vd., 2007). Küresel olarak yaşanan kentleşme, insanların doğadan ve yeşil çevreden mahrum kalmasına sebep olmuş, bu durumda insanların doğal ortama ve ekolojik çevreye olan ilgisini ve isteğini arttırmıştır. İnsanlar bu ihtiyaçlarını giderebilmek için genellikle yetiştirilen süs bitkileri ve çiçekleri hediyelik eşya veya yaşadıkları mekânların ekolojik özelliklerine göre dekor olarak kullanılmaktadırlar (Ünlü, 2014; Genç, 2014). Diğer taraftan süs bitkileri ve çiçeklerin, saksı gibi küçük toprak alanlarında da yetiştirilebilme imkânının olması bu bitkilerin insanların olduğu her mekânda tercih edilmesini sağlamaktadır (Yıldızoğulları, 2020). Süs bitkileri ve çiçeklerin insanlar üzerinde pozitif psikolojik etkileri olmasının yanı sıra, kapalı iç mekânların hava kalitesini de arttıran olumlu fiziksel etkileri de bulunmaktadır (Keçecioğlu, 2014; Cengiz vd., 2017).

Güneydoğu Anadolu Projesi (GAP), su ve toprak kaynaklarına dayalı entegre ve çok sektörlü bir bölge kalkınma projesi olup (Aydoğdu, 2016), Şanlıurfa, GAP kapsamında yer alan, tarımsal üretim potansiyeli açısından en önemli ildir (Sevinç et al., 2019; Parlakçı Doğan et al., 2020). Diğer taraftan Şanlıurfa, sahip olduğu tarihi değerlerinin yanı sıra doğal yapısıyla da tabiat turizmi açısından da önemli bir ildir (Mancı ve Aydoğdu, 2015). Şanlıurfa, mevsimsel özellikler nedeniyle süs bitkisi yetiştiriciliği açısından önemli bir potansiyele sahip olup, özellikle sıcak iklim koşullarına dayanıklı ve yöreye has çeşitleri vardır (Aydoğdu ve Yıldızoğulları, 2021). Karaali bölgesindeki jeotermal alanlarda ve seralarda süs bitkileri üretilmekte olup, yurtiçi ve yurt dışı satışları yapılmaktadır (Yıldızoğulları, 2020). Ayrıca, Dünya’da sadece Şanlıurfa’da yetişen, Peygamber çiçeği, Mezopotamya sümbülü, Karacadağ çiğdemi, kırmızı kantaron, Halfeti’de yetişen siyah gül ve Birecik’te yetişen baş kızan gibi endemik süs bitkileri de vardır (Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, 2006).

Türkiye süs bitkileri ve çiçekçilik açısından büyük bir potansiyele sahip olmasına karşın, bu alanda yapılan bilimsel çalışmalar ise yeterince yaygın değildir (Akduman Hoşer, 2014). Bu çalışmanın amacı Şanlıurfa’da ki tüketicilerinin cinsiyet temelli süs bitkileri ve çiçeklere olan tutum ve algılarıyla, tüketim tercihlerinin belirlenmesidir. İnternet ortamında yapılan literatür taramasına göre bu çalışma Türkiye’de bu kapsamda yapılan ilk çalışmadır.

## 2. MATERYAL VE YÖNTEM

Bu araştırmanın esas materyalini Şanlıurfa’da yer alan basit tesadüfi örnekleme yöntemiyle seçilen ve gönüllülük esasına dayalı katılımı kabul eden süs bitkileri tüketicileriyle yüz yüze görüşme yoluyla yapılan anketlerden elde edilen veriler oluşturmaktadır. Araştırmanın amacının gerçekleştirilmesi için nicel araştırma yöntemlerinden olan tarama modeli ile bu çalışma hazırlanmıştır. Tarama modeli akademik çalışmalarda yoğun olarak kullanılan yöntemlerden bir tanesi olup, anket yöntemi kullanılarak araştırma katılımcılarının görüşleri birincil veri olarak elde edilmiştir. 2020 yılında Şanlıurfa’nın nüfusu adrese dayalı nüfus kayıt sistemi sonuçlarına göre 2 115 256 kişi olup, bunların %50.5’i kadın ve %49.5’i ise erkektir (TÜİK, 2021). Araştırmanın örneklem hacmi, araştırma evrenini temsil edecek şekilde, %95 güven sınırında ve %5 hata payı ile ana kütle büyüklükleri ve tolerans gösterilebilir örneklem hatasına göre örneklem hacimleri tablosuna (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004; Bayram, 2015) göre 384 olarak belirlenmiştir. Güvenli tarafta kalmak için, 2020 yılında, sahada 390 anket uygulanmıştır.

Anket, demografik bilgiler, süs bitkisi tercih nedenleri, tercihleri ve tercih zamanları olmak üzere 16 maddeden oluşan ilk kısım ve 16 maddeden oluşan beşli Likert ölçeği ile hazırlanmış iki bölümden oluşmaktadır. Ankette 5’li Likert tipi ölçek ile kesinlikle katılıyorum (5)-kesinlikle katılmıyorum (1) arasında tercih yapmaları istenmiştir. Likert ölçeğinde temel yaklaşım kişilere araştırılan konuyla ilgili

yargıların verilmesi ve bu yargılar üzerinde yoğunlaşmanın bulunması esasına dayalıdır (Aydogdu et al., 2015). Anketlerden elde veriler bir kod planına dayalı olarak Excel e aktarılmış olup, frekans analizleri yapılmış, katılımcıların yaş veya gelirleri gibi sayısal verilerin ortalaması ve dağılım aralığı hesaplanmış, daha sonra da değerlendirilmiştir.

### 3. ARAŞTIRMA BULGULARI VE TARTIŞMA

Örneklem hacmi 384 olmakla birlikte 390 anket yapılmıştır. Katılımcılar bazı soruları yanıtlamamışlardır. Bundan dolayı örneklem sayısı analizlerde farklılık gösterebilmektedir. Araştırmaya katılan tüketicilerin 273'ü (%70) kadın ve 117'si (%30) erkektir. Örneklem hacminde kadın sayısının fazla çıkmasının sebebi, erkek katılımcıların araştırma konusuna olan isteksizliğinden kaynaklanmıştır. Erkekler genel olarak, eşlerine ya da kız arkadaşlarına çiçek almayı, zayıflık, hafife alınma, değer kaybı veya diğer erkekler tarafından alay konusu olabilme gibi nedenlerle pek tercih etmemektedirler. Diğer taraftan da anneler gününde en fazla çiçek alanlarda genel de erkekler olmaktadır. Bu durum araştırma bölgesinin hâkim kültürü, norm değerleri, ataerkil ve aşiret yapısıyla açıklanmaktadır. Araştırma konusu, bir başka ifade ile süs bitkileri ve çiçekler, kadınların daha çok ilgisini çekmekte olup, katılım sayısının yüksek olması da bundan kaynaklanmaktadır. Katılımcılara ait cinsiyet temelli demografik veriler Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların cinsiyet temelli demografik verileri

		Cinsiyet				Toplam
		Kadın	%	Erkek	%	%
Medeni durum	Bekâr	147	0,54	60	0,51	0,53
	Evli	110	0,40	45	0,38	0,40
	Dul-boşanmış	16	0,06	12	0,10	0,07
Eğitim durumu	Okur-yazar	20	0,07	6	0,05	0,07
	İlkokul	22	0,08	5	0,04	0,07
	Ortaokul	38	0,14	8	0,07	0,12
	Lise	92	0,34	40	0,34	0,34
	Üniversite	101	0,37	58	0,50	0,41
Çalışma durumu	Çalışmıyor	119	0,44	21	0,18	0,36
	Kamu çalışanı	38	0,14	27	0,23	0,17
	Özel sektör çalışanı	43	0,16	26	0,22	0,18
	Serbest meslek sahibi	9	0,03	18	0,15	0,07
	Öğrenci	64	0,23	25	0,21	0,23
Ortalama gelir (TL/ay)	<1 500 ve altı	146	0,53	32	0,27	0,46
	1 501-3 000	53	0,19	26	0,22	0,20
	3 001-5 000	37	0,14	28	0,24	0,17
	5 001-7 500	24	0,09	20	0,17	0,11
	>7 501 ve üzeri	13	0,05	11	0,09	0,06

Tablo 1 verilerine göre araştırmaya katılanların yaklaşık yarısı bekâr ve üniversite mezunudur. Bu durum süs bitkisi ve çiçeklerin daha çok eğitilmiş ve bekâr olan tüketicilerin, diğer gruplara göre, daha fazla ilgisini çektiğini göstermektedir. Katılımcıların %35'i kamu ve özel sektör çalışanıdır. Ortalama geliri 1 501 ile 5 000 TL arasında olanların oranı %37'dir. Katılımcıların ortalama geliri 3 415 TL/ay olarak hesaplanmıştır. Anket katılımcılarının yaş ortalamalarıyla, süs bitkileri ve çiçekler için yıllık ortalama olarak ne kadar para harcadıklarına ait veriler Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. Katılımcıların yaş ve aylık süs bitkisi ile çiçekler için yaptıkları harcama ortalamaları

	N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Std Sapma
Yaş	390	18	70	28,44	9,526
Yıllık ortalama harcanan para (TL)	390	10	3 500	125,68	249,507

Tablo 2 sonuçlarına göre katılımcıların yaş ortalaması 28.44 yıl olup, ortalama yıllık süs bitkisi ve çiçek harcamaları yaklaşık 126 TL'dir. Bu oran aylık ortalama hesaplanan gelirin %3.1'ine karşılık gelmektedir. Binde 3.1 tüketiciler için ödenebilecek bir miktar olup, ödeme gücü dâhilindedir. Ankete katılan tüketicilerin demografik özelliklerine göre süs bitkisi ve çiçek alımına yönelik verilen ifadelerle katılım derecelerini beşli Likert ölçeği ile göstermeleri istenmiştir. Burada (5)Kesinlikle Katılıyorum (4)Katılıyorum (3)Fikrim Yok (2)Katılmıyorum (1)Kesinlikle Katılmıyorum. Verilen ifadelerle tüketicilerin katılım dereceleri Tablo 3'de yer almaktadır.

Tablo 3. Katılımcıların demografik özelliklere göre süs bitkisi ve çiçeklere yönelik verilen ifadelere katılım dereceleri

Verilen İfade	Likert Ölçeği	Cinsiyet				Toplam	
		Kadın	%	Erkek	%		
Süs Bitkisi ve Çiçek Alımını Etkiler	Katılım Derecesi						
	Yaş	1	39	0,14	9	0,08	0,12
		2	52	0,19	17	0,15	0,18
		3	50	0,18	20	0,17	0,18
		4	66	0,24	26	0,22	0,24
	5	65	0,24	45	0,38	0,28	
Eğitim seviyesi	1	25	0,09	9	0,08	0,09	
	2	32	0,12	9	0,08	0,11	
	3	49	0,18	24	0,21	0,19	
	4	77	0,28	28	0,24	0,27	
	5	89	0,33	47	0,40	0,35	
Medeni durum	1	53	0,19	10	0,09	0,16	
	2	50	0,18	7	0,06	0,15	
	3	36	0,13	18	0,15	0,14	
	4	62	0,23	41	0,35	0,26	
	5	71	0,26	41	0,35	0,29	
Aylık gelir	1	75	0,28	20	0,17	0,24	
	2	65	0,24	20	0,17	0,22	
	3	49	0,18	16	0,14	0,17	
	4	34	0,13	30	0,26	0,16	
	5	49	0,18	31	0,26	0,21	

Tablo 3 sonuçlarına göre, yaşın süs bitkisi ve çiçek alımını etkilediğine inananların oranı %52'dir. Eğitim seviyesinin süs bitkisi ve çiçek alımını etkilediğini belirtenlerin oranı %62'dir. Bir başka ifadeyle eğitim seviyesi arttıkça süs bitkisi ve çiçek alımı da artmaktadır. Medeni durumun süs bitkisi ve çiçek alımını etkilediğine inananların oranı %55'dir. Aylık gelirin süs bitkisi ve çiçek alımını etkilediğine katılanların oranı ise %37'dir. Demografik değişkenler açısından süs bitkisi ve çiçek alımında en etkili faktör eğitim seviyesi iken, en etkisiz faktör olarak da gelir belirlenmiştir. Erzurum'da yapılan bir araştırmada da kentteki kültürel yaşamın artmasıyla beraber süs bitkileri ve çiçeklere olan talebin de arttığı sonucuna ulaşılmıştır (Bulut vd., 2007). Katılımcıların süs bitkisi ve çiçek alma durumları, aradıkları çeşitleri bulma, fiyatlara karşı olan tutumları ve en çok alma nedenlerine ait veriler Tablo 4'de yer almaktadır. Tablo 4 sonuçlarına göre katılımcıların %55'i sadece özel günlerde süs bitkisi ve çiçekler alırken, aradığı çeşidi bulanların oranı ise %44'dür. Katılımcıların %51'i süs bitkisi ve çiçekleri pahalı bulmaktadır. Kendini iyi hissetmek için alanların oranı %31 iken, kutlamalar için alanların oranı ise %22'dir. Burada dikkat çeken başka bir sonuç ise erkek katılımcıların %28'i süs bitkileri ve çiçekleri mecburiyetten aldıklarını beyan etmeleridir.

Tablo 4. Katılımcıların süs bitkisi alm durumları, fiyatları bakışları ve tercihleri

		Cinsiyet				Toplam
		Kadın	%	Erkek	%	
Süs bitkisi ve çiçek alma durumu	Sadece özel günlerde	154	0,56	59	0,50	0,55
	Düzenli olarak	20	0,07	15	0,13	0,09
	Mevsimsel olarak	34	0,12	14	0,12	0,12
	Diğer sebepler	65	0,24	29	0,25	0,24
Aradığı çeşidi bulma durumu	Hayır	41	0,15	10	0,09	0,13
	Evet	112	0,41	59	0,50	0,44
	Genellikle	120	0,44	48	0,41	0,43
Süs bitkileri ve çiçekler pahalı mıdır?	Hayır	13	0,05	9	0,08	0,06
	Evet	130	0,48	69	0,59	0,51
	Normal	130	0,48	39	0,33	0,43
En çok alma nedeni	Kendimi iyi hissetmek için	88	0,32	31	0,26	0,31
	Hatırladığımı göstermek için	30	0,11	18	0,15	0,12
	Kutlamalar için	69	0,25	18	0,15	0,22
	Mecburiyetten	29	0,11	33	0,28	0,16
	Diğer sebepler	57	0,21	17	0,15	0,19

Bu çalışmaya katılan tüketicilere süs bitkileri ve çiçekler ile ilgili tercihleri, alma zamanları, etkili olan faktörler ve satın alma yerlerine ait bilgilere dayalı ifadeler verilmiş olup, bunları önem sıralamasına göre en önemlisine en yüksek seçenek puanı vererek sıralamaları istenmiştir. Elde edilen sonuçlar Tablo 5'de yer almaktadır.

Tablo 5. Katılımcıların süs bitkileri ve çiçek alımları ve tercihleri

Verilen İfadeler	Katılım Tercih sırası Ortalaması	Yüzde
<b>En çok satın alınan süs bitkisi çeşidi</b>	<b>1-5 Aralığında</b>	<b>%</b>
Dış mekân süs bitkisi	3,2/5	0,64
İç mekân süs bitkisi	3,8/5	0,76
Buket ve aranjman çiçekler	3,6/5	0,72
Araç ve mekân süsleme	2,5/5	0,50
Diğer çeşitler (yukarıda verilenlerin dışında)	2,0/5	0,40
<b>Süs bitkisi/çiçek alma zamanları</b>	<b>1-7 Aralığında</b>	<b>%</b>
Öğretmenler günü	5,4/7	0,77
Anneler günü	6,2/7	0,89
Babalar günü	5,0/7	0,71
Sevgililer günü	4,5/7	0,64
Dini ve milli bayramlarda	3,1/7	0,44
Yılbaşında	2,6/7	0,37
Diğer nedenler (yukarıda verilenlerin dışında)	2,5/7	0,36
<b>Süs bitkisi/çiçek almada etkili olan faktörler</b>	<b>1-5 Aralığında</b>	<b>%</b>
Bitki türü ve dayanıklılığı	3,7/5	0,74
Fiyatı	3,5/5	0,70
Görünüşü ve algılanan anlamı	3,9/5	0,78
Rengi ve kokusu	3,8/5	0,76
Diğer nedenler (yukarıda verilenlerin dışında)	2,3/5	0,46
<b>Süs bitkisi/çiçek satın alma yeri tercihleri</b>	<b>1-5 Aralığında</b>	<b>%</b>
Çiçekçi dükkânlarından	4,1/5	0,82
İnternet üzerinden	3,4/5	0,68
Sokak satıcılarından	3,1/5	0,62
Doğrudan üreticilerden	2,5/5	0,50
Diğer nedenler (yukarıda verilenlerin dışında)	1,8/5	0,36

Tablo 5 sonuçlarına göre, en çok tercih edilen çeşit %76 ile iç mekân süs bitkileri olurken, bunu %72 ile buket ve aranjman çiçekler takip etmektedir. En fazla alım zamanı olarak ise %89 ile anneler günü olurken, bunu %77 ile öğretmenler günü takip etmektedir. Süs bitkisi ve çiçek alımlarında görünüş ve algılanan anlamın önemi %78 iken, rengi ve kokusu %76 ile ikinci sırada yer almıştır. En çok süs bitkisi ve çiçekler %82 ile çiçekçi dükkânlarından alınırken, bunu %68 ile internet üzerinden yapılan alımlar takip etmiştir. Bu sonuç anlamlıdır. Yaygın internet alış veriş günümüz de teknolojinin gelişmesine bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Diğer taraftan internet üzerinden çiçek alanların büyük bir kısmı da erkeklerdir. Bu durumda araştırma bulguları ve tartışmanın giriş kısmında açıklanan sebeplerden kaynaklanmakta olup, bu anlamda sonuç tutarlıdır. Katılımcıların süs bitkileri ve çiçekler hakkındaki algılarını belirlemek üzere verilen ifadelere beşli Likert ölçeği ile katılım dereceleri Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6. Katılımcıların süs bitkileri ve çiçekler hakkındaki algıları

Verilen İfade	Likert Ölçeği	Cinsiyet				Toplam	
		Katılım Derecesi	Kadın	%	Erkek		%
Süs bitkisi ve çiçekler	İnsanların yaşamlarındaki önemleri yüksektir	1	11	0,04	2	0,02	0,03
		2	8	0,03	2	0,02	0,03
		3	15	0,06	9	0,08	0,06
		4	51	0,19	26	0,22	0,20
		5	187	0,69	78	0,67	0,68
İnsanların moral ve motivasyonunda etkilidir		1	7	0,03	7	0,06	0,04
		2	15	0,06	6	0,05	0,05
		3	20	0,07	20	0,17	0,10
		4	88	0,32	41	0,35	0,33
		5	142	0,52	43	0,37	0,48
Bu alışkanlık insanların yaşam tarzı ile ilgilidir		1	23	0,08	8	0,07	0,08
		2	32	0,12	17	0,15	0,13
		3	41	0,15	16	0,14	0,15
		4	74	0,27	36	0,31	0,28
		5	102	0,38	40	0,34	0,37
Çoğunlukla samimiyetten getirilmekte veya gönderilmektedir		1	17	0,06	7	0,06	0,06
		2	15	0,06	18	0,15	0,08
		3	22	0,08	19	0,16	0,11
		4	69	0,25	32	0,27	0,26
		5	149	0,55	41	0,35	0,49

Anlamı, tazeliği, kalitesi, görünümü ve kokusu alımını etkiler	1	22	0,08	10	0,09	0,08
	2	30	0,11	15	0,13	0,12
	3	35	0,13	20	0,17	0,14
	4	67	0,25	33	0,28	0,26
	5	118	0,43	39	0,33	0,40
Kendim için de süs bitkileri ve çiçekler alırım	1	27	0,10	13	0,11	0,10
	2	25	0,09	15	0,13	0,10
	3	86	0,32	41	0,35	0,33
	4	49	0,18	22	0,19	0,18
	5	85	0,31	26	0,22	0,29

Tablo 6 sonuçlarına göre, süs bitkileri ve çiçeklerin insanların yaşamındaki öneminin yüksek olduğuna inananların oranı %88, insanların moral ve motivasyonlarında etkili olduğuna katılanların oranı %81, bunun bir alışkanlık olduğu ve insanların yaşam tarzlarıyla ilgili olduğunu belirtenlerin oranı %65, çoğunlukla samimiyetten getirilmekte veya gönderilmektedir diyenlerin oranı %57, anlamı, tazeliği, kalitesi, görünümü ve kokusu alımını etkiler diyenlerin oranı %66 ve kendim içinde süs bitkileri ve çiçekler alırım diyenlerin oranı ise %47 olarak belirlenmiştir. Katılımcıların süs bitkileri ve çiçekler konusundaki algılarında en yüksek katılım insanların yaşamındaki önemine olurken, en az katılım ise kendim için de alırım ifadesine olmuştur. Katılımcıların süs bitkisi ve çiçeklerin doğal ortamlarında korunması ve yapma çiçekler hakkındaki tutumlarını belirlemek üzere verilen ifadelere beşli Likert ölçeğiyle katılım dereceleri Tablo 7’de yer almaktadır.

Tablo 7. Katılımcıların bitkilerin doğal ortamlarında korunması ve yapma çiçekler hakkındaki tutumları

Verilen İfade	Likert Ölçeği	Cinsiyet				Toplam
		Katılım Derecesi	Kadın	%	Erkek	
Süs bitkisi ve çiçekler	1	23	0,08	6	0,05	0,07
	2	26	0,10	8	0,07	0,09
	3	35	0,13	19	0,16	0,14
	4	71	0,26	39	0,33	0,28
	5	117	0,43	45	0,38	0,42
Çiçekçilerin dükkânlarında yapma çiçeklere yer vermesini destekliyorum	1	25	0,09	9	0,08	0,09
	2	35	0,13	20	0,17	0,14
	3	35	0,13	21	0,18	0,14
	4	69	0,25	31	0,26	0,26
	5	108	0,40	36	0,31	0,37
Süs bitkisi ve çiçeklerin doğal ortamlarında korunmasını daha doğru buluyorum	1	54	0,20	16	0,14	0,18
	2	41	0,15	28	0,24	0,18
	3	24	0,09	14	0,12	0,10
	4	66	0,24	34	0,29	0,26
	5	87	0,32	25	0,21	0,29

Tablo 7 sonuçlarına göre, özel günlerde çiçek göndermek yerine dernekler, vakıflar gibi toplum yararına çalışan yerlere bağış yapılmasını destekliyorum ifadesine katılanların oranı %70, Çiçekçilerin dükkânlarında yapma çiçeklere yer vermesini destekleyenlerin oranı %63 ve süs bitkisi ve çiçeklerin doğal ortamlarında korunmasını daha doğru bulanların oranı ise %55’dir.

#### 4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Süs bitkileri ve çiçekçilik, özellikle nüfus artışına dayalı kentleşmenin yoğun olduğu yerlerde insanların yeşil çevreye ve doğaya karşı olan özlemlerini giderme, insan psikolojisine sağladığı katkı dolayısıyla önemi sürekli artan bir ihtiyaç maddesi ve ticari bir sektör haline gelmiştir. Şanlıurfa bu konuda önemli bir potansiyele sahiptir. Çiçekler ve süs bitkileri zorunlu bir tüketim maddesi olmayıp, gelişen sosyal yaşama bağlı oluşan kültürlerde insanların duygularını ve düşüncelerini ifade eden, yatıştırıcı, dinlendirici ve mutluluk verici araçlardan birisidir. Türkiye süs bitkileri ve çiçekçilik açısından büyük bir potansiyele sahip olmasına karşın, bu alanda yapılan bilimsel çalışmalar ise yeterince yaygın değildir. Araştırmaya katılan kadın tüketicilerin sayısı, erkeklerin 2.3 katı olup, bu durum erkek katılımcıların araştırma konusuna olan isteksizliğinden kaynaklanmıştır. Erkekler genel olarak, eşlerine ya da kız arkadaşlarına çiçek almayı, zayıflık, hafife alınma, değer kaybı veya ataerkil yapı ve aşiret kültürü nedeniyle alay konusu olabilme gibi nedenlerle pek tercih etmemektedirler. Diğer taraftan da anneler gününde en fazla çiçek alanlarda genel de erkekler olmaktadır.

Süs bitkisi ve çiçekler daha çok eğitilmiş ve bekar olan tüketicilerin ilgisini çekmektedir. Katılımcıların %55’i sadece özel günlerde süs bitkisi ve çiçekler alırken, aradığı çeşidi bulanların oranı ise %44’dür. En çok tercih edilen çeşit %76 ile iç mekân süs bitkileri olurken, bunu %72 ile buket ve aranjman çiçekler takip

etmektedir. Erkek katılımcıların %28'i süs bitkileri ve çiçekleri mecburiyetten aldıklarını beyan etmişlerdir. Süs bitkisi ve çiçek alımlarında görünüş ve algılanan anlamın önemi %78 iken, bunu rengi ve kokusu %76 ile takip etmektedir. En çok süs bitkisi ve çiçekler %82 ile çiçekçi dükkânlarından alınırken, bunu %68 ile internet üzerinden yapılan alımlar takip etmiştir. İnternet üzerinde alış veriş yapanların çoğunluğu erkek katılımcılardır. En fazla alım zamanı olarak ise %89 ile anneler günü olurken, bunu %77 ile öğretmenler günü takip etmektedir. Süs bitkileri ve çiçeklerin insanların yaşamındaki öneminin yüksek olduğuna inananların oranı %88, insanların moral ve motivasyonlarında etkili olduğuna katılanların oranı %81, bunun bir alışkanlık olduğu ve insanların yaşam tarzlarıyla ilgili olduğunu belirtenlerin oranı ise %65'dir. Anket katılımcıların ortalama yıllık süs bitkisi ve çiçek harcamaları yaklaşık 126 TL'dir. Bu oran aylık ortalama hesaplanan gelirin %0.3.1'ine karşılık gelmektedir. Binde 3.1 tüketiciler için ödenebilecek bir miktar olup, ödeme gücü dâhilindedir. Erkek tüketicilere yönelik alımı teşvik eden faaliyetler ile satış kapasitesi önemli oranda arttırılarak bilinir. Bu araştırma internet ortamında yapılan literatür taramasına göre Türkiye'de bu kapsamda yapılan ilk çalışmadır.

Bu çalışma sorumlu yazar danışmanlığında, ikinci yazar tarafından tamamlanan "Süs Bitkileri Potansiyelinin Belirlenmesi: Şanlıurfa İli Örneği" isimli yüksek lisans tez çalışmasından faydalanılarak türetilmiştir.

### KAYNAKÇA

- Akduman Hoşer, S. (2014). *İzmit'teki Park ve Bahçelerde Yetiştirilen Süs Bitkileri*. Kocaeli Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Biyoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli. 372s.
- Ay, S. (2009). Süs Bitkileri İhracatı, Sorunları Ve Çözüm Önerileri: Yalova Ölçeğinde Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(3), 423-443.
- Aydogdu, M. H. (2016). Farmers' Risk Perception and Willingness to Pay for Environment: Case Study of GAP-Sanlıurfa, Turkey. *Fresenius Environmental Bulletin*, 25(12), 5449-5455.
- Aydogdu, M. H., Yenigün, K. and Aydogdu, M. (2015). Factors Affecting Framers' Satisfaction from Water User Associations in the Harran Plain-GAP Region, Turkey. *Journal of Agricultural Science and Technology*, 17, 1669-1684.
- Aydoğdu, M. H. ve Yıldızoğulları, N. (2021). Şanlıurfa'ki Süs Bitkileri Üreticilerinin Mevcut Yapıları ve Sektöre Bakışları Üzerine Bir Araştırma, *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*, 7(28), 313-321. Doi No: <http://dx.doi.org/10.26728/ideas.418>
- Bayram, N. (2015). *Sosyal Bilimlerde SPSS ile İleri Veri Analizi*. Ankara: Ezgi Kitapevi, 5. Baskı. 26s.
- Bulut, Y., Akpınar, E. ve Yılmaz, H. (2007). Erzurum Kentinin Kesme Çiçek Tüketim Potansiyelinin Belirlenmesi ve Çözüm Önerileri. *GOÜ. Ziraat Fakültesi Dergisi*, 24(2), 7-11.
- Cançelik, M. (2020). *A Field Research on the Medical Aromatic Plant Selling Enterprises (Aktar/Attar) in Şanlıurfa*, in Current Researches in Economics and Administrative Sciences, 1st ed., Y. A. Unvan and İ. Serbestoğlu, Eds. Cetinje-Montenegro: Ivpe, pp. 25-48.
- Cengiz, B., Keçeçioğlu Dağlı, P. ve Yiğittekin, S. (2017). Peyzaj Ekonomisi Açısından Peyzaj ve Süs Bitkileri Fidanlık İşletmelerine Yönelik Sektörel Bir Analiz. *Bartın Orman Fakültesi Dergisi*, 19(2), 50-62. DOI:10.24011/barofd.344677
- Cengiz, B., Sabaz, M. and Sarıbaş, M. (2011). The Use of Some Natural Crataegus L (Hawthorn) Taxa from Western Black Sea Region of Turkey for Landscape Applications. *Fresenius Environmental Bulletin*, 20(3), 938-946.
- Eşitken, A., Çelik, Y., Polat, A.T. ve Karakayacı, Z. (2012). *Konya'da Dış Mekân Süs Bitkileri, İç Mekân Süs Bitkileri, Kesme Çiçekler Ve Çiçek Soğanları Yetiştiriciliği Yatırımlarına Yönelik Fizibilite Çalışması*, T.C. Mevlana Kalkınma Ajansı, Konya.
- Gençer, B. (2014). *Dünya'da ve Türkiye'de Kesme Çiçek Sektörü Pazarlama Organizasyonları ve Tüketici Eğilimleri*. Namık Kemal Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Doktora Tezi, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Tekirdağ. 148s.
- Mancı, A. R., ve Aydogdu, M. H. (2015). Urfa Kale'sinin Ödeme İstekliliği Yöntemi Kullanılarak Ekonomik Değerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma. *The Journal of Academic Social Science*, 13, 353-368. <http://dx.doi.org/10.16992/ASOS.677>

Onay, H. A. (2008). *Türkiye’de Süs Bitkileri Sektörünün Üretim ve Yapısal Sorunları ve Öneriler*. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı Doktora Tezi, Ankara. 185s.

Parlakçı Doğan, H., Aydoğdu, M. H., Sevinç, M. R. and Cançelik, M. (2020). Farmers’ Willingness to Pay for Services to Ensure Sustainable Agricultural Income in the GAP-Harran Plain, Sanliurfa, Turkey. *Agriculture*, 10, 152. doi:10.3390/agriculture10050152

Sevinç, G., Aydoğdu, M. H., Cançelik, M. and Sevinç, M. R. (2019). Farmers' Attitudes toward Public Support Policy for Sustainable Agriculture in GAP-Şanlıurfa, Turkey. *Sustainability*, 11(23), 6617. doi:10.3390/su11236617

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı. (2006). *İl Tarım ve Kırsal Kalkınma Master Planlarının Hazırlanmasına Destek Projesi, Şanlıurfa Tarım Master Planı*, Şanlıurfa Tarım İl Müdürlüğü, Şanlıurfa. 153s.

TÜİK. (2021). Türkiye İstatistik Kurumu, Adrese Dayalı Nüfus Kayıt Sistemi Sonuçları, 2020. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Adrese-Dayali-Nufus-Kayit-Sistemi-Sonuclari-2020> (Erişim Tarihi: 16.03.2021).

Ünlü, İ. H. (2014). *Şanlıurfa Kent Dokusuna Uygun Karasal İklim Koşullarına Dayanıklı Çok Yıllık Süs Bitkilerinin Belirlenmesi*. Mustafa Kemal Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Peyzaj Mimarlığı Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Hatay. 104s.

Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık. 40s.

Yıldızoğulları, N. (2020). *Süs Bitkileri Potansiyelinin Belirlenmesi: Şanlıurfa İli Örneği*, Harran Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Şanlıurfa.