

T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI
2020-YL-011

UŞAK İLİNDE YAŞ MEYVE VE SEBZE
TOPTANCI HAL İŞLEYİŞİNİN MEVZUAT
DEĞİŞİKLİKLERİ KAPSAMINDA
İNCELENMESİ

Şeyda YILDIZ

Tez Danışmanı:
Doç. Dr. Renan TUNALIOĞLU

AYDIN

T.C.
AYDIN ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
AYDIN

Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencisi Şeyda YILDIZ tarafından hazırlanan “Uşak İlinde Yaş Meyve ve Sebze Toptancı Hal İşleyişinin Mevzuat Değişiklikleri Kapsamında İncelenmesi” başlıklı tez, 06/01/2020 tarihinde yapılan savunma sonucunda aşağıda isimleri bulunan jüri üyelerince kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı	Kurumu	İmzası
Başkan : Doç. Dr. Renan Tunalıoğlu	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi	
Üye : Prof. Dr. Ferit Çobanoğlu	Aydın Adnan Menderes Üniversitesi	
Üye : Doç. Dr. Tayfun Çukur	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	

Jüri üyeleri tarafından kabul edilen bu yüksek lisans tezi, Enstitü Yönetim KurulununSayılı kararıyla tarihinde onaylanmıştır.

Prof. Dr. Gönül AYDIN
Enstitü Müdürü

T.C.
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE
AYDIN

Bu tezde sunulan tüm bilgi ve sonuçların, bilimsel yöntemlerle yürütülen gerçek deney ve gözlemler çerçevesinde tarafımdan elde edildiğini, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce, sonuç ve bilgilere bilimsel etik kuralların gereği olarak eksiksiz şekilde uygun atıf yaptığımı ve kaynak göstererek belirttiğimi beyan ederim.

....../....../2020

Şeyda YILDIZ

ÖZET

UŞAK İLİNDE YAŞ MEYVE VE SEBZE TOPTANCI HAL İŞLEYİŞİNİN MEVZUAT DEĞİŞİKLİKLERİ KAPSAMINDA İNCELENMESİ

Şeyda YILDIZ

Yüksek Lisan Tezi Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Renan TUNALIOĞLU

2020, 65 sayfa

Bu araştırmada, Uşak ilindeki Toptancı halinde faaliyet gösteren komisyoncuların demografik özellikler ve Hal Yasası (5957 sayılı kanun) ile ilgili görüşleri incelenmiştir. Uşak ili Toptancı Hal bölgesinde faaliyet gösteren mevcut 29 komisyoncunun tamamı ile yüz yüze yapılan görüşmelerde, komisyoncuların demografik özellikleri ve Hal Yasası hakkındaki görüşlerini belirlemek için 33 sorudan oluşan anket formu kullanılmıştır. Ankette yer alan ilk yirmi beş soruda komisyoncuların sosyo-demografik özelliklerini, pazarlama kanallarını ve dükkânlarının fiziksel yapıları belirlenmiş, diğer sekiz soruyla da komisyoncuların Hal Yasasına ilişkin bilgileri incelenmiştir. Toptancı Halinde faaliyet gösteren komisyoncuların genellikle orta yaş üzeri yaş grubunda bulundukları, komisyoncuların çoğunluğunun lise mezunu oldukları, pazarlama konusunda çoğunluğunun herhangi bir eğitim almadıkları, mesleki deneyimlerinin genellikle 16-30 yıl arasında değiştiği belirlenmiştir. Komisyoncuların çoğunluğunun bu işle uğraşan ikinci kuşak olduğu ve bazı komisyoncular farklı meslek gruplarına dahil olup ek gelir sağlamak amacı ile bu işle ilgilendiklerini belirlenmiştir. Araştırma alanından komisyoncuların faaliyet gösterdikleri dükkânların hepsinin aynı boyutlarda olduğu ve çeşitli teknik malzemelerinin yetersiz olduğu, soğuk hava depolarının bulunmadığı ve komisyoncuların çoğunun bu sebeple ürün kayıpları yaşadıkları tespit edilmiştir. Uşak Toptancı Hal komisyoncularının pazarladıkları tüm ürünleri genellikle il dışından temin ettikleri anlaşılmıştır. Komisyoncular temin ettikleri ürünlerin büyük bir bölümünü semt pazarlarına sattıkları, toptancı halleri dışındaki kaçak satışların genellikle denetimsizlikten kaynaklandığı tespit edilmiştir. Hal Yasası ve kapsamıyla ilgilenen komisyoncuların çoğunluğu Hal Yasasının, Toptancı Hal ve komisyoncuların sorunlarına cevap vermediğini özellikle alt yapı eksikliğinin giderilmesi ve gerekli hijyen koşullarının oluşturulması için yetersiz olduğunu belirttikleri görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Toptancı Hal, Mevzuat, Yaş Meyve ve Sebze, Uşak

ABSTRACT

INVESTIGATION OF FRESH FRUIT AND VEGETABLE WHOLE SALERS MARKET IN UŞAK WITHIN THE APPLICATION OF LEGISLATIVE CHANGES

Şeyda YILDIZ

Master Thesis Department of Agricultural Economics

Thesis Advisor: Assoc. Doç. Dr. Renan TUNALIOĞLU

2020, 65 Pages

In this study, the opinions of the wholesalers operating in the fruit and vegetable wholesale market in Uşak province on demographic characteristics and the new fruit and vegetable wholesaler law (Law No. 5957) were examined. A total of 29 wholesalers operating in the fruit and vegetable wholesale market in Uşak were interviewed face to face. A questionnaire consisting of 33 questions was used to determine the opinions of the wholesalers about the demographic characteristics and the new fruit and vegetable wholesalers market law. Socio-demographic characteristics, marketing channels and physical structures of the stores were determined in the first 25 questions in the survey. In the other 8 questions, the information of the wholesalers about the fruit and vegetable market law was examined. It was determined that wholesale wholesalers operating in the fruit and vegetable market were generally in the middle age group, the majority of the wholesalers were high school graduates, the majority of them did not receive any training in marketing, and their professional experience generally ranged between 16-30 years. It is stated that the majority of the wholesalers are the second generation who are involved in this business and some wholesalers are involved in different occupational groups and are engaged in this business in order to provide additional income. In the research area, it was determined that all of the stores where the wholesalers operate were of the same dimensions and the various technical materials were inadequate, there were no cold stores and the majority of the wholesalers experienced product losses due to this reason. It was understood that the Uşak fruit and vegetable market wholesalers generally procured all of the products they market from outside the province. It was determined that the wholesalers sold the majority of the products they supplied to the local markets. The majority of wholesalers interested in the new fruit and vegetable wholesaler market law and scope stated that the new fruit and vegetable market law could not respond to the problems of the wholesaler and the wholesaler in particular inadequacy of the lack of infrastructure and the establishment of the necessary hygiene conditions.

Keywords: Wholesaler Market, Legislation, Fresh Fruits and Vegetables, Uşak

ÖNSÖZ

Bu araştırmanın yapılmasında, lisans ve yüksek lisans eğitimimde bana her türlü desteğini veren ve görüşleri ile beni daima yönlendiren saygıdeğer hocam Doç. Dr. Renan TUNALIOĞLU'na teşekkürü borç bilirim.

Tez konumun seçiminde değerli önerileri ile yardımcı olan saygıdeğer hocam Prof. Dr. Ferit ÇOBANOĞLU'na teşekkürü borç bilirim.

Gerekli verilerin sağlanmasında ilgi ve kolaylık gösteren Uşak İli Toptancı Hal Yönetimine ve komisyonculara teşekkürü borç bilirim.

Hayatım boyunca her konuda her zaman yanımda olan aileme teşekkürlerimi sunarım.

Şeyda YILDIZ

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY SAYFASI.....	iii
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİM SAYFASI	v
ÖZET.....	vii
ABSTRACT	ix
ÖNSÖZ	xi
KISALTMALAR VE SİMGELER DİZİNİ.....	xv
ÇİZELGELER DİZİNİ	xvii
GRAFİKLER DİZİNİ	xix
EKLER DİZİNİ.....	xxi
GİRİŞ	1
1.1. Konunun ve Araştırmanın Önemi	2
1.2. Konunun ve Araştırmanın Amacı	3
1.3. Dünyada ve Türkiye’ de Yaş Meyve ve Sebze	3
1.3.1. Dünyada Yaş Meyve ve Sebze Üretimi	4
1.3.2. Dünyada Yaş Meyve ve Sebze İthalatı ve İhracatı.....	12
1.4. Türkiye’ de Yaş Meyve ve Sebze Üretimi	12
1.4.1. Türkiye’ de Yaş Meyve ve Sebze İthalatı ve İhracatı	16
1.5. Uşak’ ta Yaş Meyve ve Sebze Üretimi	16
1.6. Türkiye’ de Toptancı Haller ve Yasalar	17
1.6.1. Tarihçe.....	17
1.6.2. Hal Yasaları.....	19
1.7. Hal Kayıt Sistemi	25
2. KAYNAK ÖZETLERİ	27
3. MATERYAL VE YÖNTEM	29
3.1. Materyal	29

3.2. Yöntem	29
4. BULGULAR VE TARTIŞMA.....	30
4.1. Komisyonculara Ait Tanımlayıcı İstatistikler	30
4.2. Komisyoncuların İş Yerlerine İlişkin Bilgiler	35
4.3. Komisyoncuların Pazarlama Faaliyetlerine İlişkin Bilgiler	40
4.4. Komisyoncuların Hal Değişikliği Yasası İle İlgili Görüşleri	47
5. SONUÇ VE ÖNERİLER	53
KAYNAKLAR.....	57
EKLER	61
ÖZGEÇMİŞ.....	65

KISALTMALAR VE SİMGELER DİZİNİ

TÜİK : Türkiye İstatistik Kurumu

FAO : Gıda ve Tarım Örgütü



ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 1.1. Dünyada Yaş Meyve ve Sebze Üretim Alanları ve Miktarları	4
Çizelge 1.2. Dünya Yaş Meyve ve Sebze Üretim Miktarları	5
Çizelge 1.3. Dünya Yaş Sebze Üretim Verileri.....	5
Çizelge 1.4. Dünya Yaş Meyve Üretim Verileri	8
Çizelge 1.5. Dünya Yaş Sebze Üreticisi Ülkeler.....	8
Çizelge 1.6. Dünya Yaş Meyve Üreticisi Ülkeler	10
Çizelge 1.7. Türkiye’ de Yaş Meyve ve Sebze Üretim Verileri.....	13
Çizelge 1.8. Türkiye Yaş Sebze Üretim Verileri.....	15
Çizelge 1.9. Türkiye Yaş Meyve Üretim Verileri	15
Çizelge 1.10. Toptancı Hal Yasası İle İlgili Yapılan Yasal Düzenlemeler	20
Çizelge 4.1. Komisyoncuların Yaş Gruplarına Göre Dağılımları	31
Çizelge 4.2. Komisyoncuların Ailelerindeki Birey Sayısı Dağılımları.....	31
Çizelge 4.3. Komisyoncuların Ailelerinden Halde Çalışan Birey Sayısı (Adet) ...	32
Çizelge 4.4. Komisyoncuların Kaç Kuşaktır Bu İşi Yaptıklarına İlişkin Bilgiler..	32
Çizelge 4.5. Komisyoncuların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımları	33
Çizelge 4.6. Komisyoncuların Pazarlama Eğitimi Alma Durumları	33
Çizelge 4.7. Komisyoncuların Deneyim Sürelerine Göre Dağılımları.....	34
Çizelge 4.8. Komisyoncuların Farklı Meslek Gruplarına Göre Dağılımları	34
Çizelge 4.9. Komisyoncuların Hal İçinde Mevcut İş Yeri Sayıları.....	35
Çizelge 4.10. Komisyoncuların İş yerlerinin Kime Ait Olduğuna İlişkin Bilgiler.	36
Çizelge 4.11. Komisyoncuların Depolarına İlişkin Bilgiler	37
Çizelge 4.12. Komisyoncuların Bilgisayar Sahibi Olmasına İlişkin Bilgiler.....	38
Çizelge 4.13. Komisyoncuların Forklift Sahibi Olmasına İlişkin Bilgiler.....	38
Çizelge 4.14. Komisyoncuların Rampa Sahibi Olmasına İlişkin Bilgiler.....	38
Çizelge 4.15. Komisyoncuların Tartı/Kantar Sahibi Olmasına İlişkin Bilgiler	39

Çizelge 4.16. Komisyoncuların İşçi Sayılarına İlişkin Bilgiler	39
Çizelge 4.17. Komisyoncuların Bazı Meyveleri Temin Yerleri	40
Çizelge 4.18. Komisyoncuların Bazı Sebzeleri Temin Yerleri	41
Çizelge 4.19. Komisyoncuların Yaş Meyve ve Sebze Temininindeki Kriterleri ..	42
Çizelge 4.20. Komisyoncuların Ürün Temininde Karşılaştığı Sorunlar	43
Çizelge 4.21. Toptancı Halinde Hijyen Kurallarına Uyulmasına İlişkin Bilgiler .	44
Çizelge 4.22. Komisyoncuların Haberleşme Durumları	44
Çizelge 4.23. Komisyoncuların Pazarlama Yerlerine İlişkin Bilgiler	45
Çizelge 4.24. Komisyoncuların Hal Dışı Satışları Hakkında Düşünceleri	46
Çizelge 4.25. Komisyoncuların Kurum ve Kuruluşlardan Beklentileri	47
Çizelge 4.26. Komisyoncuların 5957 Sayılı Kanundan Haberdarlıkları	47
Çizelge 4.27. Komisyoncuların 5957 Sayılı Hal Yasası Hakkındaki Görüşleri	48
Çizelge 4.28. Komisyoncuların Hal Kayıt Sistemi Hakkındaki Düşünceleri	49
Çizelge 4.29. Komisyoncuların Ürün Kayıplarını Önlemek İçin Beklentileri	50
Çizelge 4.30. Komisyoncuların Hal Yasası ile Giderilemeyen Sıkıntıları	50

GRAFİKLER DİZİNİ

Grafik 1.1. Dünya Yaş Sebze Üretim Verileri (%)	6
Grafik 1.2. Dünyada Yaş Meyve Üretim Verileri (%)	7
Grafik 1.3. Dünyada Yaş Sebze Üreticisi Ülkeler (%).....	9
Grafik 1.4. Dünyada Yaş Meyve Üreticisi Ülkeler (%)	11



EKLER DİZİNİ

Ek 1. Anket Formu	61
-------------------------	----



1. GİRİŞ

Yaş sebze ve meyveye tüketimi insanların yeterli ve dengeli beslenmelerinde vazgeçilmez bir unsurdur. Sağlıklı ve dengeli beslenme hususunda tüketici bilincinin giderek artması yaş sebze ve meyve talebini arttırmaktadır. Yaş sebze ve meyvenin sağlıklı beslenmedeki yeri kadar, ekonomik ulaşılabilirliği oldukça önemlidir (Bayram 2014).

Dünyanın birçok ülkesinde mevsimsel ve bölgesel şartlardan dolayı yaş sebze ve meyve üretimi söz konusu değilken Türkiye coğrafi koşulları ve iklim özellikleri sayesinde yaş meyve ve sebze üretiminde büyük bir avantaja sahiptir. Bu bağlamda Türkiye’de bulunan tarım alanlarının büyük bir kısmında yaş sebze ve meyve üretimi yapılmaktadır. Türkiye birçok meyve türünde dünyada en büyük üretici konumundadır. Bu nedenle Türkiye, dünya yaş meyve ve sebze ihtiyacında önemli ihracat paylarına sahiptir (Alpkent, 1995).

Yaş meyve sebzenin üretimi kadar ürünlerin tüketiciye ulaştırılmasında kullanılan kanallar da büyük önem taşımaktadır. Pazarlama kanalında birçok ürün araçlar yoluyla ya da doğrudan üreticilerden tüketicilere ulaştırılmaktadır. Bu kanalda araçların çok fazla olması pazarlama giderlerinin artmasına yol açmaktadır. Bu durumda üreticiler kadar bu kanal içinde yer alan komisyoncu ve tüccarları da yakından ilgilendirmektedir (Alpkent, 1995).

Ürünlerin çabuk bozulabilir nitelikte olmasından dolayı, yaş sebze ve meyvelerin tüketici pazarlarına ulaşana kadar, dağıtım kanallarının uzunluğu ve pazarlama koşullarındaki yetersizliklerden kaynaklanan olumsuzluklar, üretici ve tüketici pazarı açısından kötü sonuçlar doğurmaktadır. Bu sebeple çok fazla zayıtın yaşanmaması ve masrafların yükselmemesi için üreticilerin güçlü ve örgütlenmiş olmaları, araçlara bağlı kalmamaları gerekmektedir. Ancak bu sayede aracı sayılarının azaltılabilir ve pazarlama marjları düşürebilir (Alpkent, 1995).

Yaş sebze ve meyve pazarlamasında en önemli basamak Toptancı Halleridir. Toptancı Hallerinde ürünlerin ve yapılan işlemlerin kayıt altına alınması, kayıt dışılığın fazla olmamasına dolayısıyla ürün kaybı ve haksız rekabete engel olmaktadır. Ayrıca Toptancı Hallerinde işlem gören yaş meyve ve sebze miktarlarının düşük olması sistemin işleyişini de olumsuz yönde etkilemektedir. Bu nedenle, yaş sebze ve meyvenin pazarlama kanalları ve Toptancı Halleri ile ilgili

yasal düzenlemelerin incelenmesi büyük önem taşımaktadır. Söz konusu konuda yasal düzenlemeler, değişen ekonomik koşullar ve gelişen pazar talepleri dikkate alınarak 1930 yılından günümüze kadar birtakım değişikliklere uğramıştır. Geçmişten günümüze Toptancı Hallerine yönelik yapılan bu yasalar ve Toptancı Hallerine özgü giderilmeyen sıkıntılar yaş sebze ve meyve üretimi ve tüketimi açısından büyük önem arz etmektedir (Bayram 2014).

Bu araştırmada amaç, Uşak İli Yaş Sebze ve Meyve Toptancı Halindeki komisyoncuların demografik özellikleri ile Toptancı Halinde yaşadıkları sorunları belirleyerek, 5957 Sayılı Hal Yasası ile giderilmeyen sıkıntılarının ortaya konması ve bu bağlamda Türkiye’deki Toptancı Hallerinde yaşanan sorunlar ile konuya ilişkin çözüm önerileri getirmektir.

1.1. Konunun ve Araştırmanın Önemi

Türkiye taze sebze ve meyve üretiminde iklim ve toprak özellikleri nedeniyle çeşitliliğin bol olduğu önemli ülkelerden birisidir. Dünya yaş sebze ve meyve üretim ve pazarlamasında önemli bir paya sahip olmakla birlikte yoğun bir şekilde gerçekleştirdiği ihracatla ve yarattığı istihdamla milli gelire katkısı büyüktür (Özsu, 2005).

Ege Bölgesi ise yaş sebze ve meyve üretiminin fazla yapıldığı bölgelerin birisidir. Ancak Türkiye’de ve özellikle Ege Bölgesinde Toptancı Hallerinin fiziksel özellikleri ve çalışma şekillerine dair yapılmış araştırmaların sınırlı sayıda olduğu görülmüştür. Bu çalışmada yaş sebze ve meyve üretimi ve pazarlama politikaları incelenmiştir. Fakat bu çalışmaların büyük çoğunluğu literatür taraması şeklindedir. Konunun sadece üretim kısmını ele alan ve pazarlama konusunda genel önerilerde bulunan bu çalışmalara alternatif olarak, Uşak bölgesinde yapılan alan çalışmasına dayanarak genel anlamda Toptancı Hallerine özgü giderilemeyen sorunların çözüm yöntemlerini uygulamaya geçirmeyi sağlayacak bu araştırma, bu nedenle önem arz etmektedir.

Bu çalışmada Toptancı Halinde, alt yapı ve mevzuattan kaynaklanan sorunların belirlenmesi ve bu sorunlara yönelik çözüm önerilerinin geliştirilmesi, Toptancı Hallerine özgü haksız rekabet oluşturan kontrol, fiyat oluşumu gibi görevleri üstlenen kurum ve kuruluşlardan kaynaklı eksik uygulamaların, yasal prosedürlerde bulunan eksikliğin ve oluşturduğu sıkıntıların, Toptancı Hallerine yüklenen

görevlerin sağlıklı bir şekilde oluşmasına engel olan tüm etkenlerin önüne geçebilecek çözüm önerileri geliştirilmesi anlamında önemlidir.

Son çıkarılan yasayla ile birlikte Toptancı Hallerinin oluşumu ve işleyişinde yeniden bazı değişiklikler meydana gelmiştir. Fakat bu değişikliklerin tümü Toptancı Hallerinin daha iyi şartlarda çalışması ve gelişmesine yetersiz kalmıştır. Aynı zamanda bu değişikliklerden Toptancı Hallerinin nasıl ve ne ölçüde etkilendiğini belirlemeye yönelik çalışmaların çok az oluşu araştırmayı kısıtlamaktadır. Bu amaçla yaş sebze ve meyve pazarlamasında önemli bir yere sahip olan Toptancı Hallerinin mevcut yapısal durumlarının incelenmesi ve 5957 Sayılı Hal Yasası ile gelen düzenlemelerden nasıl etkilendiklerinin belirlenmesi oldukça önemlidir. Nitekim bu araştırma neticesinde elde edilen bulgular, yasal mevzuat çerçevesinde; üreticiler, komisyoncular ve tüketiciler açısından önemli faydalar sağlayabilecektir.

1.2. Konunun ve Araştırmanın Amacı

Araştırmanın ana materyalini tam sayım yöntemi kullanılarak Uşak İli Toptancı Halinde faaliyette bulunan 29 komisyoncunun tamamıyla görüşülerek elde edilen bilgiler oluşturmuştur. Bu araştırmanın amacı, Uşak İlinde bulunan yaş sebze ve meyve toptancılarının, 5957 sayılı Hal Yasasına dair bilgi düzeylerini belirlemek ve Hal Yasasına ilişkin tutum ve görüşlerini analiz etmektir. Bu asıl amaca ilave olarak ilgili Toptancı Halinin genel özelliklerini (Toptancı Hallerin işleyişini, komisyoncuların deneyimlerini, sosyo-demografik özelliklerini, Hal Yasası ile ilgili görüşlerini vb.) ortaya koyabilmektir.

1.3. Dünya ve Türkiye’ de Yaş Meyve ve Sebze

Dünya tarımının en önemli kollarından birisi olan yaş meyve ve sebze sektörünün üretimde ve dış ticaret hacminde oluşturduğu pay yadsınmayacak kadar büyüktür. Yaş meyve ve sebze sektörünün en önemli basamağı, ürünlerin doğru tarımsal faaliyetler kullanılarak yetiştirilmesi ve ürünlerin doğal yapılarına zarar vermeden tüketicilere veya işletme tesislerine aktarılmasıdır. Dünyada ve Türkiye’de insanların sağlıklı ve dengeli beslenmeleri açısından oldukça önemli olan taze meyve ve sebze sektörüne verilen imkanların artırılması ve çalışmaların genişletilmesi gerekmektedir.

Bu bölümde, dünyada, Türkiye’de ve Uşak’ da yaş sebze ve meyve üretimi ve dış ticareti incelenmiştir.

1.3.1. Dünya’ da Yaş Meyve ve Sebze Üretimi

Gelişmiş ülkelerde yapılan bilimsel çalışmalar ışığında, dünya genelinde sağlıklı ve dengeli beslenme trendinin giderek artması ile meyve ve sebze üretimine verilen önemi arttırmaktadır (Çeltikçi, 2008).

Dünya Gıda ve Tarım Örgütü (FAO)’ nun 2017 verilerine göre, dünyada 65,2 milyon hektar alanda 865,8 milyon ton yaş meyve, 57 milyon hektar alanda ise 1 milyar ton yaş sebze üretimi yapılmaktadır (Çizelge 1.1).

Çizelge 1.1. Dünya’ da Yaş Meyve ve Sebze Üretim Alanları ve Üretim Miktarları

Ürün Grupları	Üretim Alanı (Bin Ha)	Üretim Miktarı (Bin Ton)
Yaş Meyve	65.236	865.876
Yaş Sebze	57.003	1.075.204

Kaynak: FAO, 2019 yılı verilerinden yararlanılmıştır.

Dünyadaki sebze ve meyve üretim miktarlarındaki gelişmeler 2013-2017 dönemi itibariyle incelendiğinde ise belirtilen dönemlerde değişen oranlarda artış olduğu, Dünya Gıda ve Tarım Örgütü 2017 verilerine göre 2013-2017 yılları arasında yaş meyve ve sebze üretim miktarlarında artış olduğu göze çarpmaktadır. Dünya toplam yaş meyve ve sebze üretimi içinde meyve üretimi ortalama %12 toplam sebze üretimi ise %88 pay almaktadır (Çizelge 1.2). Çizelge 1.2’ de, dünya yaş meyve ve sebze üretim miktarlarına ait son beş yıllık veriler gösterilmiştir.

Dünyada 57 milyon hektar alanda yaş sebze üretimi yapılmaktadır. Yetiştirilen toplam yaş sebze 1 milyar ton olup, domates yaklaşık 182,3 milyon tonluk üretim ile dünyada en çok yetiştirilen yaş sebze ürünüdür (FAO, 2017). Dünya sebze üretiminde; domates (% 16), kuru soğan(% 8,), hıyar (% 7), lahana (%6), patlıcan(% 4), havuç ve turplar (% 3), sarımsak (% 2), ıspanak, bal kabağı, marul ve hindiba (%2) pay almaktadır (Çizelge 1.3). Grafik(1.1).

Çizelge 1.2. Dünya Yaş Meyve ve Sebze Üretim Miktarları

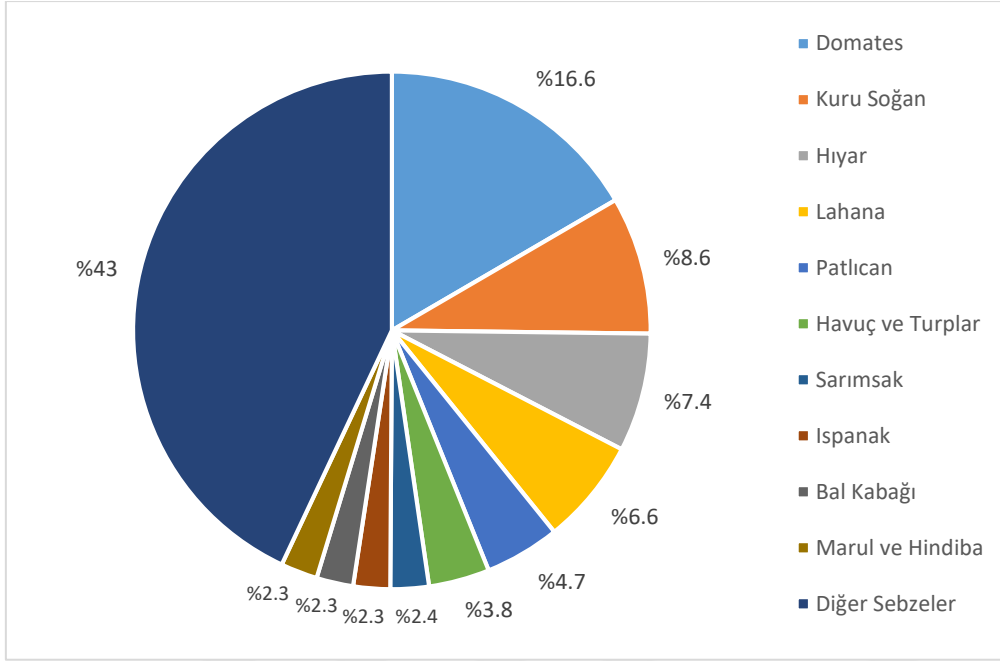
Ürünler	Üretim Miktarları (Bin Ton)					Ortalama	(%)
	2013	2014	2015	2016	2017		
Yaş Meyve	827.044	840.486	852.200	859.316	865.590	848.927	11,7
Yaş Sebze	1.000.040	1.033.917	1.055.871	1.080.689	1.094.344	1.052.972	88,3

Kaynak: FAO, 2019 yılı verilerinden yararlanılmıştır.

Çizelge 1.3. Dünya Yaş Sebze Üretim Verileri (Bin Ton)

Sıra	Ürün Adı	2013	2014	2015	2016	2017	Ortalama	(%)
1	Domates	165.296	174.862	177.501	179.508	182.301	175.894	16,6
2	Kuru Soğan	84.663	89.246	91.477	94.941	97.863	91.639	8,6
3	Hıyar	73.219	76.120	78.701	80.5267	83.754	78.464	7,4
4	Lahana	68.794	71.114	70.627	71.066	71.451	70.610	6,6
5	Patlıcan	48.890	49.954	50.551	51.193	52.309	50.579	4,7
6	Havuç ve Turplar	38.702	40.561	41.969	42.832	38.703	40.553	3,8
7	Sarımsak	24.249	25.028	27.005	27.251	28.164	26.339	2,4
8	İspanak	23.275	24.274	25.748	26.784	27.886	25.593	2,3
9	Bal Kabağı	24.525	25.113	25.382	26.532	27.449	25.800	2,3
10	Marul ve Hindiba	24.639	24.974	26.033	26.669	26.867	25.836	2,3
	Diğer Sebzeler	574.625	598.347	612.531	625.360	639.782	610.129	43
	Toplam	1.000.040	1.033.917	1.055.871	1.080.689	1.094.344	1.052.972	100

Kaynak: FAO, 2019 yılı verilerinden yararlanılmıştır.



Grafik 1.1. Dünya Yaş Sebze Üretim Verileri (%)

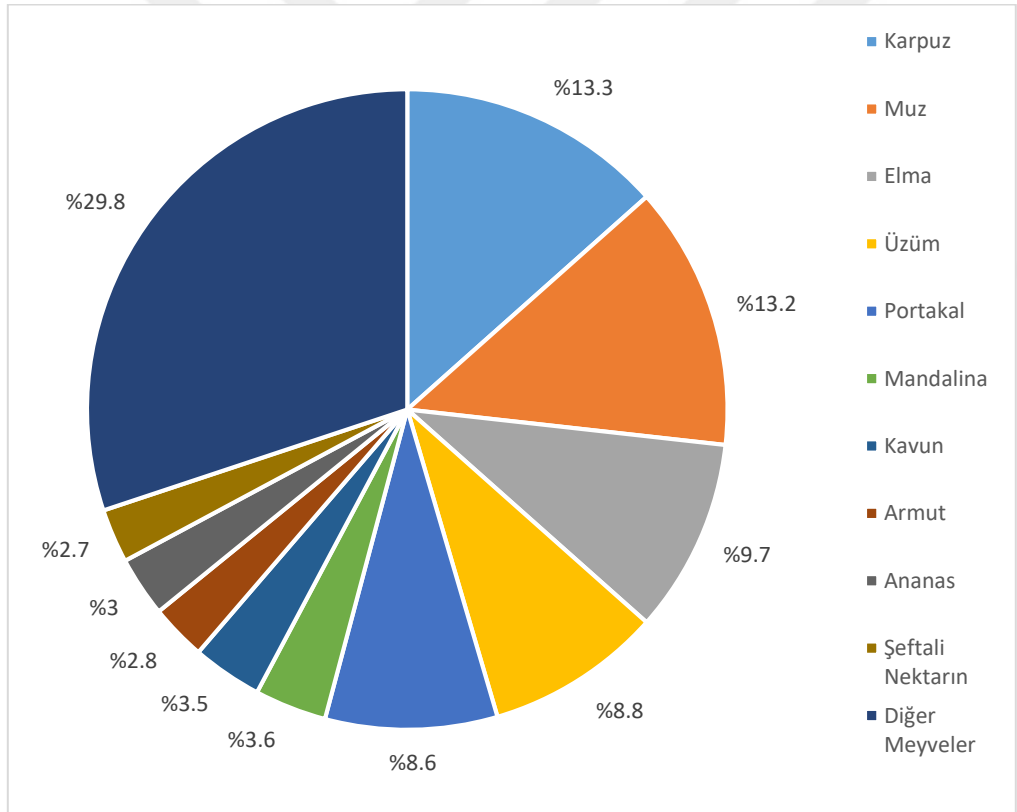
Kaynak: FAO, 2019 yılı verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

FAO'nun 2017 yılı verilerine göre; dünyada toplam 65 milyon hektarlık arazide taze meyve üretimi yapılmıştır. Söz konusu alanda yetiştirilen toplam taze meyve 865 milyon ton olup, yaklaşık 118 milyon tonluk üretim miktarı ile karpuz, dünyada en çok yetiştirilen taze meyve ürünüdür. Karpuzu sırayla; muz (113,9 milyon ton), elma (83,1 milyon ton), üzüm (74,2 milyon ton), portakal (73,3 milyon ton) ve mandalina (31,83 milyon ton) ürünleri takip etmektedir. Dünya taze meyve üretimi 2017 yılında 2013 yılına kıyasla %4,5 oranında artış göstermiştir. Dünyada en fazla üretimi yapılan taze meyveler Çizelge 1.4' de gösterilmiştir.

Dünya' da Çin, taze sebze üretiminde dünyada en önde gelen ülkedir. Coğrafi yapısının genişliği etkisiyle tarımsal üretimin yoğun yapıldığı Çin'de, iklim çeşitliliğinden dolayı aşağı yukarı tüm sebzelerin üretimi yapılabilmektedir. Çin, ABD ve Türkiye dünyadaki en önemli domates üreticisi ülkelerdir. Dünya domates üretiminin yaklaşık %40'ı bu üç ülke tarafından gerçekleştirilmektedir. 2017 yılı itibarıyla Çin 556,6 milyon tonluk üretimi ile dünyada en fazla yaş sebze üreten ülke konumundadır. Bu ülkeyi sırasıyla Hindistan (127,1 milyon ton) ve ABD (32,6 milyon ton) izlemektedir. Türkiye 24,9 milyon tonluk üretimi ile dünya

sıralamasında dördüncü sırada yer almakta ve dünya yaş sebze üretiminden %2 oranında pay almaktadır (Çizelge 1.5). Grafik(1.2).

FAO 2017 yılı verilerine göre yine Çin 272 milyon tonluk üretimi ile dünyada en fazla yaş meyve üreten ülke konumundadır. Bu ülkeyi sırasıyla Hindistan (92,3 milyon ton) ve Brezilya (39,8 milyon ton) izlemektedir. Türkiye ise 23.1 milyon tonluk yaş meyve üretimi ile dünya sıralamasında beşinci sırada yer almakta ve ortalama dünya yaş meyve üretiminden %2 oranında pay almaktadır (Çizelge 1.6). Grafik(1.3).



Grafik 1.2. Dünya’da Yaş Meyve Üretim Verileri (%)

Kaynak: FAO, 2019 yılı verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Çizelge1.4. Dünya Yaş Meyve Üretim Verileri (Bin Ton)

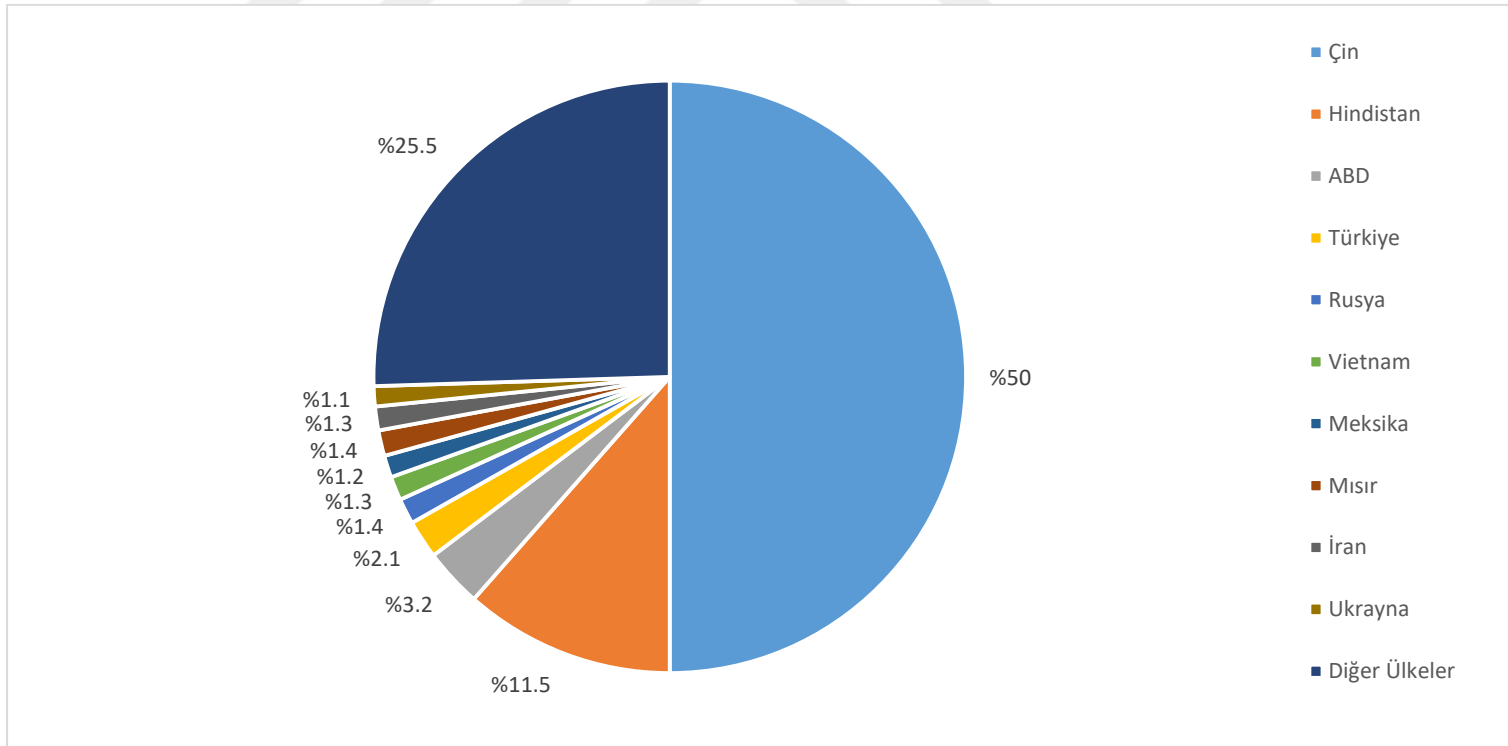
Sıra	Ürün Adı	2013	2014	2015	2016	2017	Ortalama	(%)
1	Karpuz	108.077	111.234	113.836	117.502	118.413	113.812	13,3
2	Muz	112.235	112.800	115.110	112.600	113.919	113.333	13,2
3	Elma	82.844	85.477	82.445	85.204	83.139	83.822	9,7
4	Üzüm	77.002	74.776	76.327	74.992	74.276	75.475	8,8
5	Portakal	73.185	72.425	72.535	73.429	73.313	72.977	8,6
6	Mandalina	28.950	31.019	33.326	32.583	33.414	31.858	3,6
7	Kavun	29.718	30.137	29.945	31.315	31.948	30.613	3,5
8	Armut	25.324	26.016	24.622	23.676	24.168	24.761	2,8
9	Ananas	24.893	25.640	26.065	26.196	27.403	26.039	3
10	Şeftali Nektarın	21.862	22.511	23.890	24.517	24.665	23.489	2,7
	Diğer Meyveler	242.953	248.451	254.099	257.303	260.930	252.747	29,8
	Toplam	827.044	840.486	852.201	859.316	865.590	848.927	100

Kaynak: FAO, 2019 yılı verilerinden yararlanılmıştır.

Çizelge1.5. Dünya Yaş Sebze Üreticisi Ülkeler (Bin Ton)

Sıra	Ülkeler	2013	2014	2015	2016	2017	Ortalama	(%)
1	Çin	495.796	508.265	535.264	543.081	556.680	527.817	50
2	Hindistan	119.592	125.133	117.855	122.181	127.144	122.381	11,5
3	ABD	33.637	35.661	34.472	34.679	32.623	34.215	3,2
4	Türkiye	22.794	22.684	23.696	24.421	24.933	23.706	2,1
5	Rusya	14.698	15.466	16.120	16.291	16.406	15.796	1,4
6	Vietnam	13.502	14.404	14.586	15.205	15.733	14.686	1,3
7	Meksika	11.743	12.468	13.230	14.321	15.520	13.457	1,2
8	Mısır	15.103	16.289	16.370	15.285	15.248	15.481	1,4
9	İran	14.409	14.647	13.695	13.720	14.273	14.149	1,3
10	Ukrayna	10.474	10.813	10.237	16.402	9.305	11.446	1,1
	Diğer Ülkeler	248.291	258.085	276.715	265.102	266.479	248.290	25,5
	Toplam	1.000.040	1.033.917	1.055.871	1.080.689	1.094.348	1.052.972	100

Kaynak: FAO, 2019 yılı verilerinden yararlanılmıştır.



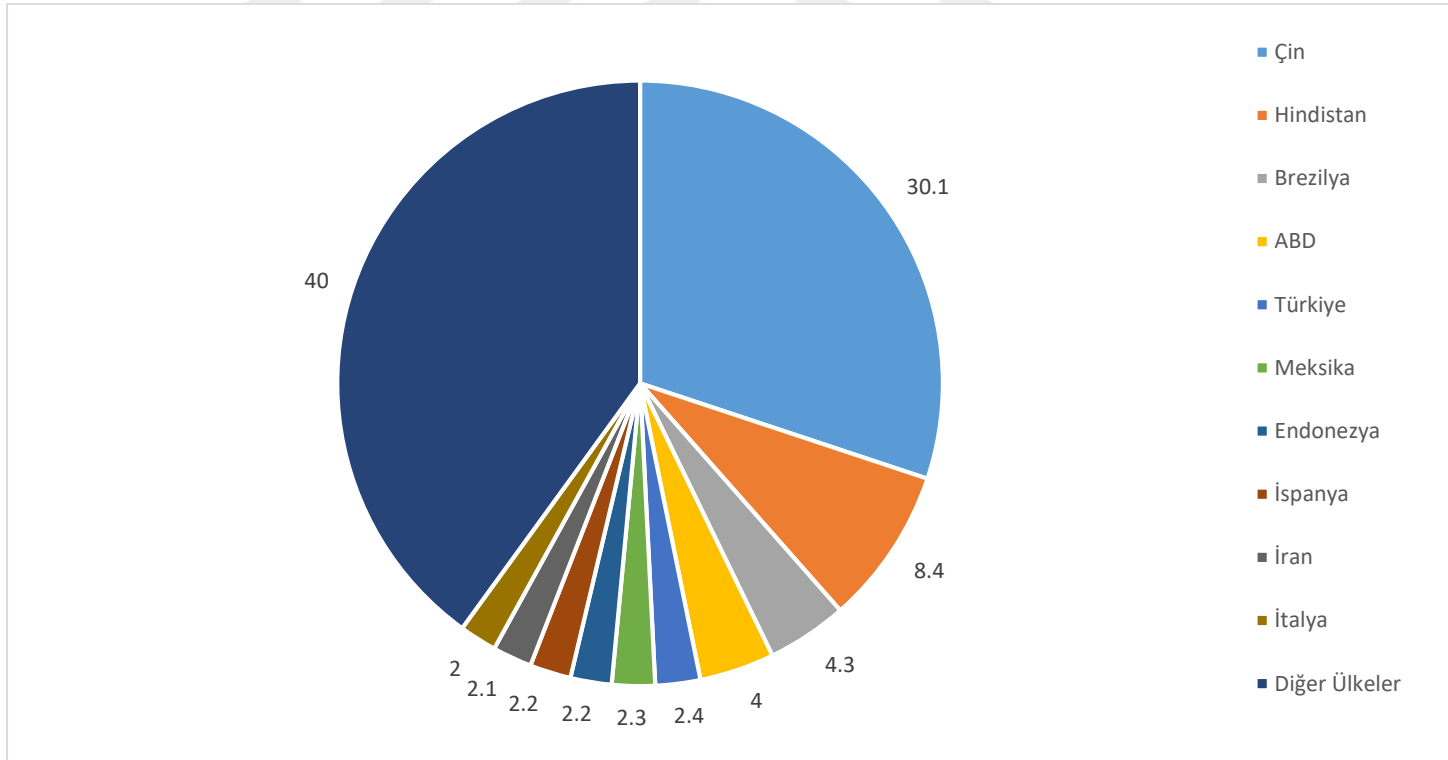
Grafik 1.3. Dünya’ da Yaş Sebze Üreticisi Ülkeler (%)

Kaynak: FAO, 2019 yılı verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Çizelge1.6. Dünyada Yaş Meyve Üreticisi Ülkeler (Bin Ton)

Ülkeler	2013	2014	2015	2016	2017	Ortalama	(%)
Çin	242.830	250.910	253.868	260.215	272.737	256.112	30,1
Hindistan	84.005	89.920	88.917	89.919	92.303	89.013	8,4
Brezilya	40.853	40.531	39.921	39.350	39.882	40.107	4,3
ABD	573.486	638.716	662.524	674.789	660.333	641.970	4
Türkiye	20.908	19.895	20.296	21.781	23.154	21.207	2,4
Meksika	19.105	19.327	20.201	21.422	21.857	20.383	2,3
Endonezya	18.006	18.510	20.697	18.531	19.518	19.053	2,2
İspanya	19.606	19.343	19.711	19.208	18.392	19.252	2,2
İran	20.691	19.076	18.193	18.641	17.386	18.798	2,1
İtalya	17.491	16.606	18.291	17.931	16.335	17.331	2
Diğer Ülkeler	342.975	345.729	351.442	351.643	351.365	348.631	40
Toplam	827.044	840.487	852.201	859.316,640	865.590	848.927	100

Kaynak: FAO, 2019 yılı verilerinden yararlanılmıştır.



Grafik 1.4. Dünyada Yaş Meyve Üreticisi Ülkeler (%)

Kaynak: FAO, 2019 yılı verilerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

1.3.2. Dünya Yaş Meyve ve Sebze İthalatı ve İhracatı

FAO 2017 yılı verilerine göre; dünya yaş meyve sebze sektörü ithalatı toplam 132 milyar dolardır. Dünyada yaş meyve ve sebze ticaretinde en çok ithal edilen muzdur (% 11 pay ile). Dünya yaş meyve ve sebze sektörü ithalatında ilk 5 ülkeye bakıldığında ise Amerika 21,5 milyar dolar, Almanya 11,3 milyar dolar, İngiltere 8,4 milyar dolar, Hollanda 6,7 milyar dolar, Fransa ise 6,5 milyar dolarlık ithalat paylarıyla sıralandıkları görülmektedir. Bu beş ülke dünya toplam yaş meyve sebze sektöründe yapılan ithalatının yaklaşık %41'ini gerçekleştirmiştir. Yaş meyve ve sebze ithalatında Türkiye geri kalmış olmakla birlikte sadece tropikal meyvelerle sınırlı kalmaktadır; bu bağlamda dünya yaş meyve sebze ithalatında 64. sırada yer almaktadır. İhracatta ise %11 ile narenciye, % 10,9 ile kırmızı meyveler (çilek, ahududu, böğürtlen, siyah-beyaz-kırmızı kuş üzümü, Bektaşi üzümü vb.) ilk sıralarda ihracatı yapılan ürün çeşitleri olarak yer almaktadır (FAO, 2017). Diğer yandan Türkiye önemli bir yaş meyve sebze üreticisi ülke olarak ithalatta sadece tropikal meyvelerle sınırlı kalmakta ve dünyada 64. Sırada yer almaktadır. Türkiye dünyanın önemli meyve sebze üreticisi ülkelerinden olmanın yanı sıra özellikle Ortadoğu ve Avrupadan önemli sebze meyve üreticisi ülkeler arasında yer almaktadır (Yılmaz2007).

1.4. Türkiye' de Yaş Meyve ve Sebze Üretimi

Türkiye elverişli üretim alanları ve iklim koşulları itibarıyla üretiminde kendine yeterli ve ihracat yapabilme şansına sahip önemli ülkelerden birisidir. Türkiye'de yetişen meyvelerin büyük bir bölümü hava şartlarının ılıman seyrettiği bölgelerde yetişmektedir. En fazla üretimi yapılan yaş meyvelerin başında üzüm, elma, armut, şeftali, kayısı, erik gelmektedir. Türkiye'de yaş meyve üretiminin en fazla yapıldığı illere bakıldığında ise sırası ile, İzmir, Manisa ve Aydın gelmektedir. İklim şartlarının ılıman olması sebebiyle, meyve ve sebze üretimin en fazla yapıldığı bölgeler Akdeniz ve Ege Bölgesidir (Niyaz ve Demirbaş, 2011).

Çizelge 1.7’ de Türkiye’ de yaş meyve ve sebze üretim alanları ve miktarları incelenmiş olup, Türkiye’ de 52 milyon ton olarak gerçekleşen yaş sebze ve meyve üretimimizin, 30 milyon tonunu sebzeler, 22 milyon tonunu ise meyveler oluşturmaktadır.

Çizelge 1.7. Türkiye’ de Yaş Meyve ve Sebze Üretim Alanları ve Üretim Miktarları

Ürün Grupları	Üretim Alanı (Bin Ha)	Üretim Miktarı (Bin Ton)
Yaş Meyve	3.348	29.762
Yaş Sebze	840	30.826

Kaynak: TÜİK, 2019 yılı verilerinden yararlanılmıştır.

Türkiye, 2017 yılı Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) güncel verilerine göre yaş sebze üretiminde 5. sırada, yaş meyve üretiminde ise 4. sırada yer almaktadır. Türkiye yaş meyve ve sebze sektörü içinde söz sahibi ülkeler arasındadır. Ürün grubu bazında, kiraz, incir ve kayısı üretiminde dünyada 1. ayva üretiminde 2. domates üretiminde 4. turunçgiller üretiminde 8. sırada yer almaktadır (TÜİK, 2017).

Türkiye’de en geniş üretim miktarına sahip sebzeler; domates, biber, soğan ve hıyar çeşitleridir. TÜİK 2017 yılı verilerine göre, domates yaklaşık 12,7 milyon tonluk üretimi ile Türkiye’de en çok yetiştirilen yaş sebzedir. Domatesi sırasıyla; biber (2,6 milyon ton), soğan (2,2 milyon ton), hıyar (1,8 milyon ton) ve patlıcan (883 bin ton) izlemektedir.

Çizelge 1.8 ’e göre, 2013-2017 yılları arasında Türkiye taze sebze üretiminde en yüksek üretim payına domatesin sahip olduğu görülmektedir. 2009 yılı itibarıyla Türkiye toplam yaş meyve üretim miktarının yaklaşık % 40’ ını domates, % 7’ sini biber, % 6’ sını soğan, % 5’ ini hıyar ve % 2’ sini lahana ve çeşitleri oluşturmaktadır.

Türkiye, birçok sebze ve meyvenin yetiştirildiği bir ülke olması sebebiyle, yaş meyve ve sebze sektörü ve ticaret hacmi dünyanın önemli ülkeleri arasında yer almaktadır. Üretici ve tüketici refah düzeyi üzerinde önemli derecede etkili olan yaş sebze ve meyve üretimi ve pazarlanması ile özellikle yaş sebze ve meyve pazarlamasında önemli yeri olan Toptancı Hallerinin incelenmesi bu bakımdan son derece önemlidir.

TÜİK 2017 yılı verilerine göre, karpuz yaklaşık 4 milyon tonluk üretimi ile Türkiye’de en çok yetiştirilen yaş meyvedir. Karpuzu sırasıyla; elma (3milyon ton),

sofralık üzüm (2,1 milyon ton), portakal (1,9 milyon ton) ve yağlık zeytinler (1,6 milyon ton) izlemektedir. Karpuz, Türkiye taze meyve üretiminin ortalama % 15'ini, elma %10' unu, sofralık üzüm ise yaklaşık %8' ini oluşturmaktadır (Çizelge 1.9).



Çizelge 1.8. Türkiye Yaş Sebze Üretim Verileri (Bin Ton)

Ürün Grubu	2013	2014	2015	2016	2017	Ortalama	(%)
Domates	11.820	11.850	12.615	12.600	12.750	12.327	36,3
Biber	2.159	2.232	2.307	2.458	2.608	2.353	16,1
Soğan	2.058	1.938	2.021	2.255	2.271	2.109	16,2
Hıyar	1.755	1.780	1.823	1.812	1.828	1.799	13,1
Patlıcan	826,941	827,380	805,259	854,049	883,917	839,509	0,8
Lahana	720,257	733,081	766,675	785,971	778,887	756,974	0,7
Fasulye	632,301	638,469	640,836	638,532	630,347	636,097	0,6
Havuç	569,855	557,977	534,988	554,736	569,533	557,418	0,5
Kabak	329,295	336,189	354,535	393,731	490,887	380,927	0,3
Marul	436,785	451,485	447,492	478,442	490,423	460,925	0,4
Diğer	1.554	1.549	1.598	1.654	1.700	1.631	15
Toplam	28.448	28.487	29.552	30.267	30.825	31.476	100

Kaynak: TÜİK, 2019

Çizelge 1.9. Türkiye Yaş Meyve Üretim Verileri (Bin Ton)

Sıra	Ürün Grubu	2013	2014	2015	2016	2017	Ortalama	(%)
1	Karpuz	3.887	3.886	3.918	3.929	4.011	3.926	15
2	Elma	3.128	2.480	2.570	2.926	3.032	2.827	14,2
3	Sofralık Üzüm	2.133	2.166	1.892	1.991	2.109	2.058	7,9
4	Portakal	1.781	1.779	1.817	1.850	1.950	1.835	7,8
5	Kavun	1.699	1.707	1.720	1.854	1.813	1.759	7,7
6	Yağlık Zeytinler	1.286	1.330	1.300	1.300	1.640	1.371	6,9
7	Çay	1.180	1.266	1.328	1.350	1.300	1.285	6
8	Kurutmalık Üzüm	1.423	1.563	1.334	1.537	1.603	1.492	5,7
9	Mandalina	942,226	1.046	1.156	1.337	1.550	1.207	5,1
10	Limon	726,283	725,230	750,550	850,600	1.007	811,959	4,8
	Diğer	4.489	4.701	4.702	4.769	5.288	4.790	18,9
	Toplam	21.757	25.242	26.150	27.338	29.763	26.050	100

Kaynak: TÜİK, 2019

1.4.1. Türkiye Yaş Meyve ve Sebze İhracatı

Türkiye’ nin toplam tarım sektörü ihracatındaki payları incelendiğinde; 2017 yılında %11’ lik toplam ihracattan %1,4 pay alırken, 2018 yılında toplam tarım sektörü ihracatı %10, toplam ihracatta %1,4 pay almaktadır. Türkiye yaş sebze ve meyve ihracat rakamları incelendiğinde, dünyada yaş sebze ihracatında 16. sırada, yaş meyve ihracatında ise 9. sırada yer almaktadır. Dünya ülkeleri ihracat rakamları sıralamasında kuru incir ve ayva ile ilk sırada yer almaktadır. Taze kayısı ve kiraz ihracatında ise 4. sırada, dondurulmuş domates ihracatında 9. sırada, taze ya da dondurulmuş biber ihracatında 8. sırada, taze ve dondurulmuş hıyar ihracatında 11. sırada yer almaktadır.

Türkiye ihracatında öne çıkan ürün grupları detaylı bir şekilde incelendiğinde narenciye ürün gruplarını sırasıyla yaş meyve ve sebzeler takip etmektedir. Mandalina, domates, üzüm, kiraz, vişne, portakal, biber, nar, şeftali ve greyfurt sırasıyla en çok ihracatı yapılan ürün gruplarımızdır. Türkiye 2017 yılında en çok ihraç edilen yaş meyve ve sebze ürünleri sırasıyla %15 ile mandalina, %13 ile limon, %13 ile domates, %9 ile üzüm ve %7 ile kiraz, vişne olmuştur. Sektörde ihracat yapılan ilk 5 ürünün ihracat artışları incelendiğinde, 2016 yılına kıyasla en büyük artış yaşanan ürün % 88 ile üzüm ve ardından %21 artış ile domates olmuştur.

Yaş meyve sebze sektörü Türkiye geneli ihracatı ülke bazında incelendiğinde; 2017 yılında en fazla ihracat yapılan ülkelerin arasında birinci sırayı, % 29 pay ile Rusya Federasyonu’nun aldığı görülmektedir. Rusya Federasyonu’nu sırası ile %11 ile Irak, %9 ile Almanya, %6 ile Romanya ve %5 ile Ukrayna izlemiştir. En fazla Yaş meyve sebze ihracatı yapılan ülkeler sıralamasında ilk 20’de yer alanlar arasında, en fazla ihracat artışı yaşanan ülke % 92 ile Rusya Federasyonu olmuştur. Aynı grupta en fazla düşüş % 34 ile Gürcistan’dadır.

1.5. Uşak’ da Yaş Meyve ve Sebze Üretimi

Uşak İli coğrafi konumundan dolayı Akdeniz iklimi ile karasal iklimi arasında geçiş özelliği gösteren bir yapıya sahiptir. Kışlar soğuk ve kurak olduğu için Akdeniz bitkilerinin çoğu burada yetişmez; bitki örtüsü step görünümündedir. Fakat İç Anadolu’ya göre daha fazla yağış alması sebebi ile daha çeşitli bir bitki örtüsüne sahiptir. Uşak İli topraklarının %40’ı ormanlarla kaplıdır (Sağlam, 2013).

Uşak'ta kışı soğuk, yazı kurak, yarı-kurak Akdeniz iklimi özelliği görülmesi nedeniyle ile yazları sıcaklık maksimumu ve yağış minimumu yaşanır. 80 yıllık iklim verileri Uşak' ta yağış sapmaları olduğunu ve sıcaklığın arttığını ortaya koymaktadır. Uşak' ta en fazla arpa, buğday, şekerpancarı, haşhaş, nohut, domates, karpuz ve çeşitli meyve ve sebze tarımı yapılmakta ve genelde ülke ortalamasının % 10-20 üzerinde verim alınmaktadır (Kara, 2009).

Uşak'ın coğrafi yapısı ve iklim koşulları çeşitli meyve ve sebze yetiştiriciliği için uygun şartlar oluştursa bile bazı tarım ürünlerinin yetiştiriciliği bu bölgede yapılamamaktadır. Uşak ilinde mevcut iklim şartlarından dolayı kuru tarım sistemi mevcuttur. Uşak İli bitkisel ürünleri tahıllar ve haşhaş, nohut ve tütün üzerinde yoğunlaşmıştır. İlin tarım alanlarının %63'ünde tahıl üretimi yapılmakta olup, %15'sinde baklagiller (nohut) ve %6'sında endüstri bitkileri yetiştirilmektedir.

İlin sebze üretimi toplam tarım alanlarının %3'lük ve meyve üretimi ise %4'lük kısmında yapılmaktadır. Sebze üretiminde karpuz, kavun ve domates öne çıkmakta, meyve üretiminde ise üzüm toplam meyve üretim alanındaki %30'luk oranıyla önemli bir yer tutmaktadır. Uşakta yaş meyve ve sebze üretimi diğer tarım ürünlerine oranla az miktarda üretildiği için Toptancı Hal daha çok bölgede tedarikçi görünmektedir.

1.6. Türkiye' de Toptancı Haller ve Yasalar

1.6.1. Tarihçe

Dünya ülkelerinde ve Türkiye' de taze sebze ve meyve yetiştiriciliği ve ticaretine günümüzde olduğu gibi geçmişte de çok önem verilmiştir. Toplumlar üretmekle kalmayıp ürünlerin diğer ülkelere ihraç edilmesi hususunda çeşitli uygulamalar gerçekleştirmişlerdir. Anadolu'nun toprak koşulları ve iklim şartlarının sebze ve meyve yetiştiriciliğine uygunluğu eski dönemlerde bilinmekte. Aynı zamanda Anadolu coğrafyasının birçok medeniyete sahiplik etmesi ve göç yolları üzerinde bulunması tarımsal üretimde çeşitliliğin artmasına da neden olmuştur (Bayram, 2014).

Nitekim İmparatorluğun en önemli şehirlerinden olan İstanbul' un çevresi sebze ve meyve bahçeleri ile çevriliydi. İmparatorluğun yönetimindeki Padişahların ve devlet adamlarının da bahçe konusunda özel ilgileri olduğunu belirtmektedir. Uzun süre imparatorluğa başkentlik yapan İstanbul en çok sebze ve meyve tüketen şehir

özelliğine sahip olduğu ve İstanbul İli ve civarında sebze dışında üretilen pek fazla yiyecek maddesi olmadığı bilinmektedir.

Özetle, İstanbul, birinci derecede önemli bir üretim merkezi olmadığı gibi sanayide de az gelişmiştir. Bu nedenle İstanbul, ham maddede dışa bağımlı olduğu görülmektedir. Bazı gerekli bitkisel ürünler olan tahıl, sebze, pirinç, kuru ve taze meyveler, bal, yağ, hayvan ve hayvansal ürünler gibi mal ve ürünler imparatorluğun çeşitli yörelerinden gemilerle İstanbul'daki gümrük görevi yapan iskelelere getiriliyor ve buralardan şehre dağıtılıyordu. İstanbul nüfus açısından da kalabalık bir yerleşim yeri olması sebebiyle sebze ve meyve açısından dışa bağımlıydı. İstanbul'un meyve ve sebze ihtiyacı şehrin yakın civarı ile birlikte genellikle Marmara illerinden, kuru meyveler, zeytin ve zeytinyağı ise Ege illerinden deniz yoluyla gemilerle getirilmekte idi, İstanbul 'a getirilen ürünlerin Eminönü ile Unkapanı arasında Haliç kıyısında hangi iskelelere yüklerini boşaltacakları belirlenmişti (Bayram, 2014).

Osmanlılar dönemde teknolojik imkânlar günümüzdeki gibi olmadığı için sebze ve meyve sevkiyatı gemiler aracılığı ile sağlanmaktaydı. Osmanlı döneminde görüldüğü gibi meyve ve sebze yetiştiriciliği kadar ticareti de çok önemli olduğunu görülmektedir. Yetiştirilen ürünlerden kendi ihtiyaçlarını karşıladıktan sonra karadan ve denizden uzak diyarlara ulaştırılması sağlanmıştır. Ürünlerin tazeliğinin korunması ya da sevkiyat aşamasında zarar görmesini engellemek amacıyla bazı tedbirler alınmaktaydı. Günümüzde sebze ve meyve ticaretini düzenleyen yasalar ürünlerin taşınması ve ambalajlanması ile ilgili bazı kurallar getirmekle beraber bu kurallar denetim eksiklikleri sebebiyle tam anlamıyla uygulanamamaktadır. İstanbul'a gönderilen elma, armut, ayva gibi meyvelerin ezilmemesi için kutularda ve pamuklara sarılarak taşınırdı. 19. yüzyılın sonlarında ise; Mihaliççık yakınlarındaki köylerden yabani olarak yetişen armutlar, büyük miktarlarda kavsara türü sepetler içinde getirilmekteydi. Daha sonraki dönemlerde ise öncelikli olarak İstanbul'da başlayarak halkın ihtiyaçlarını karşılamak için kapan adı verilen büyük pazar ve panayırılar kurulmuştur. Kapanlar 'da Anadolu'nun farklı yerlerinden özellikle büyük gemilerle gelen malların satışı gerçekleştiriliyordu. Osmanlıda meyve ve sebze ticareti ile ilgili eski kaynaklarda kapan uygulaması üzerinde sıkça durulmaktadır. Türk Dil Kurumu Sözlüğünde büyük terazi, kantar" anlamına karşılık gelen kapan kelimesinin Latince campanadan Farsça 'ya, buradan kabbân şeklinde Arapça 'ya taşındığı, Türkçe' de kapan olarak girdiği öne sürülür. Osmanlı Devletinde ilk kapan Fatih devrinde 1461 yılında kurulmuştur. Osmanlı devletinin

ürünlerin satışı ve dağıtımının sağlandığı kapanlar, aslında günümüzdeki pazar ve hal sistemine benzerlik göstermekteydi. Fakat uygulamada farklılıklar arz etmekteydi. Yurdun farklı illerinden gelen (sebze, meyve, bal, yağ, kuru gıda) malların devletin vazifelendirdiği memurlar tarafından bir ücret belirlenmesi esasına dayanmaktaydı. Ayrıca bu sistem sayesinde devlet haksız kazancın önüne geçerek malların yüksek fiyatlarla satılmasına engel olmaktaydı. Özellikle İstanbul'a dışarıdan ithal olarak gelen malların satışı da gerçekleştirilmekteydi. Kapanlarda devletin resmi olarak görevlendirdiği memurlar çalışmaktaydı. Bu memurlar tarafından oluşturulan kurul sayesinde fiyatlar belirlenir, ürünler halkın ihtiyaçları gözetilerek dağıtımı sağlanırdı. Buralardan devletin elde ettiği gelirler ise Padişahların inşa ettirdiği (cami, medrese, imaret, han, hamam) gibi kurumların masraflarını karşılamak için kullanılıyordu. Günümüzde yaş sebze ve meyve hallerinde faaliyet gösteren komisyoncuların üstlendiği vazifeye benzer şekilde Osmanlı devletinde ticari anlamda malların farklı illerden getirilmesi ve kapanlarda satışını sağlayan ve kapan tüccarı adı verilen insanlar vardı. Bu tüccarlar sahibi oldukları büyük gemilerle ülke topraklarından veya dış ülkelerden satın aldıkları malları kapanlara boşaltırlar ve burada gümrük işlemine tabi olurlardı. Burada mallar ürün çeşidine, kalitesine göre tasnif edilir. Kapan memurları tarafından fiyat belirlenirdi. Bu uygulama sayesinde devlet hem malların satışı ve fiyat belirlemesini dengede tutarak haksız kazancın önüne geçmiş, hem de halkın ihtiyaçlarına göre malların dağıtımına katkıda bulunmuş oluyordu. Ayrıca 17. yüzyılda halkın ihtiyaçlarının yüzde doksan kadarı kapanlardan sağlanmaktaydı. Günümüzde ise kapan sistemine benzerlik gösteren yaş sebze ve meyve hallerine giren mal miktarı yüzde otuz civarlarındadır. Daha sonraları ise; kapanlardan elde edilen gelirlerin bir kısmı devlet tarafından alınmış geriye kalan kısmı ise İstanbul Belediyesine devredilmiştir. Günümüzde ise yaş sebze ve meyve hallerinde belediyelerin kantar remi olarak alınan vergi geçmişte uygulamasına rastlanılan kapanlarda alınan vergi ile benzerlik arz ettiği görülmektedir (Bayram, 2014).

1.6.2. Hal Yasası

Bu bölümde Türkiye'de 1930 yılından 2012'ye kadar yapılan yaş sebze ve meyve ticareti için oluşturulan yasal düzenlemeler incelenmiştir (Çizelge 1.10).

Taze sebze ve meyve ile ilgili yapılan en üst düzenleme, Anayasa'nın 45. bölümünde yer almakta olup, bu maddenin son bendine göre, devlet, bitkisel ve hayvansal ürünlerin değerlendirilmesi ve gerçek değerlerinin üreticinin eline

geçmesi için gereken tedbirleri alınmasıdır (Anonim, 1982). 1982 anayasasının bu genel kararına ek olarak, konu ile ilgili düzenlemeler, kronolojik sıralarla aşağıda belirtilmektedir

Çizelge 1.10. Toptancı Hal Yasası İle İlgili Yapılan Yasal Düzenlemeler

Yıl	Kanun
1930	1580 sayılı Belediye Kanunu'nun 15. maddesi
1960	80 sayılı "Toptancı Halleri Sureti İdaresi Hakkında Kanun"
1995	552 sayılı "Yaş Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname"
1997	23214 sayılı Resmi Gazete'de "Toptancı Hallerinin Yönetim ve İşleyişi Hakkında Yönetmelik"
1998	4367 sayılı "Yaş Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında KHK'nin Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine Dair Kanun"
2007	5652 Sayılı Kanun "552 sayılı KHK Değişiklikler"
2012	5957 Nolu "Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun"

Toptancı Halleri ve taze meyve ve sebzelerin toptan satımı ile ilişkili yasal düzenleme ilk olarak; 1930 da kabul edilerek, Belediye Kanunu'nun 15. bendinde yer almıştır (Sayılı ve Civelek, 2012). Bu hüküm ile korunması ve satılması öngörülen yaş sebze ve meyve ile diğer ürünlerin (et, yağ, balık, zeytinyağı, peynir, turşu vb.) ürünlerin korunması ve toptancılığının satımının belli alanlarda yapılmasını sağlamak ve kontrol altında bulundurmak, Halleri açmak ve yönetmek vazifesi belediyelere verilmiştir. Daha sonra ilgili kanun bendine paralel olarak yalnız taze meyve ve sebze ticaretinin yapılmasına yönelik olarak 12 Eylül 1960 tarih ve 80 sayılı "Toptancı Halleri Sureti İdaresi Hakkında Kanun" hükmü çıkarılmıştır. İlgili yasanın yürütülmesi ve kontrol edilmesi belediyelere bırakılmıştır (Anonim, 1960). Kanunun içeriğine göre; Halden yapılacak toptan satışlar kooperatif ve kooperatif birlikleri veya üreticiler ile komisyoncular tarafından yapılabilmekte, ancak bunları birbirlerinden mal alıp satmaları yasaklanmaktadır. 1960 tarihinde çıkarılan, 80 sayılı kanun içeriğiyle, ürünlerin kalitesinin, standardizasyonun, depo koşullarının ve fiyatlarının belirlenmesi gibi önem arz eden konulara ilişkin maddelere yer verilmemesi ve içerikte bulunan

birçok eksikliğin giderilmesi amacıyla yürürlüğe koyulan yasanın geçici 2. bendine belediyelerce taze sebze ve meyve Hal yönetmelikleri hazırlanmıştır (Yılmaz ve Yılmaz, 2002).

1960-1995 yılları arasında ise, 80 sayılı yasa ve Belediye yasasına ekler getiren 3033 sayılı kanuna geçilmekte olduğu görülmüştür.

27 Haziran 1995 tarihli 22326 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe giren 552 sayılı “Yaş Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname” çıkartılmıştır.

Kararnamede 3 temel amaç hedeflenmiştir:

- Yaş meyve ve sebze ürünleri ilk olarak Hallerde toplanmalı,
- Fiyat oluşumları en iyi serbest rekabet koşullarında oluşturulmalı,
- Kontrol mekanizması belediyeler tarafından yürütülmeli.

Kanun Hükmünde Kararname’nin getirdiği temel düzenlemeler ise şöyle özetlenebilir: Belediyeler ile gerçek ve tüzel kişiler tarafından, Bakanlığın izni ile Toptancı Halleri kurulur. Fiyatların serbest rekabet koşullarına göre oluşturulması ile üretici, tüketici korunması gibi hususlara daha fazla önem verilir. Tüm kuruluş ve kişiler mallarını Toptancı Halinden geçirmek durumundadır. Komisyon oranı % 8’ i aşmayacak şekilde komisyoncu alacakları ilgili taraflarla belirlenir. Son olarak belediyeler tarafından belirlen miktarı geçmemek koşuluyla üreticiler ürettikleri ürünleri Toptancı Haline getirmeksizin tüketiciye doğrudan verebilirler (Vural, 2006).

Bu yasanın ardından 552 sayılı kararnameye bazı ceza hükümleri ilave edilmiştir. 11/1995 tarih ve 22456 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan 4128 sayılı kanun ve 552 sayılı KHK’de Toptancı Hallerinin kurulması ile ilgili yer alan 4. madde içeriğinin daha iyi uygulanmasını sağlamak amacıyla, 3/10/1996 tarihli 22776 sayılı Resmi Gazete’de Toptancı Hallerinin Kuruluş Esasları Hakkında Yönetmelik çıkartılmıştır (Anonim, 1996).

Daha sonra tüm bu yasalara ek olarak, 28/12/1997 tarihli 23214 sayılı Gazetede “Toptancı Hallerinin Yönetim ve İşleyişi Hakkında Yönetmelik” yayınlanmıştır (Anonim, 1997). Bu kanun KHK’ nin 19. maddesinde yer alan hususları içermektedir. 552 sayılı Kanun Hükmünde Kararname’nin uygulanabilirliğindeki

bir takım eksikleri giderilmesine yönelik çıkarılan yönetmelik ise 11/06/1998 çıkarılan 4367 sayılı “Yaş Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine Dair Kanun” dur. Bu kanunun asıl amacı kayıt dışı ekonominin önüne geçmek, Toptancı Halleri dışında yapılan satışlardan kaynaklanan vergi kaybını önlemektir. Dolayısıyla amaç vergi toplamak olduğu için bu düzenlemenin komisyoncu ve tüketici lehine olduğunu beklemek düşünülememektedir. Yasanın gerektirdiği uygulamalar kapsamında Hale girmeden satış yapılan araçlar trafikten men edilir ve komisyoncuların alacağı komisyon oranı serbest bırakılmıştır. Toptancı Hali dışında yapılan pazarlamalardan alınan pay iki kat arttırılarak %10’ dan %20’ ye çıkarılmıştır. Kayıt dışılığın önüne geçebilmek için kaynak gösterilmeden pazarlanmaya çalışılan ürünlere % 10 kamu kesintisi yapılması uygun görülmüştür. Semt pazarlarını denetleme yetkisi Hal zabıtasına verilmiştir. Bunlara ek olarak Hakem Kurulu’nun verdiği tüm kararlar Bakanlık yetkisiyle bozulabilir veya değiştirilebilir (Vural, 2006).

Türkiye Toptancı Hallerin mevcut fiziksel ve işlevsel eksikliklerinden dolayı, kanun ile getirilen bir takım değişiklikleri ve uygulamaları gerçekleştirememektedir. Bu durum komisyoncuları özellikle küçük üreticileri olumsuz etkilemektedir. Bu sebeple bu sorunların çözüme kavuşturulması bağlamında 4367 sayılı kanun hükmünün bu konuyla ilişkin maddeleri tekrar değerlendirilmiştir. Sonuç olarak 5652 sayılı Yaş Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun ile 552 sayılı yasanın bazı maddelerinden kaynaklanan problemler çözüm olanakları getirilmeye çalışılmıştır. Bu kanunda önemle Hal içinde üretici birliklerine ayrılan kısımlar ve kira şartları üzerinde durulmuştur (Anonim, 2007). İlgili Kanun Hükmünde Kararnamenin ve yapılan bu değişikliklerin; Toptancı Hallerine özgü gerekli fiziksel yapının oluşturulması Hallerin daha modern bir yapıya dönüştürülmesi amaçlanmış fakat 14 yıldır maalesef bu amaca ulaşılamamıştır.

Yaş meyve ve sebze pazarlamasında devam eden;

- Üreticilerin Toptancı Halleri kapsamında ticaret yapabilmesi zorunluluğu ve bu durumun serbest rekabeti olumsuz etkilemesi,
- Yaş meyve ve sebze ticaretini zorlaştıran komisyon ve rüsum oranlarının kayıt dışılığı arttırması,

- Yaş meyve ve sebze miktarları ve fiyatlarına dair bilgilere ulaşılmasında güçlük çekilmesi,
- Yaş meyve ve sebze Toptancı Hallerinde depolama olanaklarının yetersiz kalması, tasnifleme ve ambalajlama tesislerine rastlanmaması ve laboratuvarlarının bulunmaması,
- Toptancı Hali kapsamında bulunan tüm ürünlerin gıda güvenliği ve izlenebilirliğinin bulunmaması,
- Toptancı Halinde yaşanan sıkıntılardan doğan anlaşmazlıkların doğru ve etkili bir şekilde çözülmemesi, çözüme ilişkin maliyetlerin yüksek olması,
- Üreticilerin mallarını pazarlamakta çektikleri zorluklar,
- İç pazarda standart uygulamaların uygulanmaması,
- Üreticilerin rekabet gücünün gittikçe azalması gibi sorunlar yaşanmaktadır (Anonim, 2010).

552 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin tüm bu sorunlara yönelik çözümler oluşturmasında cevapsız kalması Toptancı Hallerinin yeniden yapılandırılmasını zorunlu kılmıştır. Bu bağlamda 26/03/2010 tarihli 27533 sayılı kanun ile Sebze ve Meyveler İle Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun” Resmi Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.

5957 Sayılı Hal Yasası ile;

- Toptancı Hali dışında yapılan satışların ancak Toptancı Haline bildirimde bulunulması suretiyle gerçekleştirilebileceği,
- Hal kayıt sisteminin oluşturulması,
- Toptancı Hallerine özgü işlem maliyetlerinde küçülmeye gidilmesini,
- Hal hakem heyetleri yeniden yapılandırmak,
- 50 bin TL altında değeri olan uyuşmazlıklarda heyete başvuru şartı olmasına,
- Bakanlar Kurulu’nun piyasanın durumuna göre istediğinde rüsum oranlarını değiştirebilmesi,
- Ürün künyesi uygulamasına geçilerek, ürünlerin izlenebilirliğinin sağlanması,

- Satıcıların mutlaka malları üzerinde ürün künyesi bulundurmaları zorunluluğu getirilmesi,
- Toptancı Hallerindeki işyerleri ile semt pazarlarında bulunan satış alanlarının en az %20' sinin üretici ve üretici örgütlerine ayrılması,
- Üretici haklarının korunması amacıyla satım işlemlerini düzenleyen sözleşmelerde bulunması gerekli asgari şartların oluşturulması,
- Üretici örgütü veya üretici örgütlerinin rüsum ödeme şartı aranmaksızın Toptancı Halinden bağımsız satışlar yapabilmesine,
- Tüketicilere daha düzenli ve kaliteli alanlarda alışveriş imkânının sunulmasına,
- Semt pazarlarının daha iyi bir yapıya kavuşturulmasına ve
- Hal rüsumu değerinin Toptancı Hali içinde ve dışında %2 oranında uygulanmasına ve
- Hal rüsumunu bölüşmede üretici bölgesi belediyesinin %25, tüketici bölgesi belediyesinin %75 oranında pay almasına, yönelik uygulamalar ve düzenlemeler yapılması amaçlanmaktadır.

Söz konusu kanun incelendiğinde, çözüme kavuşturulması gereken birçok konuyla ilgili düzenlemeler yapıldığı görülmektedir. Kanunun birinci maddesinde yasanın hangi amaç doğrultusunda hazırlandığı belirtilmiştir.

Bu yasa ile yaş meyve ve sebzeler ile diğer ürünlerin ticaretinin sağlıklı, kaliteli, standartlara ve gıda güvenilirliğine uygun olarak serbest rekabet şartları içinde yapılmasını ve pazarlanan ürünlerin etkin şekilde dağıtımını ve tedarikini, üretici ve tüketicilerin emeklerini korumasını, pazar alanlarının modern bir sisteme kavuşturulması hedeflenmiştir.

Ayrıca 5957 Sayılı Kanun ile kayıt dışılığı artıran en önemli unsur olarak görülen kesintilere ilgili düzenlemeler yapılmıştır. Toptancı Halinde satış yapılan mallardan % 1 oranında Hal rüsumu, Hal dışında satılan mallardan ise % 2 oranında Hal rüsumu alınması karara bağlanmıştır. Rüsum konusu ile ilgili bir diğer önemli nokta da; Hal rüsum bedelin satın alanlardan tahsil edilmesi üreticiden herhangi bir rüsum alınmamasıdır. Hal rüsumu ile ilgili istisnalar getirilerek yeni bildirim sistemi ile Hale bildirimde bulunulması kaydıyla Hal dışında da satış yapılabilmesi izni verilmiştir.

5957 sayılı Kanunun (2012) diğer yeniliklerinden birisi de gıda güvenilirliği konusundaki düzenlemedir. Künye uygulaması ile tüketicilerin, ürünün nerede, kimin tarafından ve hangi yöntem ile üretildiği ile ilgili bilgilere tüketiciler ulaşılması mümkün Hale gelmektedir. Böylece tüketicilerin yanıltıcı bilgilerle aldatılmasının önüne geçilmiş olmaktadır. Gıda güvenliğini sağlamak açısından yapılan bir diğer düzenleme ise Toptancı Hallerinin fiziki yapısına ilişkindir. Malların tedarik zincirinde en önemli halkayı oluşturan Toptancı Hallerinin Avrupa Birliği standartlarında çağdaş bir yapıya kavuşturulması büyük önem arz etmektedir. Yapılan tüm bu düzenlemeler ile birlikte Toptancı Halleri; depolama, tasnifleme ve ambalajlama tesisleri ile laboratuvar ve soğuk hava deposu gibi diğer asgarî koşulları taşıyan projeler çerçevesinde kurulabilecektir. Mevcut Toptancı Halleri de yine bu altyapı standartları çerçevesinde Kanunla öngörülen süre içinde modernize edilecektir.

1.7. Hal Kayıt Sistemi

Sebze ve meyve pazarlaması ile alakalı kamusal politikaların oluşturulabilmesi ve sektörün bu alanda öngörülerde bulunarak gelişebilmesi, ancak sektöre yönelik sağlıklı verilerin sürekli olarak izlenebilmesi ile mümkündür. 5957 sayılı (2012) Kanunun 16. Bendinde belirlenen merkezi Hal sisteminin oluşturulması Toptancı Halleri için önemli bir yeniliktir.

Bu oluşum, sebze ve meyve pazarlaması ile ilgili Hal içinde ve dışında işlem gören ürünlerin, cinslerine, miktarlarına, fiyatlarına, alıcı ve satıcı bilgilerine elektronik olarak ulaşılabilmesi ve bu bilgileri elektronik ortamda kayıt altında tutulabilmesi, bu kayıtlar ışığında belirli veri tabanlarının oluşturulması ile Haller arasında bilgi paylaşımı ve iletişimin kolaylıkla sağlanması amacı ile merkezi Hal kayıt sisteminin kurulmasına yönelik bir dizi düzenleme içermektedir.

5957 sayılı yasa tasarısı kapsamında, taze meyve ve sebzelerin hangi şekillerde olursa olsun alış, satış ve devir işlemlerini gerçekleştiren gerçek ve tüzel kişinin ilk olarak Gümrük ve Ticaret Bakanlığının <https://hks.hal.gov.tr/> uzantılı web adresinden sisteme kaydolması gerekmektedir. Bu kişiler, ürünleri depoladıkları işledikleri ve sevk ettikleri depolarda dahil olmak üzere şubeleri tesisleri ve dağıtım yerlerini de sisteme kaydetmek durumundadırlar. Bildirimciler eğer birden fazla bildirimci unvanı ile sisteme kaydolmak isterlerse bu sistemde buda mümkün

olabilecek fakat işlemler farklı ise de ayrı şekillerde bu işlemleri bildirmek durumunda kalacaklardır.

Toptancı Halde bulunan komisyoncular kayıt işlemelerini Toptancı Hallerinde gerçekleştirebilirken, Hal dâhilinde çalışmayan komisyoncular için Bakanlık il müdürlüğü tarafından kayıt işlemleri gerçekleştirilmektedir. Bildiricilerin kayıt işlemleri esnasında bazı gerekli bilgileri ve belgeleri istenmekte olup bu bilgiler bakanlıkça istenmektedir. Özellikle bildirim işleminde bulunmak isteyen bir üretici veya ürününü pazarlamak isteyen tüzel kişinin çiftçi kayıt sistemine dahil olması gerekmektedir. Bu şartın temel nedeni yaş meyve ve sebze üretimi veya pazarlaması yapan tüm üreticilerin kayıt altına alınmasının istenmesidir. Bunun yanı sıra üretici örgütü olarak sisteme kaydolmak isteyen bildirimciler diğer tüzel kişiler gibi öncelikle hal kayıt sistemi için gerekli olan formu doldurduktan sonra üretici birlikleri adına ilişkin vergi kayıtlarının bulunduğu dair resmi belgeyi göstermek durumundadırlar. Hal kayıt sistemiyle getirilen bu düzenlemeler yaş meyve ve sebzelerin pazarlanmasına ilişkin basamakları kayıt altına alarak kayıt dışı işlemlerin önüne geçmesini sağlayacaktır. Yaş meyve ve sebze sektörü Hal kayıt sistemi ile daha şeffaf bir yapıda olacak Türkiye’ de vergi gelirlerini arttıracaktır.

2. KAYNAK ÖZETLERİ

Bayuk (2000) yılında yapmış olduğu çalışmada, yaş meyve ve sebze üretimi açısından dünyada önemli bir konumda yer almamıza rağmen pazarlama konusunda ülkemizde bir türlü giderilemeyen önemli sorunlar bulunduğunu belirtmiştir. Bu olumsuz durumların en önemli sebebinin Toptancı Hallerinin işleyiş yapısındaki aksaklıklar olduğunu ifade etmiştir.

Özsu (2005), çalışmasında, Toptancı Hallerinin işleyişi üzerine bir araştırma yapmış bu araştırmada mevzuat ve mevzuatta bulunan eksikliklerden Hal yönetiminin ve ticaretinin nasıl etkilendiğini, Toptancı Haller ve işleyişleri kapsamında AB ve Türkiye'deki farklılıkları incelemiştir.

Sayın (2007), çalışmasında genel olarak, ülkemizde Toptancı Hal sisteminin işleyişinde mevcut olan tüm sorunları belirlemeye çalışmış, özelde ise Hal Yasası'nın yaş meyve sebze piyasasına olan etkilerinin tartışılarak uygulamada karşılaşılan başlıca sorunların ortaya konulup bunların çözümüne ilişkin çeşitli öneriler geliştirilmesi hedeflemiştir.

Tahhuşoğlu (2007) yılında yapmış olduğu çalışmada, Hatay ilini pilot bölge olarak yaş meyve ve sebze pazarlaması ve ihracatına yönelik bir inceleme yapmış olup Türkiye' deki genel ihracat sorunlarından bahsetmiştir.

Gürbüzler (2008), çalışmasında, Türkiye'nin yaş meyve ve sebze üretimini, ihracatını ve karşılaşılan sorunları ve bu sorunların çözüm önerilerini belirtmiştir.

Albayrak ve ark (2009), çalışmasında, öncelikle tarım ve gıda pazarlama sistemlerin anlatılmış olduğu bu çalışmada, meyve sebze pazarlamasındaki en önemli dağıtım kollarını Toptancı Hallerinin oluşturduğu belirtilmiştir. Toptancı Hallerinde pazarlama işlemlerinin kayıt altında tutulması gerekliliği ve sektördeki kayıt dışılığın ortadan kaldırılması için denetimlerin daha sık yapılması gerektiği anlatmışlardır.

Çetin (2009), çalışmasında, Türkiye' de Toptancı Hallerin geleceğe yönelik işleyişlerini geliştirmek adına bir araştırma yapmış ve bu bağlamda iki kategori geliştirmiştir. İlk olarak Hallerin kendi bünyelerinde bulunan problemlere karşı bir strateji geliştirmiştir. Diğer bir kategori ise tüketim ve pazarlama sorunlarına ait çözüm önerilerini farklı stratejilerle ortaya koymuştur. Çetinin üzerinde durduğu en

önemli konu dağıtım kanallarında uygulanabilecek değişmeler ve gelişmeler olup, çalışmasında belirttiği bu stratejilerin Hükümetin de etkin desteğiyle hayata geçirilebilmesi sağlanır ise Türkiye de Toptancı Hallerinde yaşanan sorunların ortadan kaldırılabileceğini ileriye sürmüştür.

Polat (2010), çalışmasında, dünyada ve Türkiye’de pazarlama sistemleri ve pazarlama kanallarında Toptancı Hallerinin rolleri üzerinde durmuştur. Çalışmada Adana İli için önemli görülen meyve ve sebzelerin fiyat analizleri yaş meyve sebze Hallerinde yapılan anketlerden elde edilen verilerden yararlanılarak ortaya konmuştur.

Kahraman (2012), çalışmasında, yaş meyve ve sebze pazarlamasında Toptancı Hallerinin büyük rol oynadığını belirtmiş, Toptancı Hallerine yönelik yasal düzenlemelerin konuyla ilgili kesimlerin (komisyoncu, tüccar, üretici, tüketici vs.) ortak çıkarlarını korumaya yönelik olması gerektiğini vurgulamıştır.

Adanacioğlu ve Yercan (2012)’deki çalışmalarında, Hal Yasanın üretim sektörü açısından önemini incelemiş; kanunun omurgasını olan Hal kayıt sistemini anlatmış ve kanun uygulanmaya başlandıktan sonra karşılaşılan sorunlar ile kanunla ilgili tartışılan hususlara dikkat çekilmişler, bu kapsamda öneriler getirmişlerdir.

Can ve Engindeniz (2018) yılında yapmış oldukları çalışmada, Türkiye’nin en önemli sanayi şehri olan Kocaeli ili merkez ilçesindeki sebze-meyve Toptancı Halinin yapısı incelemiş, il içerisinde pazarlanan birçok sebze ve meyvenin bu hal aracılığı ile gerçekleştiği görmüştür. Hal Yasasının yürürlüğe girdikten sonra rekabetçi yapıyı, maliyetleri, gıda güvenliğini, kayıt dışılığı, tedarik, dağıtım ve satışta etkinliği mevcut verilerden yararlanılarak ortaya konulmuştur, mevcut veriler ışığında öne çıkan sorunlara yönelik çözüm önerileri getirilmeye çalışılmıştır.

Adanacioğlu ve ark. (2019)’daki çalışmalarında, 11.03.2010 tarih ve 5957 sayılı kanunla hayata geçirilen Hal Kayıt Sistemini incelemiş, Hal Kayıt Sisteminin kayıt dışılığı üzerine olan etkilerini araştırmıştır. Sistemin kurulduğu günden bugüne bulunan ve oluşan aksaklıkların giderilmediğini ve kayıt dışılığın sisteme kayıt olmadan pazarlamaya sunulan ürünlerden kaynaklandığını görmüştür. Hal Kayıt Sistemi ile ilgili denetim mekanizmasının artırılması gerekliliğini vurgulayan Adanacioğlu ve ark., Hal Kayıt Sisteminin ancak bu şekilde etkin ve güvenilir bir yapıya bürünebileceğini belirtmiştir.

3. MATERYAL VE YÖNTEM

3.1. Materyal

Araştırmanın ana materyalini, Uşak İlinde bulunan Toptancı Halindeki komisyoncular ile yapılan birebir görüşmelerden elde edilen orijinal verilerden elde edilen bilgiler oluşturmaktadır. Anket çalışmasında Toptancı Halinde faaliyet gösteren 29 komisyoncunun tamamı ile yüz yüze görüşülmüştür.

3.2. Yöntem

Araştırma bölgesinde yürütülen anket çalışması ile komisyoncularla birebir görüşme sonucunda elde edilen veriler öncelikle Office Excel programına aktarılmıştır. Verilerin analizinde, istatistikler oranlar ve yüzde hesaplamaları, çizelgeler ve grafikler kullanılmıştır.

Çalışmada incelenmiş olan başlıca karakteristikler aşağıda belirlenmiştir:

1. Komisyoncuların kişisel özellikleri
2. İşletmelerin fiziksel alt yapısı
3. Komisyoncuların Hal Yasa hakkındaki tutum ve görüşleri belirlenmeye çalışılmıştır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölümde, Uşak İli Toptancı Halinde bulunan komisyonculardan yüz yüze görüşme ile elde edilen orijinal bilgiler; (komisyoncuların sosyo-demografik özellikleri, işletmelerinin fiziksel altyapıları, ürünleri pazarlama kanalları, Hal Yasasından haberdar olma ve konu ile ilgili düşünceleri vb.) diğer araştırmalarla karşılaştırılarak incelenmiştir.

4.1. Komisyonculara Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmaya katılan komisyoncuların yaşları, medeni durumları, hane halkı sayıları ve aile bireylerinden kaç kişinin komisyonculuk işi ile uğraştığı ve bu işle uğraşan kaçınıcı kuşak oldukları, eğitim durumları, komisyonculuk tecrübeleri ve komisyonculuk dışında hangi işler ile uğraştıkları incelenmiştir. Komisyoncuların hepsi erkektir. Araştırma bölgesinde bulunan 29 komisyoncunun sosyo-demografik özellikleri incelendiğinde 35-45 yaş aralığında bulunan komisyoncuların, 46-56 yaş aralığında bulunan komisyoncuların yaklaşık yarısı kadar olduğu, Uşak İlinde meslek grubu olan komisyonculuğa verilen önemin azaldığı, komisyoncuların çocuklarının genellikle başka işlerle meşgul olmakla birlikte ek iş olarak dahi komisyonculuğu tercih etmedikleri anlaşılmıştır. Komisyoncuların %13,8' inin 24 ile 34 yaş arasında, %24,1' inin 35 ile 45 yaş arasında, %41,4' ünün 46 ile 56 yaş arasında ve %20,6'sının 57 ile 67 yaş arasında olduğu görülmektedir. Araştırma bölgesinde bulunan veriler ışığında ilgili Toptancı Halinde orta yaşlı komisyoncuların hâkim olduğu görülmektedir (Çizelge 4.1.). Nitekim Coşkun (2014), çalışmasında, Aydın İli ve İlçeleri Toptancı Hallerindeki komisyoncular ile yaptığı araştırmada, komisyoncuların çoğunluğunun 37-46 yaşında olduklarını belirlemiştir. Köşk Belediyesi Toptancı Hali komisyoncularının daha genç olduklarını, İncirliova Belediyesi Toptancı Halindeki komisyoncularında orta yaş üzerinde olduklarını belirtmiştir. Benzer bir çalışmada Kandemir (2012), ankete katılan komisyoncuların, %35'i 24 ile 43 yaş arasında, %38,33'ü 44 ile 58 yaş arasında ve %26,66'sı 59 ile 73 yaş grubunda yer aldıklarını belirlemiştir. Diğer bir araştırmada ise, araştırma bölgesi olan İzmir Toptancı Hallerinde yapmış olduğu çalışmada, üreticilerin %92'si erkek, %2'si ise kadın olduğunu belirlemiştir. Yaş grubu olarak %25,5'i 23 ile 36 yaş grubunda olduğunu, %26,5'i 37 ile 47 arasında, %23,5'i 48 ile 55 arasında, %24,2'sinin ise 56 yaşından büyük olduğunu belirtmektedir. Üreticilerin %52'si 47 yaşında veya daha genç olduğunu saptamıştır (Niyaz 2012).

Çizelge 4.1. Komisyoncuların Yaş Gruplarına Göre Dağılımları

	Yaş Aralığı	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
1. Grup	$(24 \leq x \leq 34)$	4	13,8
2. Grup	$(35 \leq x \leq 45)$	7	24,2
3. Grup	$(46 \leq x \leq 56)$	12	41,4
4. Grup	$(57 \leq x \leq 67)$	6	20,6
Toplam	$24 \leq x \leq 67$	29	100,0

Komisyoncuların medeni durumları incelendiğinde, sadece bir kişinin bekâr olduğu görülmekte, 28 komisyoncunun ise evli olduğu anlaşılmaktadır. 28 komisyoncunun ailesinin kaç kişiden oluştuğu incelendiğinde ise %48,2 komisyoncunun 2 veya 3 kişiden, %44,8 komisyoncunun 4 veya 5 kişiden ve %7 komisyoncunun 6 veya 7 kişiden oluşan bir aileye sahip oldukları görülmektedir (Çizelge 4.2.). Nitekim Can ve Engindeniz (2018), çalışmasında, medeni hal bakımından komisyoncuların %75.78'nin evli, % 24.22'sinin bekâr olduğunu saptamıştır. Pazarcılar arasında en büyük payı % 75.75 ile ailedeki birey sayısı 3 ve 4 olanlar oluşturmuştur. Ailedeki ortalama birey sayısı 4.27 olarak hesaplanmıştır.

Çizelge 4.2. Komisyoncuların Ailelerindeki Birey Sayısı Dağılımları

	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
2-3 kişi	14	48,2
4-5 kişi	13	44,8
6-7 kişi	2	7
Toplam	29	100,0

Komisyoncuların ailelerinden kaç kişinin Halde çalıştığına ilişkin veriler incelendiğinde ise komisyoncuların %34,5'ünde 1 kişi, %10,3'ünde 2 kişi olarak görülmektedir. Komisyoncuların yarısından fazlası genellikle aile dışından işçiler ile çalıştırmaktadırlar. Dönemsel olarak aile bireylerinin desteğine ihtiyaç duyduklarını ve onların resmi olarak çalıştırmadıkları belirtmişlerdir (Çizelge 4.3.).

Nitekim Can ve Engindeniz (2018) yılında yapmış oldukları çalışmada, komisyoncuların 17'sinin ailesinde komisyonculuk yapan kişinin olduğu, 16'sının ise ailesinde komisyonculuk yapanın olmadığını tespit etmiş, ailesinde bu işi benimseyenlerin meslek hayatında da bu işi yapmayı tercih ettikleri belirtilmiştir.

Çizelge 4.3. Komisyoncuların Ailelerinden Halde Çalışan Birey Sayısı (Adet)

Ailede Hal İçinde Çalışan Sayısı	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
1+1 Kişi	10	34,5
1+2 Kişi	3	10,3

Komisyoncuların bu işle uğraşan kaçınıcı kuşağsınız sorusuna verdiği cevaplar neticesinde çoğunluğun 2. kuşak olduğu gözlemlenmektedir. 29 komisyoncunun %51,7'si Hal içinde bu işle uğraşan 2. kuşak olduğunu. %27,5'i ise bu işle uğraşan 1. kuşak olduğunu, kalan %20,6 komisyoncu da 3. kuşak olduğunu belirtmişlerdir. Sonuç olarak bu durum eskiden komisyonculuğun daha çok tercih edilen bir meslek dalı olduğunu ortaya koymaktadır (Çizelge 4.4.).

Çizelge 4.4. Komisyoncuların Kaç Kuşaktır Bu İşi Yaptıklarına İlişkin Bilgiler

	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
1. Kuşak	8	27,5
2. Kuşak	15	51,7
3. Kuşak	6	20,6
Toplam	29	100,0

Komisyoncuların eğitim seviyeleri incelendiğinde 29 komisyoncunun hepsinin okuma yazma bildiği ve belirli bir mezuniyet derecelerine sahip oldukları anlaşılmaktadır. Komisyoncuların %17,2'sinin ilköğretim mezunu, %10,3'ünün ortaokul mezunu, %62'sinin lise mezunu ve %10,3'ünün ise üniversite mezunu olduğu görülmektedir (Çizelge 4.5). Komisyoncuların genellikle ilköğretim ve lise mezunu oldukları tespit edilmiştir. Komisyoncuların geneli pazarlama konusunda herhangi bir eğitim almadıklarını mesleklerini deneyimleyerek öğrendiklerini ifade etmektedirler. Nitekim Kahraman (2012) çalışmasında, araştırma bölgesindeki komisyoncuların %30'u ilköğretimi bitiremediğini belirtmiştir. İlköğretimi bitiren komisyoncuların anket görüşmesi yapılan toplam komisyoncuların %56,67'sini oluşturduğunu tespit edilmiştir. Buna ek olarak ilk 24-43 yaş grubunun % 9,52'si, 44-58 yaş grubunun %39,13'ü ve 59-73 yaş grubunun %43,75'i ilköğretimi bitirmediği görülmektedir. Ayrıca 24-43 yaş grubu üreticilerin %66,66'sı, 44-58 yaş grubuna ait komisyoncuların %52,17'si ve 59-73 yaş grubu komisyoncuların %50'sinin ilköğretim mezunu oldukları görülmektedir. İlköğretim sonrası eğitime devam edenlerin oranı ise 24-43 yaş aralığı için %23,8, 44-58 yaş aralığı için %6,69 ve 59-73 yaş aralığı için %6,25

olarak bulunmuştur. İlköğretim ve sonrası eğitim görenlerin ise %13,33'lük bir paya sahip olduğunu tespit edilmiştir.

Çizelge 4.5. Komisyoncuların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımları

Mezuniyet Durumları	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
İlkokul	5	17,2
Ortaokul	3	10,3
Lise	18	62
Üniversite	3	10,3
Toplam	29	100,0

Tablo 4.6'da araştırma bölgesindeki komisyoncuların, pazarlama konusunda herhangi bir eğitim alıp almadıkları incelenmiş, komisyoncuların %17,2'sinin pazarlama konusunda eğitim dönemleri içerisinde dersler aldıklarını, % 82,8'inin ise pazarlama ile ilgili herhangi bir eğitim almadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 4.6. Komisyoncuların Pazarlama Eğitimi Alma Durumları

Yanıtlar	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Evet	5	17,2
Hayır	24	82,8
Toplam	29	100,0

Komisyoncuların %86,3'ünün 16 ile 30 yıl arasında, %13,7'sinin 5 ile 15 yıl arasında komisyonculuk tecrübesine sahip oldukları görülmektedir. Komisyoncuların büyük çoğunluğunun mesleklerinde oldukça tecrübeli olduklarını söylemek mümkündür (Çizelge 4.7). Nitekim Niyaz (2012), benzer çalışmasında; araştırma bölgesindeki komisyoncuların %4,08'i tarımsal üretim faaliyetlerine yeni başladıklarını belirtmiştir. Komisyoncuların %9,18'inin 6 ve 10 yıl, %15,31'inin 11 ve 15 yıl, %18,37'sinin 16 ve 20 yıl arasında komisyonculuk tecrübesine sahip olduğu görülmüştür. Yine, komisyoncuların %31,63'ü 21 ile 30 yıl arasında, %21,43'ü 31 yıl ve üzeri olmak üzere komisyonculuk deneyimlerinin oldukça iyi olduğunu belirtmiştir.

Çizelge 4.7. Komisyoncuların Deneyim Sürelerine Göre Dağılımları

Gruplar	Yaş Aralığı	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
1. Grup	$5 \leq x \leq 15$	4	13,7
2. Grup	$16 \leq x \leq 30$	25	86,3
Toplam	$5 \leq x \leq 30$	29	100,0

Anket görüşmesi yapılan kişilerin %79,4'ü sadece komisyonculuk işi ile uğraşmaktadır. Komisyoncuların %6,9' u aynı zamanda konfeksiyonculuk, %3,4'ü sanayicilik, %3,4'ü tekstilcilik gibi meslek gruplarıyla ilgiliyken; %3,4' ü mühendislik ve %3,4' ü avukatlık yapmaktadırlar. Araştırma bölgesinde yapılan anket görüşmelerinde, 23 kişinin sadece komisyonculuk yaptığı diğer 6 komisyoncunun ek mesleklerinin komisyonculuk olduğu sonucuna varılmıştır. Farklı meslek gruplarına dâhil olan bu komisyoncular ek gelir sağlamak için komisyonculuğa başladıklarını ifade etmişlerdir (Çizelge 4.8). Niyaz (2012), çalışmasında ise; üreticilerin %67,3'ünün çiftlik dışında herhangi bir gelir kaynağı yok iken, %32,7'sinin çiftlik dışı gelir kaynağı bulunduğunu tespit etmiştir. Çiftlik dışından elde edilen gelirin kaynağının ise genellikle kira geliri, esnafılık, taksicilik, işçilik, nakliyecilik, memurluk gibi meslekler olduğu belirlemiştir.

Çizelge 4.8. Komisyoncuların Farklı Meslek Gruplarına Göre Dağılımları

Meslek Grupları	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Komisyoncu	23	79,4
Konfeksiyoncu	2	6,9
Sanayici	1	3,4
Jeoloji Mühendisi	1	3,4
Avukat	1	3,4
Tekstilci	1	3,4
Toplam	29	100,0

Sonuç olarak araştırma bölgesinde yapılan anket çalışması ışığında, komisyoncuların orta yaş ve üzeri grubun oldukça deneyimli oldukları belirlenmiştir.

4.2. Komisyoncuların İş Yerlerine İlişkin Bilgiler

Araştırmaya katılan toptancıların tamamının dükkân büyüklükleri 100 m² dir. Bazı komisyoncuların bir adet bazı komisyoncuların iki adet dükkânlara sahip oldukları görülmektedir. Hal bölgesinde yapılan çalışmalarla inşası süren 50 dükkân daha kullanıma açılacaktır. Dükkânları dar gelen komisyoncular ve depolama sıkıntıları yaşayan komisyoncular bu gelişmeden oldukça memnun olduklarını dile getirmektedirler. Yeni hizmete geçecek dükkânların büyüklüklerinin de aynı olduğu görülmüştür. Alanlarının fiziksel yetersizliklerinden kaynaklanan sorunların en aza indirilmesi için daha fazla çalışma yapılması gerektiğini belirten Hal komisyoncuları ve çalışanları yeni dükkânların mevcut Toptancı Halinin fiziksel özelliklerinden kaynaklanan bazı yetersizliklerini en aza indirme konusunda etkili olacağını belirtmişlerdir.

Uşak İli araştırma bölgesinde komisyoncularla yapılan anket görüşmeleri sonucunda, Uşak Toptancı Halinde bazı komisyoncuların iki dükkân işlettikleri anlaşılmaktadır. Araştırmaya katılanların %89,7' si Toptancı Hali içerisinde bir adet iş yerine sahip olduklarını belirtmektedirler. Diğerleri ise (%10,3' ü) Hal içinde iki dükkânları olduğunu belirtmişlerdir (Çizelge 4.9). Nitekim Coşkun (2014), Aydın ili Toptancı Hallerinde yaptığı araştırmada 86 komisyoncunun 118 dükkana sahip olduğunu görmüş, komisyoncuların %66,3'ü 1 iş yerine sahipken, %31,4'ü 2 iş yerine, %1,2'si 3, %1,2'si de 4 iş yerine sahip olduğunu belirtmiştir. Birden fazla dükkâna sahip olma nedenlerinin ise; dükkânların çok küçük ve dar olması, Toptancı Haldeki rekabeti azaltma, ticari bir unvana sahip olup Toptancı Haldeki dükkânı dışarıdan işletme ve ortaklıklar olduğu belirtilmiştir.

Çizelge 4.9. Komisyoncuların Hal İçinde Mevcut İş Yeri Sayıları

İşyeri Sayıları	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
1	26	89,7
2	3	10,3
Toplam	29	100,0

Komisyonculara iş yerlerini kimin adına işlettikleri sorulduğunda ise 29 komisyoncunun %65,6' sı kendi hesabına işletmekte olduklarını belirtmişlerdir. %27,5' i ise komisyoncu üzerine işletmektedirler. Diğer ise (%6,9'u) iş yerlerini ortaklık üzerine işlettiklerini belirtmişlerdir (Çizelge 4.10). Nitekim Coşkun (2012) çalışmasında, Toptancı Hal komisyoncularının %30,2'sinin iş yerlerini kendi adına

işletmekte olduğunu, diğerlerinin ise iş yerlerini komisyonculuk üzerine işletmekte olduğunu tespit etmiştir. %65,1 komisyoncunun ise iş yerlerini ortaklık üzerine işletmekte olduğunu belirtmiştir.

Çizelge 4.10. Komisyoncuların İşyerlerinin Kime Ait Olduğuna İlişkin Bilgiler

İşyerleri Sahipleri	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Kendi hesabına	19	65,6
Komisyoncu adına	8	27,5
Ortaklık üzerine	2	6,9
Toplam	29	100,0

Yaş meyve-sebze pazarlamasında, genel olarak ürünler çabuk bozulabilir nitelikte olduğundan pazarlama sürecinde bir soğuk zincir gereksinimi doğmaktadır. Ürünlerin toplanması ve ambalajlanması, taşınması ve depolanması, tüketiciye gidene kadar işleyen sürenin ürünün değerini koruması açısından oldukça önemlidir. Nitekim çeşitli kaynaklarda Türkiye’de yaş meyve ve sebzede üretimi ya da pazarlamasında %20-25 civarlarında ürün kayıpları yaşandığı belirtilmektedir (Anonim, 2006). Dünyada domatesin %8,5’i, Türkiye’de ise domatesin %15’i zayi edilmektedir (Keskin ve Dölekoğlu, 2004). Türkiye’de kayıpların hasatta %4–12, pazara hazırlık aşamasında %5–15, Hallere taşınırken %2–8, depolamada %3–10, tüketim aşamasında %1–5 düzeyinde olduğunu gösteren araştırma sonuçları bulunmaktadır (Alpakın, 2006).

Araştırma bölgesinde yapılan incelemeler sonucunda Uşak İli Toptancı Halinde komisyoncuların soğuk hava deposuna sahip olmadıkları görülmüştür. Komisyoncular ürün zayırlarının büyük bir kısmının bu sebeple oluştuğu dile getirmişlerdir. Aynı zamanda komisyoncuların %10,4’ü şahsi depo sahibi iken, %89,6’sı şahsi depo sahibi değildir (Çizelge 4.11). İlgili Toptancı Halinde yapılan birebir görüşmeler sonucunda komisyoncuların depolama sistemlerinin yetersiz olduğu ve soğuk hava depolarının bulunmadığı tespit edilmiştir. Oysaki soğuk depoların tüm Toptancı Hallerinde bulunması gerekmektedir. Zira gününde satılmayan bazı meyve türleri doğal koşullarda bekletildiğinde değer kaybına uğramaktadır. Bu da hem üreticinin hem de komisyoncunun daha az gelir elde etmesi demektir. Coşkun (2012), komisyoncularının %27,9’unun depolara sahip olduğunu, %72,1’ini ise depolara sahip olmadıklarını tespit etmiştir. Araştırma bölgesine dâhil olan komisyoncuların bir kısmı soğuk hava depolarına sahipken büyük çoğunluğun soğuk hava depolarının bulunmadığını belirtmiştir. Taze sebze

ve meyvelerin hassas yapılarda ve hemen bozulabilecek niteliklerde olmasından dolayı nakliye ve depolama sistemleri oldukça önemlidir. Toptancı Hallerinde soğuk hava depolarının bulunmaması durumu büyük ürün kayıpları yaratmakta bu durumda ürünlerin bir kısmının tüketiciye ulaşmasını engellemektedir. Dolayısıyla tüm bu şartlarda ürünlerin tüketicilerle buluşmasına kadar devreye giren komisyon oranları fiyatların yükselmesine neden olmaktadır (Polat, 2010).

Çizelge 4.11. Komisyoncuların Depolarına İlişkin Bilgiler

Depo Türleri	Yanıtlar	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Kendine ait depo	Var	3	10,4
	Yok	26	89,6
Normal depo (Açık veya kapalı)	Var	3	10,4
	Yok	26	89,6

Sebze ve meyve ticaretine ilişkin kamusal politikaların oluşturulabilmesi ve sektörün bu alanda öngörülerde bulunarak gelişebilmesi, ancak sektöre yönelik sağlıklı verilerin sürekli olarak izlenebilmesi ile mümkündür. Bu nedenle; yaş meyve ve sebze pazarlaması ve Toptancı Halinde ve dışında işlem gören malların izlenebilirliğinin sağlanması amacıyla yapılan düzenlemeler genişletilmeli bu bağlamda Toptancı Hallerinde bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı yaygınlaştırılmalı ulaşılabilirliği kolay daha verimli kayıt ortamları oluşturulmalıdır.

Uşak İli Toptancı Halinde ankete katılan komisyoncuların, %82,7'sinin bilgisayarı bulunmaktadır. Geriye kalan %17,3'lük kısmın bilgisayarları bulunmamaktadır. Hal kayıt sistemine ilişkin işlemleri nasıl yaptıkları sorulduğunda ise cep telefonları ile işlem yaptıklarını belirtmişlerdir (Çizelge 4.12). Nitekim Coşkun (2012), Aydın bölgesinde yürüttüğü çalışmada, araştırmaya katılanların çoğunluğunun 1 bilgisayara sahip olduğunu, kalan komisyoncuların ise bilgisayar sahibi olmadığını belirtmiştir. Atça, Umurlu, Sultanhisar, Köşk, Nazilli, Merkez ve Kuşadası Belediyesi Toptancı Hallerindeki komisyonculara ait iş yerlerinde ise bilgisayar sisteminin mevcut olduğunu söylemektedir. Benzer bir çalışma yürütmüş olan Niyaz (2012), çalışmada; araştırma bölgesindeki komisyoncuların %42,9'u bilgisayar kullandığını, %57,1'inin ise kullanmadığını belirtmiştir. İnternet kullanıcılarının oranını %38,8, kullanmayanların oranını %61,2 olarak bulmuştur.

Çizelge 4.12. Komisyoncuların Bilgisayarlar Sahibi Olmasına İlişkin Bilgiler

Bilgisayar	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Var	24	82,7
Yok	5	17,3
Toplam	29	100,0

Araştırma bölgesinde araştırmaya katılan komisyoncuların %13,8'inin forklifte sahip olduğu, %86,2'sinin ise forkliftinin bulunmadığı tespit edilmiştir (Çizelge 4.13). Benzer çalışmada, Coşkun (2012), Aydın bölgesinde, araştırmaya katılanların sadece 3 ünün 1 adet forklifte sahip olduğunu, geriye kalan ise forklift sahibi olmadığını tespit etmiştir.

Çizelge 4.13. Komisyoncuların Forklift Sahibi Olmasına İlişkin Bilgiler

Forklift	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Var	4	13,8
Yok	25	86,2
Toplam	29	100,0

Araştırmaya katılan komisyoncuların %75,9' unun rampaya sahip olduğu, diğer komisyoncuların (%24,1) rampalarının bulunmadığı tespit edilmiştir. (Çizelge 4.14). Coşkun (2012), Aydın ve ilçeleri Toptancı Hallerinde yapmış olduğu araştırmada, yaklaşık olarak her 10 katılımcıdan 1'inin rampa sahibi olduğunu belirtmiştir.

Çizelge 4.14. Komisyoncuların Rampa Sahibi Olmasına İlişkin Bilgiler

Yükleme-Boşaltma (Rampa)	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Var	7	24,1
Yok	22	75,9
Toplam	29	100,0

Uşak İli Toptancı Hal komisyoncuların %89,7'sinde sadece 1 adet tartı mevcuttur. 3 komisyoncu tartılarının arızalanmaları sebebiyle şuan olmadığını, diğer komisyoncularda ek tartı kullanımına ihtiyaç duymadıklarını belirtmişlerdir (Çizelge 4.15). Coşkun (2012), çalışmasında, komisyoncuların yarısına yakınının (%48,8) 2 adet tartıya sahip olduğunu görmüştür.

Çizelge 4.15. Komisyoncuların Tartı/Kantar Sahibi Olmasına İlişkin Bilgiler

Tartı	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Var	26	89,7
Yok	3	10,3
Toplam	29	100,0

Komisyoncuların işçi sayıları incelendiğinde ise, toplam işçi sayıları ve mevsimsel çalışan işçi sayıları olarak gruplandırma yapılmıştır.

Komisyoncuların işletmelerinde bir işçi çalıştırdıklarını belirtirken, %31'i işletmelerinde 2 kişinin çalıştığını, diğerleri ise, (%10,4'ü) 3 işçi çalıştırdıklarını belirtmişlerdir.

Tek işçi çalıştıran komisyoncular, dönemsel olarak sadece bir işçi bulundurmanın yetersiz kaldığını ancak ekonomik şartlar nedeniyle daha fazla işçi çalıştıramadıklarını belirtmişlerdir. Komisyoncular özellikle yaz dönemlerinde pazarlama etkinliklerinin çok fazla olduğu bu nedenle daha fazla işçi çalıştırdıklarını kış dönemlerinde piyasaların daha durgun olması sebebi ile işçilere pek fazla ihtiyaç duymadıklarını dile getirmişlerdir. Yaz mevsiminde ürün giriş çıkışlarının daha fazla olduğu ve dolayısıyla daha fazla iş gücüne ihtiyaç duyan komisyoncuların %34,5'i tek işçi, %55,1'i 2 işçi, %10,4'ü 3 işçi çalıştırmaktadır. Kış mevsimlerinde ise genelde tek başlarına işleriyle ilgilen komisyoncular yaz mevsiminde aldıkları kalifiye elemanları işten çıkarmaktalar (Çizelge 4.16). Nitekim Coşkun (2012) çalışmasında, Aydın Toptancı Hallerinde 86 komisyoncu ile görüşmüş, komisyoncuların büyük çoğunluğunun 2 işçi çalıştırmakta olduğunu belirtmiştir. Aynı zamanda komisyoncuların yaz döneminde kış dönemine göre daha fazla işçi çalıştırdıklarını tespit etmiştir.

Çizelge 4.16. Komisyoncuların İşçi Sayılarına İlişkin Bilgileri

	İşçi Sayıları	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Toplam işçi sayısı	1 işçi	17	58,6
	2 işçi	9	31,0
	3 işçi	3	10,4
Yazın çalışan işçi sayısı	1 işçi	10	34,5
	2 işçi	16	55,1
	3 işçi	3	10,4
Kışın çalışan işçi sayısı	1 işçi	21	72,4
	2 işçi	7	24,1
	3 işçi	1	3,5

4.3. Komisyoncuların Pazarlama Faaliyetlerine İlişkin Bilgiler

Uşak İli Toptancı Halinde pazarlanan ürünler ve üretim yerleri incelendiğinde, Uşak bölgesinin gerek iklim yapısı gerekse seracılığın çok gelişmiş olmaması sebebiyle bölge için yeterli meyve ve sebze üretimi yapılamamaktadır. Bu sebeple komisyoncular il dışından meyve sebze alımına ihtiyaç duymaktadırlar. Üretim yapan komisyoncular ve üreticiler genelde kendine yeterli üretimler yapmakta veya ürünlerini Uşak İl ve İlçelerinde bulunan yerel pazarlar içerisinde tüketiciye sunmaktadırlar. Anket görüşmeleri sonucunda komisyonculardan alınan bilgiler eşliğinde meyve ve sebze temin yerlerinin genel olarak çevre illerden oluştuğu görülmektedir. Komisyoncuların meyve temin ettiği yerler çoğunlukla Antalya, Muğla ve Aydın illeridir (Çizelge 4.17). Uşak Toptancı Hali komisyoncuları tercih ettikleri çeşitlere göre üretimin yoğun olduğu bölgelerden meyveler temin etmektedirler. Nitekim Coşkun (2012) yılında Aydın İl ve ilçeleri Toptancı Hallerinde yapmış olduğu çalışmada, komisyoncuların muz, patates ve soğan ürünlerini genellikle Aydın dışından aldıkları belirtmiştir. Patatesi İzmir, Afyon ve Niğde'den, soğanı ise Ankara, Eskişehir, Adana ve Hatay'dan temin ettiklerini belirtmiştir.

Çizelge 4.17. Komisyoncuların Bazı Meyveleri Temin Yerleri

Ürün	Temin yerleri
Portakal	Antalya, İzmir
Mandalina	Aydın, Hatay
Kavun	Antalya, Muğla, Aydın, İzmir
Karpuz	Aydın, Adana
Muz	Antalya
Çilek	Aydın
Şeftali	Bursa
Kayısı	Aydın, Isparta
Elma	Antalya, Denizli, Isparta, İzmir, Konya
Limon	Mersin, Muğla, Nevşehir

Araştırma bölgesinde komisyoncuların sebze temin yerleri araştırıldığında ise; Muğla, Aydın, Antalya ve İzmir çevre illeri olduğu görülmüştür (Çizelge 4.18). Komisyoncuların sebzeyi de temin ettikleri yerlerden üretimin en çok o bölgede olması etkili olduğu görülmektedir. Komisyoncular ürün teminlerinde, ürünlerin uygun fiyatta ve kalitede olmasına çok fazla önem vermedikleri görülmektedir. Komisyoncuların yaş meyve ve sebze ürün temin yerleri incelendiğinde, hiçbir komisyoncunun Uşak Bölgesinden temin ettiği ürünleri Toptancı Halinde

pazarlamadığı, tüm komisyoncuların il dışından aldıkları ürünleri Toptancı Halinde pazarladığı görülmektedir.

Çizelge 4.18. Komisyoncuların Bazı Sebzeleri Temin Yerleri

Ürün	Temin yerleri
Domates	Muğla, Antalya
Biber	İzmir, Muğla
Patlıcan	Muğla Antalya
Salatalık	Antalya
Patates	Afyon, İzmir
Soğan	Adana, Ankara, Eskişehir
Karnabahar	Muğla
Fasulye	Antalya, İzmir, Muğla
Bezelye	Adana, İzmir

Komisyoncular ürünleri temin ederken çeşitli kriterlere önem vermektedirler. Komisyoncuların yaş meyve sebze alırken dikkat ettikleri kriterlerin başında üretim bölgesinden ürünlerin temin edilmesi ve avantajları gelmektedir. Bunu ulaşım kolaylığı ve ürünün istenilen zamanda gelmesi gibi seçenekler izlemektedir. Komisyoncuların bir kısmının da ürünlerin kaliteli olması ve ürünlerin ucuz olması gibi kriterlere çok fazla önem vermedikleri görülmektedir (Çizelge 4.19). Komisyoncuların %68,9'u ürün alırken ilgili ürünün en çok o bölgede üretiminin yapılmasına önem verdiklerini belirtmişlerdir. Komisyoncuların %17,3'ü ise ürünlerin ulaşılabilirliği ve istedikleri zamanda ürünlerin Hale ulaştırmasının önemli olduğunu söylemektedirler. % 10,3'ü ürünün istenilen kalitede olmasını ilk seçenekleri olarak işaretlemişlerdir. Kalan komisyoncuların (%3,4) ise ürünlerin ucuz olması seçeneğinin ilk tercihleri olduğu görülmüştür. Nitekim Coşkun (2012), çalışmasında, komisyoncuların taze sebze ve meyve alırken dikkat ettikleri kriterlerin başında ürünlerin üretim bölgesinden temininin önemli olduğunu belirlemiştir. Ürünlerin ucuz olması ise ikinci öncelik olarak tespit etmiştir

Çizelge 4.19. Komisyoncuların Yaş Meyve ve Sebze Teminindeki Kriterleri

	1. kriter olarak tercih eden komisyoncu (Adet)	Oran (%)	2. kriter olarak tercih eden komisyoncu tercih (Adet)	Oran (%)	3. kriter olarak tercih eden komisyoncu sırada tercih (Adet)	Oran (%)	4. kriter olarak tercih eden komisyoncu sırada tercih (Adet)	Oran (%)
Üretimin en çok o bölgede olması	20	68,9	2	6,9	5	17,3	2	6,9
Ürünün daha uygun fiyata temin edilmesi	1	3,4	21	72,4	5	17,3	1	3,4
Ürüne istenilen zamanda ulaşılması	5	17,3	4	13,8	16	55,1	3	10,3
Ürünün kaliteli olması	3	10,3	2	6,9	3	10,3	23	79,4

Araştırmaya katılan komisyonculara ürün temininde karşılaştıkları problemler sorulduğunda ise; komisyoncuların %27,5'i ürünlerin istedikleri zamanda ellerine ulaşmadığından yakınmaktadır. Aynı zamanda benzer görüşte olan diğer komisyoncuların %10,3'ü gelen ürünlerin istedikleri tazelikte ve kalitede olmadığını belirtmişlerdir. Kalan komisyoncuların bir kısmı ise Uşak Toptancı Haline giriş çıkış yapan toplam araç sayısı ve getirilen yaş meyve ve sebze tonajları ile ilgili sıkıntıları olduklarını dile getirmişlerdir. Komisyoncuların %17,3'ü ürünlerin ambalaj tonajlarının düşük olduğunu ifade etmişlerdir. Komisyoncuların %38 'i nakliye ve ulaşım masraflarının çok olduğunu dile getirmiş bu konuyla alakalı devletten destek beklediklerini, komisyoncuların %6,9'u ürün temin ederken herhangi bir sorun yaşamadıklarını ifade etmişlerdir (Çizelge 4.20). Nitekim Coşkun (2012), çalışmasında Aydın İli Toptancı Hallerinde faaliyet gösteren komisyoncuların çoğunun ürün temininde herhangi bir sorun yaşamadıklarını tespit etmiş, komisyoncuların %15,1'i ürünlerin istenilen zaman ve kalitede gelmediğini, %11,6'sı çiftçilerin bilinçsiz olduğunu, %7'si kalitenin düşük olduğunu, %2,3'ü nakliye sıkıntılarını ve %1,2'si de araba tonajlarının çok az olduğunu sorun olarak belirttiklerini vurgulamıştır.

Çizelge 4.20. Komisyoncuların Ürün Temininde Karşılaştığı Sorunlar

Sorunlar	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Nakliye pahalı	11	38
Araba tonajları çok az	5	17,3
Kalite düşük	3	10,3
İstenilen zamanda gelmiyor	8	27,5
Yok	2	6,9
Toplam	29	100,0

Komisyonculara ürün taşımada hijyen kurallarına uyuluyor mu diye sorulduğunda ise, 3 komisyoncu, işletmelerde ve genel kullanım alanlarında hijyen kurallarına uyulduğunu belirtmektedirler. 26 komisyoncu hijyen kurallarına uyulmadığını ve bu konudaki rahatsızlıklarını dile getirmişlerdir (Çizelge 4.21). Komisyoncular Uşak Belediyesi tarafından Hal bitişğine kurulan hayvan pazarı ve kesimhaneden Hal hijyen şartlarını kötü etkilediği gerekçesi ile büyük sıkıntılar yaşadıklarını belirtmektedirler. Belediye ve İl Zabıta Müdürlüğü ile bu sıkıntılarını defalarca paylaştıklarını ve İl Müdürlüğüne birçok kez şikâyetle bulunmalarına rağmen bu konuda herhangi bir gelişme olmadığını ifade etmektedirler. Uşak İli Toptancı Hali

komisyoncuları bu sorunlarının bir an önce çözüme kavuşturulmasını istediklerini ifade etmişlerdir. Tüketici sağlığı açısından bu konuya öncelik verilmesini ve bir an önce çözüme kavuşturulmasını beklemektedirler. Toptancı Hallerinde önemle üzerinde durulması gereken noktalardan birisinin de tüketicilere sunulacak ürünlerin hijyen kuralları açısından uygunluğudur (Canik ve Alparslan 2010). Konuya benzer yapılan diğer bir araştırmada da Toptancı Hallerinde yapılan pazarlamanın tüketiciler açısından sağlık ve hijyen koşullarına uygun bir biçimde yapılması gerektiği üzerinde durmuş hijyene gereken önemin verilmesini vurgulanmıştır (Kadanalı ve Dağdemir, 2013).

Çizelge 4.21. Toptancı Halinde Hijyen Kurallarına Uyulmasına İlişkin Bilgiler

Soru	Yanıtlar	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Hijyen kurallarına uyuluyor mu?	Evet	3	10,3
	Hayır	26	89,7
Toplam	29	29	100,0

İlgili Toptancı Halinde yapılan anket ile komisyoncuların haberleşme durumlarını incelendiğimizde ise %93,1'i telefon kullanmakta, %6,9'u ise kullanmamaktadırlar. % 34,4'ünde faks bulunmakta, % 65,5'inde bulunmamaktadır. Günümüzde internet aracılığıyla haberleşmenin önemi büyüktür. Komisyoncuların internet kullanımlarıyla ilgili de bir inceleme yapılmıştır. Komisyoncuların %89,7'si internet kullanmakta, %10,3'ü ise işçiler tarafından yönlendirildikleri internet kullanmayı bilmediklerini belirtmişlerdir. İnternet kullanmayan komisyoncuların orta yaş ve üzeri bireylerden oluştuğu görülmektedir (Çizelge 4.22). Nitekim Coşkun (2012)' de yapmış olduğu araştırmada, komisyoncuların %27,9'unun internet aracılığı ile iletişim sağlamakta olduğunu, ayrıca %98,8'inin telefon kullanmakta ve %18,6'sı faks kullanarak iletişim sağladıklarını ifade etmiştir.

Çizelge 4.22. Komisyoncuların Haberleşme Durumları

Haberleşme Araçları	Yanıtlar	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
İnternet	Var	26	89,7
	Yok	3	10,3
Telefon	Var	27	93,1
	Yok	2	6,9
Faks	Var	10	34,5
	Yok	19	65,5

Komisyonculara ürünlerine nereye pazarladıkları hakkında sorular yöneltildiğinde ise komisyoncuların büyük çoğunluğu yerel pazarlara ürünlerini göndermekte olduklarını belirtmişlerdir. 29 komisyoncunun % 93'i yerel pazarlara, %86'si manavlara, %62'si marketlere, %65'i tüccarlara, %31'i süper marketlere ürünlerini pazarlamaktadırlar. Aynı zamanda belirli bir kısım komisyoncu otellere, restoranlara, yemekhanelere ve bazı okul ve hastanelere ürün pazarladıklarını belirtmektedirler. Askeri taburlar ve sosyal hizmet kurum ve kuruluşları da satış yaptıkları diğer yerlerdir. En az satış yaptıkları noktalar ise (%20'si) sosyal hizmet kurum ve kuruluşları olarak tespit edilmiştir (Çizelge 4.23)

Çizelge 4.23. Komisyoncuların Pazarlama Yerlerine İlişkin Bilgiler

Pazarlama Yerleri	Yanıtlar	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Yerel pazarlar	Var	27	93,1
	Yok	2	6,9
Manavlar	Var	25	86,2
	Yok	4	13,8
Marketler	Var	18	62
	Yok	11	38
Tüccarlar	Var	19	65,5
	Yok	10	34,5
Süper marketler	Var	9	31,1
	Yok	20	68,9
Oteller-Restoranlar-Yemekhaneler	Var	7	24,2
	Yok	22	75,8
Okullar-Hastaneler-Askeri taburlar	Var	9	32,1
	Yok	20	68,9
Sosyal Hizmet Kurum ve Kuruluşları	Var	6	20,7
	Yok	23	79,3

Uşak Toptancı Hali komisyoncularıyla yapılan görüşmede Toptancı Hali dışında yapılan satışların nedenleri araştırıldığında ise, dükkânların sadece bazı mevsimsel dönemlerde faaliyet halinde olduklarını ve bu sebeple komisyoncuların daha fazla ürün pazarlamak amacıyla ürünlerin büyük bir kısmını il ve ilçe pazarlarına satış yapmakta oldukları belirlenmiştir. Satılan ürünlerin fiyatlarını belirleyen en önemli unsurun rekabet olduğu ve Toptancı Halleri dışındaki kaçak satışların genellikle pazarlamayı olumsuz etkilediği tespit edilmiştir. Toptancı Hali dışında satış yapılmadığını belirten komisyoncular denetimsizlikten kaynaklanan bu açıklığı kendi çıkarları için kullanmaktadır. Toptancı Hali dışında çok fazla satış olduğunu belirten komisyoncular bunun en önemli nedeninin pazarcıların kendilerine rakip

olmalarından dolayı olduğunu ileri sürmüşlerdir. Komisyoncuların %44,8'i pazarcıların rakip olması, %24,1'i bu durumun pazarlamayı olumsuz etkilediğini, %13,8' i Toptancı Hali dışında pek fazla satış yapılmadığını, %6,9'u Toptancı Hali dışında çok fazla satış yapıldığını, %10,3'ü ise bu satışların tamamen denetimsizlikten kaynaklandığını belirtmişlerdir (Çizelge 4.24). Nitekim Coşkun (2012), Aydın bölgesinde yapmış olduğu benzer çalışmada, komisyoncuların yarısından fazlası denetimsizlikten kaynaklanan satışların gayri resmi satışlara neden olduğunu belirtmişlerdir. Coşkun, araştırma bölgesinde yaptığı görüşmelerle serbest rekabetin ortadan kaldırılması ve engellenmesi için gereken çalışmaların yapılması gerekliliğini vurgulamıştır.

Çizelge 4.24. Komisyoncuların Hal Dışı Satışları Hakkında Düşünceleri

Görüşler	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Pazarcıların rakip olmaları	13	44,9
Pazarlamayı olumsuz etkiliyor	7	24,1
Toptancı Hali dışında çok fazla satış yapılmıyor	4	13,8
Toptancı Hali dışında çok fazla satış yapılıyor	2	6,9
Denetimsizlikten kaynaklanıyor	3	10,3
Toplam	29	100,0

Komisyonculara yaşanan sıkıntıların takibi ve çözümü açısından hangi kurum ve kuruluşlardan beklentileri sorulduğunda ise komisyoncuların çoğunluğu Tarım ve Ormanlık Bakanlığı ile Uşak Belediyesinden sorunlarının çözüme kavuşturulmasını istediklerini belirtmişlerdir. Komisyoncuların %34,5'i Uşak İli Belediyesinden, % 31' i Uşak İl Tarım Müdürlüğünden, %24,1' i Tarım ve Orman Bakanlığından, %3,4' ü Uşak Zabıta Müdürlüğünden sıkıntılarının takibi ve çözümü ile ilgili gelişmeler beklemektedirler. Komisyoncuların (%6,9'luk) bir kısmı ise bu soruya cevap vermemeyi tercih etmişlerdir (Çizelge 4.25).

Çizelge 4.25. Komisyoncuların Kurum ve Kuruluşlardan Beklentileri

Kurum ve Kuruluşlar	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Tarım ve Orman Bakanlığı	7	24,2
Uşak İl Tarım Müdürlüğü	9	31
Uşak Belediyesi	10	34,5
Uşak Zabıta Müdürlüğü	1	3,4
Yok	2	6,9
Toplam	29	100,0

4.4. Komisyoncuların Hal Değişikliği Yasası (5957 Sayılı Kanun) İle İlgili Görüşleri

“Komisyonculara sorulan 5957 Sayılı Hal Yasası hakkında bilginiz var mı?” sorusuna alınan cevaplara göre komisyoncuların %31’i Hal Yasasından haberdardır. %68,9’u ise Hal Yasasından haberdar değildir (Çizelge 4.26). Bu kişilere sorulan “Size göre Hal Yasası sebze ve meyve pazarlamasını nasıl etkiledi” sorusuna alınan cevaplar bu komisyoncuların Hal Yasası içeriği ile ilgili net bilgilere sahip olmadıkları sonucuna varılmıştır. Sayılı ve Civelek (2012), Tokat İli ve İlçelerindeki Toptancı Hal komisyoncuları ile yapmış oldukları benzer bir çalışmada ise araştırma yapılan hallere göre 5957 Sayılı Hal Yasası ile ilgili görüşlerinin değişmekte olduğunu, yasadan haberi olan komisyoncuların yarısının ilgili yasa içeriğiyle ilgili farklı düşünceleri olduğu belirtmiş ve Türkiye’de yaş sebze ve meyve ticaretinde Toptancı Halleri ve karşılaşılan sorunlar için bazı çözüm önerilerinde bulunmuştur. Komisyoncuların %41,9’unun yasa ile ilgili düşüncelerinin olumlu, %41,9’unun olumsuz ve %16,3’ünün ise belirsiz olduğunu belirtmiştir. Aynı çalışmada, Toptancı Hal komisyoncularının Toptancı Hallerine ilişkin yasa düzenlemesi hakkındaki düşüncelerinin çelişkili olduğu tespit etmiştir (Kahraman, 2012).

Çizelge 4.26. Komisyoncuların 5957 Sayılı Kanundan Haberdarlıkları

Hal Kanunu hakkında bilginiz var mı?	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Evet	9	31,1
Hayır	20	68,9
TOPLAM	29	100,0

Uşak Toptancı Halinde yapılan bu araştırmada, komisyoncuların, 5957 sayılı kanun ile birlikte çıkarılan Hal Yasasının sebze ve meyve pazarlamasını nasıl etkilediğine ilişkin görüşleri incelendiğinde ise; komisyoncuların %75,8'i eski düzenlemelerden hiçbir farkı olmadığını benzer sorunların devam ettiğini ifade etmişlerdir. Komisyoncuların % 10,3'ü, Hal Yasasının günümüz şartlarında yetersiz kaldığını daha kapsamlı bir yasa çıkarılmasını istediklerini ifade etmişlerdir. Komisyoncuların sadece %6,9'u Hal Yasa' sının gelişme vadettiğini söylemektedirler. Korsan satışların önüne geçmediğini kayıt dışılığın devam ettiğini belirten komisyoncuların oranı ise %3,5'dir. Tamamen başarılı olmadığını kısmen faydalarının olduğunu düşünen komisyoncularda %3,5'dir (Çizelge 4.27).

Çizelge 4.27. Komisyoncuların 5957 Sayılı Hal Yasası Hakkındaki Görüşleri

Size göre Hal Yasası sebze ve meyve pazarlamasını nasıl etkiledi?	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Eski düzenden hiçbir farkı yok	22	75,8
Tamamen başarılı olmadı	1	3,5
Hal yasası günümüz şartlarına yetersiz	3	10,3
Korsan satışları engellemedi-Kayıt dışılığın önüne geçemedi	1	3,5
Gelişme vadetti	2	6,9
Toplam	29	100,0

Araştırma neticesinde Toptancı Hal komisyoncuların çoğunluğunun yasanın içeriği ve getirileri hakkında hiçbir fikir beyan etmedikleri tespit edilmiştir. Aynı zamanda komisyoncuların çoğu Hal kayıt sistemini kullanmakta zorluk çektiklerini bu konuda bakanlık tarafından bilgilendirilmek istediklerini belirtmektedirler. Komisyoncuların Hal kayıt sistemine ilişki düşüncelerini belirlemek amacıyla yapılan araştırmada komisyoncular Hal kayıt sisteminin verimli ve kaliteli çalışıp çalışmadığı sorulduğunda ise; komisyoncuların %65,5'i hal kayıt sisteminin iyi çalışmadığını sistemle ilgili sıkıntılar yaşadıkları görülmüştür. %34,5'i Hal kayıt sistemi ve işleyişi ile ilgili bugüne kadar herhangi bir sorun yaşamadıklarını belirtmişlerdir (Çizelge 4.28).

Çizelge 4.28. Komisyoncuların Hal Kayıt Sistemi Hakkındaki Düşünceleri

Hal kayıt sisteminin verimli ve kaliteli çalıştığını düşünüyor musunuz?	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Evet	10	34,5
Hayır	19	65,5
Toplam	29	100,0

Hal dışı satışlarının genellikle denetimsizlikten kaynaklandığını düşünen araştırma bölgesi komisyoncuları eski dönemlerde de Hal dışı satışlarının yoğun olarak yapıldığını belirtmektedirler. Bu durumu yaratan en önemli sebeplerin ise Hal kayıt sistemine yönelik giderilemeyen eksiklikler ve vergilendirme şartlarının yetersiz kalması olarak belirtmişlerdir. Hal kayıt sistemindeki aksaklıkların Hallerde ticareti yapılan taze sebze ve meyvelerin sisteme sağlıklı bir şekilde işlenmediği ve buna benzer bazı kurnazlıkların kayıt dışı ticareti arttırdığı, birçok üreticinin de bu kapsamda ürünlerini Toptancı Hallerine getirmeden satış yapma yoluna gittikleri tespit edilmiştir.

Kayıt dışı bir ekonomik faaliyet olan Hal dışı alım satım işlemlerini engelleyebilmek için vergilendirme sisteminin tam anlamıyla oluşturulması gerekliliğini vurgulamışlardır.

Ülke ekonomisine verdiği zararlar nedeni ile Hal dışı alım satım işlemlerinin minimuma indirilmesi hatta yok edilmesi ancak ve ancak denetimlerin daha dikkatli şekillerde ve sıklıkla yapılması ile çözülebilir. Aynı zamanda Hal kayıt sistemi işleyişinin tekrar düzenlenmesinin ve vergi sistemi ile ilgili hükümlerin arttırılmasının da önemli olabileceği söylenebilir.

Komisyoncuların ürün kayıplarını önlemek için yapılmasını istedikleri düzenlemeler sorulduğunda ise komisyoncuların tamamına yakını Uşak İli Toptancı Halinde soğuk hava deposunun bulunmamasından yakınmaktadırlar. Komisyoncuların %82,8'i soğuk hava deposu ihtiyaçlarını belirtmişlerdir (Çizelge 4.29).

Bununla birlikte araştırma bölgesindeki komisyoncular ürün kayıplarının önlenmesi için nakliye ve güvenlik sistemleri ile ilgili beklentilerini belirtmişlerdir.

Yaş meyve-sebze pazarlamasında, genel olarak ürünler çabuk bozulabilir niteliktedir. Bu sebepten dolayı pazarlama sürecinde bir soğuk zincire gereksinim

duyulmaktadır. Ürünlerin toplanmasından ambalajlanmasına, taşınmasından, depolanmasına ve tüketicilere ulaşana kadar geçen süreç ürünün değeri açısından çok önemlidir.

Soğuk hava deposu bulunmayan Toptancı Halleri sebebiyle ürünlerin %25'i tüketime sunulamamaktadır. Ürünün tüketiciye ulaşmasına kadar devreye giren komisyonlar ise fiyatları yükseltmektedir (Polat, 2010). Soğuk hava depoları, yaş meyve ve sebzelerin üretim ve pazarlama aşamalarında, kalitenin korunması ve geliştirilmesi güvenli gıda ve dolayısıyla tüketici açısından önemli bir konudur.

Çizelge 4.29. Komisyoncuların Ürün Kayıplarını Önlemek İçin Beklentileri

Beklentiler	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Soğuk hava deposu	24	82,8
Güvenlik kamerası	2	6,9
Nakliye sistemlerinin iyi kalitede olması	2	6,9
Yok	1	3,4
Toplam	29	100,0

Türkiye yaş sebze ve meyve pazarlama sektörü için etkin bir sistemin ve oluşturulamamış olması, olağan sistem içindeki aracılardan sektörü kontrol etmesine sebebiyet vermektedir. Bu durum hem ürün kayıplarının çok olmasına hem de üretici tüketici çıkarlarının olumsuz şekilde etkilenmesine neden olmaktadır. Ürünlerin hasattan sonra çok miktarda pazara sunulması, depolama olanaklarının yetersiz olması, finansman koşullarının yetersiz kalması, fiyatların düşmesine ve üreticilerin önemli miktarlarda gelir kaybına uğramasına neden olmaktadır (Polat, 2010). Tüm bu kayıplara engel olacak uygulamalar geliştirilmesi ve kayıpları ekonomiye kazandıracak gerekli önlemlerin alınması gerekmektedir.

Çizelge 4.30. Komisyoncuların Hal Yasası ile Giderilemeyen Sıkıntıları

Sorunlar	Komisyoncu Sayısı (Adet)	Oran (%)
Hijyen koşulları iyileştirilmedi	21	72,4
Soğuk hava deposu	18	62
Hal kayıt sisteminin işleyişi	13	44,8
Giderlerin azaltılmasına yönelik değişiklikler (Ulaşım-mazot-vs.)	14	48,2
Güvenlik tedbirlerini arttırmaya yönelik değişiklikler	16	55,17
Hiçbir sorunumuz çözülmedi	14	48,2

Hal Yasası ile birlikte Uşak Toptancı Halinde devam eden sıkıntılar incelendiğinde, komisyoncuların %72,4' ü hijyen koşullarının kötü olduğunu acilen hayvan pazarı ve kesimhanenin o bölgeden kaldırılması ve gerekli hijyen koşullarının oluşturulması gerekliliğini vurgulamışlardır (Çizelge 4.30).

Soğuk hava deposu ihtiyaçlarının (%62'si) giderilmesiyle önemli ölçüde ürün kalitesi ve verim artışı kaydedeceklerini düşünen komisyoncular, bu bağlamdaki şikâyetlerinin devam ettiğini belirtmişlerdir. Ulaşım, mazot, nakliye ve güvenlik sistemlerinin daha kaliteli ve ucuz olması, giderlerinin azaltılmasına yönelik herhangi bir değişiklik olmadığını belirten komisyoncular, yasanın kendileri için hiçbir gelişmeye vadetmediğini düşünmektedirler. Komisyoncuların %48,2'si Hal Yasasının Toptancı Halleri ve komisyoncuların mevcut sıkıntıları hiçbir şekilde çözmediğini ve beklentilerini karşılamadığını ifade etmişler.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada yaş sebze ve meyve pazarlamasında, pazarlamanın en önemli basamağı olan Toptancı Haller, Uşak İli Toptancı Hal pilot bölge alınarak incelenmiş, anket yoluyla ve komisyoncularla yüz yüze yapılan görüşmelerle elde edilen veriler ile ilgili Toptancı Halin genel sorunları ve çözüm önerileri belirlenmiştir. Bu bağlamda Yasal mevzuat çerçevesinde “5957 Sayılı Hal Yasası”nın getirdiği düzenlemeler için gerekli olan sistem alt yapısının işleyişinde yaşanan aksaklıkların belirlenmesi ve var olan sorunların giderilmesi için neler yapılması gerektiği belirlenmeye çalışılmıştır.

Türkiye’de zaman içinde gelişen pazar koşulları ile yaş sebze ve meyve pazarlaması ile ilgili özellikle 1960’lardan günümüze kadar değişik yasal düzenlemeler yapılmıştır. Bu değişikliklerle; toptancı hallerinde çalışan komisyoncuların çalışma şartlarının iyileştirilmesi ve kayıt dışılığın önüne geçilmeye çalışmış olunmasına rağmen hala bu ve buna benzer birçok amaca ulaşılmamıştır. Hal Kanunu içeriği incelendiğinde, Toptancı Hallerinin daha modern bir yapıya kavuşturulması ve işletilmesine olanak sağlayacak düzenlemeleri kapsamına rağmen Türkiye’de oluşturulmak istenen altyapıya sahip Hal sayısı yok denecek kadar azdır.

5957 Sayılı Hal Kanununda yapılan değişikliklere rağmen Toptancı Halleri ve pazarlama sistemlerine özgü birçok sorunun giderilemediği ve sorunlardan etkilenen kesimlerin; üreticiler, tüketiciler, belediyeler, Toptancı Haller, komisyoncular ve tüccarlar olduğu görülmektedir.

Sektörün içinde yer alan bir başka önemli sorun ise, yaş meyve ve sebze ürünlerinin çabuk bozulabilir nitelikte olmasından dolayı pazarlama sürecinde soğuk zincirlerin kullanılmaması ve ürünlerin uygun şartlarda depolanmasına olanak sağlayacak soğuk hava depolarının bulunmamasıdır. Nitekim yaş meyve ve sebzelerin tazeliğini ve kalitesini korunması ve pazara ulaşana kadar geçen süreç içinde ürünlerin özelliklerinin kaybolmaması oldukça önemlidir.

Uşak İli yaş meyve ve sebze üretiminde Türkiye’ de önemli bir konumda olmamasına rağmen İl Toptancı Hali İl merkezi ve çevre ilçelere sebze ve meyve tedarikini sağlayan en büyük aracı konumundadır. Hal bölgesinde inşası devam eden dükkânlarının da işletmeye açılacak olması bölgedeki Toptancı Halinin ilgili bölgelere pazarlama hacmini arttırması beklenmektedir.

Uşak İlindeki Toptancı Hali esnafları öncelikle sosyo-demografik özellikleri ve komisyonculuk tecrübesi bakımından farklılık göstermektedir. Araştırma bölgesindeki komisyoncuların büyük bir çoğunluğu 45 yaş ve üzerindedir. Komisyoncuların yarısından fazlasının eğitim seviyesi lise düzeyindedir ve komisyonculuk tecrübeleri yüksektir. Bilgisayar ve internet kullanıcısı olan komisyoncuların büyük bir çoğunluğu tarımsal bilgilere rahatça ulaşabildiklerini beyan etmişlerdir. Araştırmada, komisyoncularla yapılan görüşmeler sonucunda dükkânları kendi adına işleten komisyoncuların sayılarının yüksek olduğu görülmüştür.

Komisyoncularla yapılan görüşme sonrasında belirlenen en önemli sorunun Toptancı Halinin gerek altyapı gerekse fiziki koşullar açısından yetersiz olmasıdır. Komisyoncuların çoğunluğu nakliye esnasında ürünlerde büyük zayıfların oluşmasından ve dükkân büyüklüklerinin yetersiz olmasından şikâyetçidirler. Özellikle dükkân büyüklüklerinin yetersiz olduğunu belirten komisyoncular gelen ürünleri depolamada büyük sıkıntılar yaşadıklarını ifade etmişlerdir. Oysa ilgili Toptancı Hali bünyesinde soğuk hava depolarının bulunmaması pazarlanacak ürünler için hayati önem taşımaktadır. Bu bağlamda pilot Hal bölgesi ve diğer hal bölgelerinde soğuk depolama sistemlerinin oluşturulması ve kullanılması gerekliliği genellikle bozulabilir meyve ve sebzeler için önemli bir unsurdur.

Diğer yandan, Türkiye genelinde ve gerekse araştırma alanında ekonomik anlamda en büyük sorunlardan biri olan kayıt dışılığın Uşak Toptancı Halinde görüşülen komisyoncular tarafından da belirtildiği görülmüştür.

5957 Sayılı Hal Yasası, ürünlerin Toptancı Hallerine girme zorunluluğunu kaldırmakla aslında kayıt dışı satışların artmasına neden olduğu yönündedir. Komisyoncular Hal dışında yapılan satışlarla pazarcıların kendilerine rakip olduklarını ve bu durumun ortadan kaldırılması için gereken çalışmaların bir an önce yapılmasını beklediklerini ifade etmektedirler. Türkiye’de Toptancı Hallerine girmeden veya bildirimde bulunmadan piyasalara ürünlerin girmesinin önüne geçilemediği görülmektedir. Oysaki kanunun getirdiği en önemli maddelerden bir tanesi de malların Toptancı Haline bildirim esasıdır. Fakat malların Toptancı Haline bildirilmesi kaydıyla Toptancı Hal dışında da alım satım yapılabilmesine olanak sağlamıştır. Bildirim Hale doğrudan yapılabildiği gibi sistemin internet sayfası üzerinden veya çağrı merkezi üzerinden telefonla da yapılabilmektedir. Bildirim yapıldıktan sonra, sistem tarafından bu işleme ilişkin bir künye oluşturulmaktadır.

Künye numarası uygulaması ile malın üretim yeri, cinsi, miktarı, hangi üretici ve işletmeye ait olduğu gibi birçok bilgiye ulaşılması öngörülmüştür. Bu şekilde ürünlerin kayıt dışı ekonominin önüne geçilebilmesi, denetimlerde büyük kolaylık sağlanması planlanmıştır. Bu durumların engellenebilmesinin büyük ölçüde denetimlerin etkin ve yeterli şekilde yapılmasına bağlı olduğu aşikârdır.

Komisyoncuların sorunlarına ilişkin alınan görüşlerde yapılan yasal düzenlemelerin yetersizliği ve ilgili Toptancı Halinin gerekli hijyen koşullarının sağlamaması ile ilgili şikayetleri olduğu tespit edilmiştir. Özellikle Uşak Toptancı Hal bölgesinde kurulan hayvan pazarının tüketici sağlığı açısından büyük tehdit oluşturduğunu ve hijyen kurallarının hiçe sayıldığını ifade eden Hal esnafı bu durumun pazarlamayı oldukça kötü etkilediğini belirtmektedir. Toptancı Hal sınırları içerisinde böyle bir oluşuma izin verdiği için Uşak Belediyesine tepkili olan komisyoncular en büyük problemlerinin bu olduğunu ve hayvan pazarının başka bir bölgeye taşınması beklediklerini vurgulamışlardır.

Sonuç olarak, Türkiye’de Toptancı Haller ile ilgili son olarak çıkarılan, 5957 Sayılı Hal Yasasının araştırma bölgesindeki komisyoncuların üretim, pazarlama, depolama, hijyen ve sterilizasyon kapsamında beklentilerini karşılamadığı, söz konusu yasanın Toptancı Haller ve komisyoncular ile ilgili mevcut sorunları gideremediği, günümüz şartları için çok yetersiz kaldığı tespit edilmiş, belirtilen yasanın genişletilmesi ve uygulanabilirliği kadar zaman içinde denetlenmesi ve aksayan yönleri üzerine yine özel olarak çalışılması gerekliliği vurgulanmıştır.

KAYNAKLAR

- Adanacıoğlu, H., Kınıklı, F., Özer, G., Yılmaz, C. 2019. Komisyoncuların Hal Kayıt Sisteminin Etkinliği Hakkındaki Görüşleri: İzmir İli Yaş Sebze ve Meyve Toptancı Hali Örneği. **Ege Üniversitesi Mediterranean Agricultural Sciences**, 32(3):335-341.
- Albayrak, M. 2009. Yaş Meyve ve Sebze Pazarlama Merkezleri: Toptancı Haller Pazarları: Dünya, Avrupa Birliği ve Türkiye’ den Örneklerle Yapısı ve İşleyişi Ankara.
- Alpkent, N. 1995. Türkiye Tarımsal Ürünler Pazarlaması Üzerine Bir İnceleme. Milli Produktivite Yayınları: 547, 5s, 31s, Ankara.
- Akkılıç, M.E. 2003. Sebze ve Meyve Pazarlamasında Komisyoncuların Satın Alma Kararlarını Etkileyen Faktörler (Elazığ toptancı sebze ve meyve halinde bir uygulama). Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları, 4: 49-53.
- Akpınar, M.G., Özkan, B., Oral, M.A., Kızılay, H. 2009. Tüketicilerin Yaş Meyve ve Sebze Tedarik Kanalı Seçimi: Modern (Süper-Hipermarket) Perakendeciler. **Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi**, 22(2): 211-221.
- Apalı, A., Bozcu, M. 2018. Hal Komisyonculuğunda Belge Düzeni Açısından Vergi Usul Kanununun Uygulanmasında Ortaya Çıkan Farklılıkların Araştırılması: **Antalya Toptancı Hali Örneği. Diyalektolog Ulusal Sosyal Bilimler Dergisi** 19: 467-478.
- Bayram, K. 2014. Türkiye’ de Kayıt Dışı Ekonominin İktisat Sosyolojisi Açısından Analizi: Yaş Meyve Ve Sebze Toptancı Hal Uygulamaları. Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyoloji Anabilim Dalı, Kütahya.
- Bayuk, M. N. 2000. Türkiye’de Yaş Meyve-Sebze Ticareti ve Toptancı Halinin İşleyişi. Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Trabzon.
- Can B.A., Engindeniz S. 2018. Tarım Ürünlerinin Pazarlanmasında Toptancı Hallerinin Rolü ve Önemi: Kocaeli Merkez İlçe Toptancı Hali Örneği. **Selçuk Üniversitesi Tarım Ve Gıda Bilimleri Dergisi** 32(3): 266-273.

- Canik, F., Alparslan Y. 2010. Türkiye’de Yaş Meyve Ve Sebze Pazarlaması Ve Toptancı Haller. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, 11(2):1-8.
- Coşkun, M.H. 2014. Aydın İlinde Yaş Sebze ve Meyve Toptancı Hallerinin İncelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Aydın.
- Coşkun, M.H., Tunalioglu, R. 2015. Aydın İlinde Yaş Sebze ve Meyve Toptancı Hallerinin İncelenmesi. **Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi** 12(2):83-92.
- Çanakçı, M., Akıncı, İ. 2007. Antalya İli Sera Sebze Yetiştiriciliğinde Modern ve Geleneksel Sera İşletmelerinin Kıyaslanması. Tarımsal Mekanizasyon 24. **Ulusal Kongresi Bildiri Kitabı**, Kahramanmaraş.
- Çeltikçi, M. 2008. Antalya İlinde Domates Üretim ve Pazar Analizi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Antalya.
- Çetin, B. 2009. Yeni Perakendecilik Sisteminde Toptancı Hallerinin İzlemesi Gereken Stratejiler. İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No: 2009-44, İstanbul.
- FAO, (Çeşitli Yıllar). Bilgisayar Kayıtları. ([http://: faostat.fao.org](http://faostat.fao.org))
- Gözener, B., Sayılı, M. 2011. Tokat İli Merkez İlçede Toptancı Halindeki Komisyoncuların Yeni Hal Yasası Hakkındaki Görüşleri. **Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi** 28(2): 227-235.
- Gül, M., Akpınar, M.G. 2006. Dünya ve Türkiye Meyve Üretimindeki Gelişmelerin İncelenmesi. **Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi**, 19(1): 15-27.
- Hadimli, H., Bulut, İ. 2004. Antalya’da Sebze-Meyve Ticareti ve Antalya Toptancı Hali’ne Coğrafi Bir Yaklaşım. **Doğu Coğrafya Dergisi** 11:261-282.
- Kadanalı, E., Dağdemir, V. 2013. Yaş Meyve ve Sebze Pazarlamasında Aracılar Bakımından En Uygun Kanalin Belirlenmesi: Mersin ili örneği. **Anadolu Tarım Bilimleri Dergisi**, 28(2): 77-81.
- Kahraman, E. 2012. Türkiye’de Yaş Meyve-Sebze Pazarlamasında Toptancı Hallerinin Etkinliği, Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri: İzmir İli Örneği. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, İzmir.

- Korkmaz, M., Nargül, S., Akman, G. 2011. Adana İli Toptan Sebze ve Meyve Fiyatlarının Çeşitli Faktörlere Göre Değerlendirilmesi. **Akademik Bakış Dergisi**, 26: 1-13.
- Laledemir, I. 2014. Yaş Sebze ve Meyve Pazarlamasında Toptancı Hallerinin Etkinliğinin Araştırılması. Yüksek Lisans Tezi, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Bilgi Yönetimi Ana Bilim Dalı, Mersin.
- Niyaz, Ö. C, 2012. Sürdürülebilir Meyve Üretimi ve Pazarlaması Açısından Tarım Politikalarının İrdelenmesi: Çanakkale İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, İzmir.
- Niyaz, Ö.C., Demirbaş, N. 2011. Türkiye Yaş Meyve Üretim ve İhracatının Son On Yıllık Döneminin Değerlendirilmesi. **Tarım Ekonomisi Dergisi**, 17(1): 37-45.
- Ölmez, S., Demirörs, M.O. 2015. Yeni Hal Yasası Üzerine Bir Derleme. **Türk Bilimsel Derlemeler Dergisi** 8(2): 59-65.
- Özdemir, S. 2008. Türkiye'nin Avrupa Birliği Ülkelerine Yaş Meyve ve Sebze İhracatı ve Avrupa Birliği Çevre Politikalarından Kaynaklanan Teknik Engeller. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- Polat, Ö. 2010. Adana İli Yaş Sebze ve Meyve Toptan Fiyatlarının Analizi. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- Tahhuşoğlu, Ö. 2007. Hatay İlinde Yaş Sebze Meyve Dış Satımının Yapısı ve Geliştirme Olanakları. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Adana.
- Sayın, C., Mencet, M.N. 2007. Hal Yasası'nın Yaş Meyve ve Sebze Pazarlamasındaki Etkinliğinin Tartışılması. GAP V. Tarım Kongresi, Şanlıurfa.
- Tuncer, B. 2005. Yaş Meyve Sebze İhracatında Dağıtım Kanalları ve Bir Uygulama. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir.
- Tunç, M. 2007. "Kayıt Dışı İstihdamla Mücadelede Geliştirilen Stratejiler Uygulanan Politikalar ve Ülke Örnekleri", Uzmanlık Tezi, Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğü, Ankara.

TÜİK, (Çeşitli Yıllar). Bilgisayar Kayıtları. (<http://www.tuik.go.tr>)

Vural, H. (2006), Yaş Meyve ve Sebze Pazarlaması ve Toptancı Halleri, **Tarım ve Mühendislik Dergisi**, Sayı: 78-79, 97-99.

Yulafcı, A., Cinemre, H.A. 2007. Çarşamba Ovasında Yaş Meyve ve Sebze Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri. **On Dokuz Mayıs Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi**, 22(3): 260-268.



EKLER

Ek 1. Anket Formu

ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ ZİRAAT FAKÜLTESİ

TARIM EKONOMİSİ BÖLÜMÜ

***UŞAK İLİNDE YAŞ MEYVE VE SEBZE TOPTANCI HAL İŞLEYİŞİNİN
MEVZUAT DEĞİŞİKLİKLERİ KAPSAMINDA İNCELENMESİ***

Anket No:

Tarih:

Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümünde yüksek lisans yapmaktayım. Uşak ili yaş meyve ve sebze hallerinin incelenmesi için hazırlanan bu anket sadece yüksek lisans tezim için kullanılacaktır. Bu amaçla aşağıda 15-20 dakikanızı alacak bir anket bulunmaktadır. Bu ankette yer alan tüm bilgiler sadece araştırma amaçlı olup bilgilerinizin gizli kalacağını belirtmek isterim. Kıymetli zamanınızı ayırdığınız için şimdiden teşekkür ederim.
Zir. Müh. Şeyda YILDIZ

ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ

FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TARIM EKONOMİSİ ANA BİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

ANKET FORMU

Anketör : Şeyda Yıldız

Toptancı Hal : Uşak Toptancı Hali

Dükkan No :

Komisyoncu Adı Soyadı :

A. KOMİSYONCULAR İLE İLGİLİ KİŞİSEL BİLGİLER

1. Yaşınız Doğum Tarihiniz	2. Medeni Durumunuz	3. Eğitim Durumunuz İlk/Orta/Lise /Üniversite	4. Mesleğiniz	5. Aileden kaç kişi Halde çalışıyor	6. Aileniz kaç kişiden oluşuyor
7. Hal içinde kaçıncı yılınız	8. Bu işle uğraşan kaçıncı kuşaksınız	9. Pazarlama konusunda herhangi bir eğitim aldınız mı? Aldıysanız nasıl ve nereden aldınız?			

B. DÜKKANLARIN TOPTANCI HALDEKİ ALT YAPI ÖZELLİKLERİ

1. Dükkan büyüklüğü (m2)	2. Şahsi depo (m2) (soğuk-doğal)	3. Bilgisayar	4. Forklift	5. Yükleme- boşaltma (rampa)	6. Tartı/ kantar
7. Bulunduğunuz toptancı hali içindeki mevcut iş yeri sayınız?					
1	2	3	4		
8. İş yerinizi nasıl işletiyorsunuz?					
1. Kendi hesabıma		2. Komisyon üzerine		3. Ortaklık (Sayı)	
9. İş yerinde çalışan eleman sayınız?(Kendiniz ile birlikte mi?)					
1	2	3	4+		
10. Çalışan eleman sayısının mevsimsel (yaz-kış) dağılımı?					
Yaz				Kış	

C. ÜRÜN PORTFÖYÜ VE PAZARLAMA BİLGİLERİ

1. Ürün portföyü ve yaş meyve ve sebzenin getirildiği yerler?									
Meyve (%)			Sebze (%)						
2. Ürün temin yerleriniz									
İl İçinden			İl Dışından						
3. Yaş meyve ve sebzeyi alacağınız yeri belirlerken aşağıdaki kriterlerin en çok hangilerine dikkat edersiniz? (Size göre en önemli etmenden en önemsizine doğru sıralayınız 1,2,3,4)									
Üretimin en çok o bölgede olması			Ürünün daha ucuza/uygun fiyata temin edilmesi			Ürüne istenilen zamanda ulaşılması		Ürünün Kaliteli olması	
4. Uşak bölgesinde ürün temin etme konusunda sıkıntılar yaşıyor musunuz?									
Evet			Hayır						
5. Sizce Uşak Toptancı Halinde Ürün Taşıma, Ambalaj, Hijyen ve Standardizasyon kurallarına uyuluyor mu?									
Evet ise Nasıl?			Hayır ise Neden?						
6. Üretim ve tüketim bölgeleriyle haberleşme durumunuz?									
1.Internet		2.Telefon		3.Faks		4.Diğer			
7. Halden yapılan satışların dağılımı									
1.Yerel pazarlar		2.Manavlar	3.Marketler	4.Tüccarlar	5.Süper Marketler				
					Migros	A101	Bim	Ege Şok	Diğer

6.Oteller/Restoranlar/Yemekhaneler	7.Okullar/Hastaneler/Askeri taburlar	8.Sosyal hizmetler kurum ve kuruluşları

D. KOMİSYONCULARIN YENİ HAL YASASI İLE İLGİLİ GÖRÜŞLERİ

“Hal Yasası” hakkında bilginiz var mı?	
Evet	Hayır

Eğer cevabınız evet ise Genel olarak Hal Yasası ile ilgili görüş ve düşüncelerinizi aşağıdaki sorulardan yola çıkarak cevaplar mısınız?

1- Hal yasası ile birlikte toptancı haline özgü giderilemeyen sıkıntılarınız nelerdir?

2- Yaşanan sıkıntıların takibi ve çözümü açısından hangi kurum ve kuruluşlardan beklentileriniz nelerdir?

3- Ürün kayıplarını önlemek için yapılmasını istediğiniz ilk düzenleme nedir?

4- Toptancı hali dışında yapılan satışlar hakkında düşünceleriniz nelerdir?

5- Hal kayıt sistemi Mersis (Merkezi Sicil Kayıt Sistemi) nin verimli ve kaliteli çalıştığını düşünüyor musunuz?

6- 5957 sayılı ‘Sebze ve meyveler ile yeterli arz ve talep derinliği bulunan diğer malların ticaretinin düzenlenmesi hakkında kanun’ sebze-meyve pazarlamasını sizce nasıl etkiledi?

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Şeyda Yıldız

Doğum Yeri ve Tarihi : 04/05/1988

EĞİTİM DURUMU

Lisans Öğrenimi : Adnan Menderes Üniversitesi, Tarım Ekonomisi Bölümü

Yüksek Lisans Öğrenimi : Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Tarım Ekonomisi Bölümü

Yabancı Diller : İngilizce

BİLİMSEL FAALİYETLERİ

-

İLETİŞİM

E-Posta Adresi : aseayildiz@outlook.com.tr

Tarih : 06/01/2020