

T.C.
ADNAN MENDERES ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI
2014-YL-046

**AYDIN İLİNDE YAŞ SEBZE VE MEYVE TOPTANCI
HALLERİNİN İNCELENMESİ**

Mehmet Hakan COŞKUN

Danışman
Yrd. Doç. Dr. Renan TUNALIOĞLU

AYDIN

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

Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Programı öğrencisi Mehmet Hakan Coşkun tarafından hazırlanan "Aydın İlinde Yaş Sebze ve Meyve Toptancı Hallerinin İncelenmesi" başlıklı tez, 19/08/2014 tarihinde yapılan savunma sonucunda aşağıda isimleri bulunan jüri üyelerince kabul edilmiştir.

Ünvanı, Adı Soyadı	Kurumu	İmzası
Başkan :Doç. Dr. Ferit ÇOBANOĞLU	ADÜ Ziraat Fak.
Üye :Yrd. Doç. Dr. Renan TUNALIOĞLU	ADÜ Ziraat Fak.
Üye :Yrd. Doç. Dr. Özlem ALKAN	ADÜ Ziraat Fak.

Jüri üyeleri tarafından kabul edilen bu Yüksek Lisans Tezi, Enstitü Yönetim Kurulununsayılı kararıyla tarihinde onaylanmıştır.

Prof. Dr. Cengiz ÖZARSLAN
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.

...../...../20...

İmza

Mehmet Hakan COŞKUN

ÖZET

AYDIN İLİNDE YAŞ SEBZE VE MEYVE TOPTANCI HALLERİNİN İNCELENMESİ

Mehmet Hakan COŞKUN

Yüksek Lisans Tezi, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Renan TUNALIOĞLU

2014, 103 sayfa

Bu araştırmada Aydın ilindeki toptancı hallerinde faaliyet gösteren komisyoncuların yeni hal yasası (5957 sayılı kanun) hakkındaki görüşleri incelenmiştir. Araştırmada Aydın ilinde mevcut 11 toptancı halde faaliyet gösteren toplam 118 komisyoncu ve hal yöneticileri ile görüşülmüştür. Komisyoncuların yeni hal yasası hakkındaki görüşlerini belirlemek için 40 sorudan oluşan anket kullanılmıştır. Ankette yer alan ilk 27 soruda komisyoncuların kişisel özelliklerini, pazarlama yöntemlerini ve dükkân özelliklerini belirlenmesi amaçlanmıştır. Diğer 13 soruyla da komisyoncuların yeni hal yasasına ilişkin görüş ve düşünceleri analiz edilmiştir. Araştırmada elde edilen verilerin analizinde SPSS 15.0 for Windows paket programında basit tanımlayıcı istatistiklerden frekans (yüzde) analizi kullanılmıştır. Araştırmanın sonunda, toptancı hallerinde faaliyet gösteren komisyoncuların genellikle orta yaş grubunda buldukları, geçmiş yıllarda da komisyonculuk veya pazarcılık yaptıkları, mesleki deneyimlerinin genellikle 1-10 ile 11-20 yıl arasında değiştiği belirlenmiştir. Komisyoncuların faaliyet gösterdikleri dükkânların genellikle küçük boyutlarda oldukları ve çeşitli teknik malzemelerinin ve depolama sistemlerinin yetersiz olduğu tespit edilmiştir. Bazı komisyoncuların dükkânlarının sadece yılın belirli dönemlerinde faaliyet gösterdikleri, temin edilen ürünlerin başta çevre iller olmak üzere Türkiye'nin çeşitli bölgelerinden tedarik edildiği anlaşılmıştır. Toptancı hallerindeki komisyoncuların aldıkları ürünlerin büyük bir bölümünü semt pazarlarına sattıkları, satılan ürünlerin fiyatlarını belirleyen en önemli unsurun rekabet olduğu ve toptancı halleri dışındaki kaçak satışların genellikle denetimsizlikten kaynaklandığı tespit edilmiştir. Komisyoncuların çoğunluğunun yeni hal yasasından haberdar oldukları, komisyoncu görüşlerinin yeni hal yasasına ilişkin görüşlerinin kısmen olumlu veya belirsiz olduğu tespit edilmiştir. Toptancı hallerinde görev yapan yöneticilerin çoğunluğunun yeni hal yasasının alt yapı

eksikliği, bürokrasi, geçiş süreci olduğu için etkin olarak uygulanamaması, internet sayfasının sorunlu olması ve rüsum gelirlerinde 1/15 oranında düşüş meydana getirmesi gibi olumsuzluklara neden olduğunu belirtmişlerdir. Sonuç olarak, toptancı hallerindeki komisyoncular ve yöneticiler yeni hal yasasının yeniliklerin yanında çeşitli sorunları da ortaya çıkardığını vurgulamışlardır. Bu nedenle yeni hal yasasında beraberinde getirdiği sorunların en aza indirilmesi ve yasanın getirdiği yeniliklerin düzgün bir biçimde uygulanması için denetimlerin artırılmasının gerektiği tavsiye edilebilir.

Anahtar kelimeler: Yaş sebze ve meyve, toptancı halleri, yeni hal yasası, komisyoncular, pazarlama

ABSTRACT

INVESTIGATION OF FRESH VEGETABLE AND FRUIT WHOLESALE MARKETS IN AYDIN

Mehmet Hakan COŞKUN

M.Sc. Thesis, Department Of Agricultural Economics

Asist Prof. Dr. Renan TUNALIOĞLU

2014, 103 pages

The aim of this study was to examine opinions of brokers, are active at dealer hall in Aydın city, regarding new hall law. Totally 118 brokers and hall managers, are active at 11 wholesaler halls in Aydın city, were interviewed. Questionnaire, comprised of 40 questions, was used to determine brokers' opinions regarding the new hall law. First 27 questions purposes to determine participants' personal aspects, marketing methods and shop aspects. Participants' opinions and idea regarding the new hall law were analyzed via other 13 questions. Frequency (percent) analysis from simple descriptive statistics in SPSS 15.0 for Windows Package Program was used in analysis of data obtained. In result of study, it was determined that brokers, are active in wholesaler halls, are middle age generally, they were brokers or sellers, their vocational experience are 1-10 years and 11-20 years generally. It was established that brokers' shop are small dimension generally and technical materials and storage system are deficiency. It was found some brokers are active certain period of year, obtained produces are provided from varied region of country especially neighborhood cities. It was established that brokers at wholesalers sell their produces local bazaar, the most important factor determining price of sold produces is rivalry and fugitive sales out of wholesalers are originated from unrestraint. It was found that majority of brokers aware of new hall law, brokers' opinions regarding new hall law are positive partially or uncertain. It was determined that managers, serve at wholesaler, express that new hall law brings about substructure deficiency, document crowdies, the law doesn't apply at all hall because it transition period, internet page has problem and there is decline in tax income at ratio of 1/15. As a result, brokers and hall managers emphasized new hall law brings about varied problems as well as a lot of improvement. Therefore, it can be said that controls are

increased to apply improvements of new hall law smoothly and to decline problems of new hall law.

Keywords: Fresh vegetable and fruit, wholesaler halls, new hall law, brokers, marketing

ÖNSÖZ

Yüksek lisans hayatım boyunca bana her konuda yardımcı olan ve tez çalışmam için bana verdiği sonsuz destekten dolayı saygıdeğer hocam Yrd. Doç. Dr. Renan TUNALIOĞLU'na teşekkürü borç bilirim.

Tez konumun seçiminde ve tezimin oluşmasında bana yardımcı olan saygıdeğer hocam Doç. Dr. Ferit ÇOBANOĞLU'na teşekkürü borç bilirim.

Tez çalışmamın hazırlanmasında desteği ve yardımlarıyla yanımda olan saygıdeğer hocalarım Doç. Dr. Murat CANKURT'a ve Doç. Dr. Göksel ARMAĞAN'a teşekkürü borç bilirim.

Gerekli verilerin sağlanmasında ilgi ve kolaylık gösteren Aydın İli Toptancı Hal Yönetimlerine ve komisyonculara teşekkürü borç bilirim.

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

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY SAYFASI.....	iii
BİLİMSEL ETİK BİLDİRİM SAYFASI	v
ÖZET.....	vii
ABSTRACT	ix
ÖNSÖZ	xi
SİMGELER DİZİNİ.....	xvii
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	xix
ÇİZELGELER DİZİNİ	xxi
1. GİRİŞ	1
1.1. Konunun Önemi	3
1.2. Araştırmanın Önemi.....	4
1.3. Araştırmanın Amacı	4
1.4. Araştırmanın Kapsamı.....	5
2. KAYNAK ÖZETLERİ	7
3. DÜNYADA ve TÜRKİYE'de TAZE SEBZE ve MEYVE.....	10
3.1. Dünya'da Taze Sebze Üretimi.....	10
3.2. Dünya'da Taze Meyve ve Sebze Pazarlaması	13
3.3. Türkiye'de Taze Meyve ve Sebze Üretimi	14
3.4. Türkiye'de Taze Meyve Ve Sebze Pazarlaması	17
3.4.1. İhracat.....	19
3.4.2. İthalat.....	22
4. TAZE MEYVE SEBZE PAZARLAMASINI ETKİLEYEN GELİŞMELER.....	23
4.1. İyi Tarım Uygulamaları (İTU)	23
4.2. İyi Üretim Uygulamaları (Good Manufacturing Practice)	24
4.3. İyi Depolama Uygulamaları (Good Storage Practices).....	24
4.4. RASFF (Rapid Alert System for Food and Feed)	25

4.5. Kritik Kontrol Noktalarında Tehlike Analizi (HACCP)	26
5. TAZE MEYVE ve SEBZE PAZARLAMASI ve TOPTANCI HALLERİ.....	26
5.1. Dünyada Toptancı Haller	28
5.1.1. Çin	29
5.1.2. ABD.....	29
5.2. Avrupa Birliği Ülkelerinde Toptancı Haller.....	30
5.2.1. Hollanda	30
5.2.2. Almanya	30
5.2.3. Fransa	31
5.2.4. İspanya.....	31
5.2.5. Portekiz.....	32
5.2.6. İtalya.....	32
5.3. Türkiye'de Toptancı Hallerin Yapısal Durumları ve Yasal Düzenlemeler.....	33
5.3.1. Yeni Hal Yasasının Getirdiği Bazı Yenilikler	37
6. MATERYAL VE YÖNTEM	43
6.1. Araştırmanın Materyali	43
6.2. Araştırmanın Yöntemi	43
7. BULGULAR	44
7.1. Komisyonculara Ait Tanımlayıcı İstatistikler	44
7.2. Komisyoncuların İş Yerlerine İlişkin Bilgiler	47
7.3. Komisyoncuların Pazarlama Faaliyetlerine İlişkin Bilgiler	51
7.4. Komisyoncuların Hal Değişikliği Yasası ve Buna Bağlı Olarak Ortaya Çıkan Durumlar İle İlgili Görüşleri	62
7.5. Hal Yönetiminin Yeni Hal Yasası Hakkındaki Görüşleri	64
8. TARTIŞMA VE SONUÇ.....	68
9. ÖNERİLER	82
10. KAYNAKÇA	83

EKLER.....	89
ÖZGEÇMİŞ.....	103

SİMGELER DİZİNİ

KHK	: Kanun Hükümünde Kararname
vb	: ve benzeri
BLD	: Belediyesi
T.C	: Türkiye Cumhuriyeti
FAO	: Food and Agriculture Organization (Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü)
TCEB	:Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı
HACCP	: Hazard Analysis and Critical Control Point (Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol) Noktaları
AB	: Avrupa Birliği
GTHB	: Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
TÜİK	: Türkiye İstatistik Kurumu
kg	: Kilogram
AİB	: Akdeniz İhracatçı Birlikleri
İTU	: İyi Tarım Uygulamaları
FDA	: Food and Drug Administration (Amerikan Gıda ve İlaç Dairesi)
RASFF	: Rapid Alert System for Food and Feed (Gıda ve Yem İçin Hızlı Alarm Sistemi)
EFSA	: European Food Safety Authority (Avrupa Gıda Güvenliği Otoritesi)
WUWM	: World Union of Wholesale Markets (Dünya Toptancı Pazarlar Birliği)
IULA	: International Union of Local Authorities (Yerel Yönetimler Birliği)
BGG	: Berliner Grossmarkt GmbH
FEMIN	: Federation Française des Marchés d'Interêt National (Fransa

Bölgesel Pazarlar Ağı Federasyonu)

MARL : Yeni Lizbon Toptan Pazarı

MERCASA : The Emprase Nacional Mercados Centrales de Abastecimientos
S.A.

KDV : Katma Değer Vergisi

vd : ve diğerleri

WWF : World Wide Fund for Nature (Doğal Hayatı Koruma Vakfı)

GLOBALGAP : Good Agricultural Practices

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 3.1. Türkiye'deki Taze Sebze Ve Meyve Pazarlama Sistemi	18
Şekil 5.1. Ürünlerin tüketiciye ulaşma sürecindeki fiyat değişiklikleri	29

ÇİZELGELER DİZİNİ

Çizelge 1.1. Araştırmanın Kapsamına İlişkin Bilgiler	5
Çizelge 3.1. Dünyada Üretilen Taze Sebzeler (Bin Ton).....	10
Çizelge 3.2. Ülkelere Göre Taze Sebze Üretimi (Bin Ton)	10
Çizelge 3.3. Dünyada Üretilen Taze Meyveler (Bin Ton)	11
Çizelge 3.4. Ülkelere Göre Taze Meyve Üretimi (Bin Ton).....	12
Çizelge 3.5. Dünya Da Taze Sebze Ve Meyve İhracat Değeri (Milyon Dolar)	13
Çizelge 3.6. Türkiye’de Üretilen Taze Sebze Miktarları (Bin Ton).....	14
Çizelge 3.7. Türkiye’de Üretilen Taze Meyve Miktarı (Ton).....	15
Çizelge 3.8. Aydın İlindeki Bazı Önemli Sebzelerin Üretimleri (Da/Ton).....	15
Çizelge 3.9. Aydın İlinde Üretilen Önemli Meyvelerin Üretimi (Da/Ton).....	16
Çizelge 3.10. Türkiye’nin Taze Sebze Ve Meyve İhracatı	20
Çizelge 3.11. Türkiye’nin Meyve İhracatı	21
Çizelge 3.12. Türkiye’nin Sebze İhracatı.....	22
Çizelge 4.1. Türkiye’deki İyi Tarım Uygulamaları (2007-2012).....	24
Çizelge 5.1. Toptancı Hallerinde Uygulanan Yasal Kesinti Oranları	36
Çizelge 5.2. Türkiye’de Toptancı Halleri İl İlgili Yapılan Yasal Düzenlemelerin Gelişimi.....	37
Çizelge 7.1. Komisyoncuların Yaş Gruplarına Göre Dağılımları	47
Çizelge 7.2. Komisyoncuların Doğum Yerlerine Göre Dağılımları.....	47
Çizelge 7.3. Komisyoncuların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımları	48
Çizelge 7.4. Komisyoncuların Ailelerindeki Birey Sayısına Göre Dağılımları	48
Çizelge 7.5. Komisyoncuların Deneyim Sürelerine Göre Dağılımları.....	49
Çizelge 7.6. Komisyoncuların Önceki Mesleklerine Göre Dağılımları	49
Çizelge 7.7. Komisyoncuların Dükkân Büyüklüklerine İlişkin Bilgiler	50
Çizelge 7.8. Komisyoncuların Depolarına İlişkin Bilgiler.....	50

Çizelge 7.9. Komisyoncuların Bilgisayarları Olması Durumuna İlişkin Bilgiler	51
Çizelge 7.10. Komisyoncuların Forkliftte Sahip Olması Durumuna İlişkin Bilgiler	51
Çizelge 7.11. Komisyoncuların Rampa Sahibi Olması Durumuna İlişkin Bilgiler..	52
Çizelge 7.12. Komisyoncuların Tartı/Kantarı Olması Durumuna İlişkin Bilgiler ...	52
Çizelge 7.13. Komisyoncuların İş Yerini Kimin Adına İşlettiklerine İlişkin Bilgiler.....	52
Çizelge 7.14. Komisyoncuların Üretim Ve Tüketim Yerleri İle İlgili Haberleşme Durumları	53
Çizelge 7.15. Komisyoncuların İş Yerinde Çalışan İşçi Sayılarına İlişkin Bilgiler .	54
Çizelge 7.16. Komisyoncuların Mevcut İş Yeri Sayılarına İlişkin Bilgiler	54
Çizelge 7.17. Komisyoncuların Toptancı Halde Faaliyet Gösterdikleri Ortalama Süre	55
Çizelge 7.18. Komisyoncuların Ürünleri Alma Durumları	56
Çizelge 7.19. Komisyoncuların Ürün Temin Ettikleri Yerler	57
Çizelge 7.20. Komisyoncuların Ürün Temininde Karşılaştığı Sorunlar.....	58
Çizelge 7.21. Komisyoncuların Üreticilerle İlgili Şikayetleri	58
Çizelge 7.22. Komisyoncuların Vadeli Ödeme Yaptıkları Sürelere İlişkin Bilgiler	59
Çizelge 7.23. Komisyoncuların Kullandıkları Araçlar	59
Çizelge 7.24. Komisyoncuların Kullandıkları Araçların Mülkiyet Durumları.....	60
Çizelge 7.25. Komisyoncuların Pazarlama Yerlerine İlişkin Bilgiler	60
Çizelge 7.26. Komisyoncuların Uyguladıkları Komisyon Oranları	61
Çizelge 7.27. Komisyoncuların Aldıkları Ürünlerin Bedellerini Ödeme Şekilleri...	61
Çizelge 7.28. Komisyoncuların Sattıkları Ürünlerin Bedellerinin Ödenme Şekilleri	61
Çizelge 7.29. Komisyoncuların Vadeli Ödemede Kullandıkları Süre.....	62
Çizelge 7.30. Komisyoncuların Alıcılarla İlgili Şikâyetleri	62
Çizelge 7.31. Komisyoncuların Yasal Kesinti Hakkındaki Düşünceleri.....	63
Çizelge 7.32. Komisyoncuların Hal Dışı Satışlar Konusundaki Düşünceleri	63

Çizelge 7.33. Komisyoncuların Taze Sebze Ve Meyve Alımında Dikkat Ettikleri Kriterler.....	64
Çizelge 7.34. Komisyoncuların Satışlarında Fiyatı En Çok Etkileyen Kriterler.....	65
Çizelge 7.35. Komisyoncuların Mensup Oldukları Toptancı Hal İle İlgili Sorunlar	66
Çizelge 7.36. Komisyoncuların 5957 Sayılı Kanundan Haberdarlıkları.....	67
Çizelge 7.37. Komisyoncuların Yeni Hal Yasasına İlişkin Haber Kaynakları	67
Çizelge 7.38. Komisyoncuların 5957 Sayılı Kanuna Duyarlılıkları.....	68
Çizelge 7.39. Yöneticilerin Buldukları Haller İle İlgili Tanımlayıcı Bilgiler	70
Çizelge 7.40. Yöneticilerin 5957 Sayılı Kanundan Haberdarlıkları.....	71

EKLER DİZİNİ

Ek 1: Anket Soru Formu	89
Ek 2: Yönetici Anket Formu	93
EK-3:5957 Sayılı Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun	95
EK-4: 5957 Sayılı Yeni Yasada Toptancı Hallerinin Yapısı ve İşleyişi İle İlgili Yapılan Düzenlemeler.....	97

1. GİRİŞ

Tarım sektörü içerisinde taze sebze ve meyve ülke ekonomisi ve insanların beslenme ihtiyaçlarının giderilmesi için önemlidir. Çünkü güvenilir şartlarda üretilmiş olan taze sebze ve meyveler insan sağlığı için gerekli olan birçok besin maddesini içinde barındırır. Bu nedenle taze sebze ve meyvelerin üretiminden nakliyesine ve tüketiciye ulaştırılmasına kadar geçen süreçler ciddiyle ele alınmalıdır. Taze sebze ve meyve pazarlamasında birçok aracı kişi ve kurum vardır. Pazarlama alanında çok sayıda aracının olması taze sebze ve meyve pazarındaki pazarlama marjlarının artmasına neden olmaktadır. Bu nedenle taze sebze ve meyvede ortaya çıkan pazarlama zinciri birçok araştırmaya konu olmuştur (Albayrak, 2009).

Dünya genelinde petrol fiyatlarının artmasına paralel olarak nakliye fiyatlarının artması, bunun yanında enerji fiyatlarındaki artış, kullanılabilir su miktarındaki azalma ve iklim değişikliği ve insanların beslenme alışkanlıklarının farklılaşması gibi unsurlar dünya taze sebze ve meyve üretimini de farklı oranlarda etkilemektedir (Kahraman, 2012). Başarılı bir pazarlama yapısı, ülkenin birçok bölgesinde ihtiyaç olan ürünlere ilişkin talebin karşılanabilmesini hedef almaktadır. Bu bağlamda dünyada taze sebze ve meyve pazarlamasında lider olan birçok ülke, ürüne veya bölgesel kooperatiflere dayalı birlikler kurmakta ya da ürünleri açık arttırma sistemi ile pazarlamaktadır. Ayrıca bu ülkeler bilgi akışını iyi sağlayan ve ülkenin ürettiği malları çeşitli dönemlerde farklı pazarlara sunan ülkelerin başında gelmektedir (Sayılı ve Civelek, 2012).

Taze sebze ve meyvelerin tüketim oranları oldukça yüksek olduğu için ticari olarak oldukça önemli besin maddeleri arasında yer almaktadırlar. Diğer yandan bu gıdalar kayıt dışı işlemlere de oldukça müsaittir. Ancak kayıt dışı işleme dâhil edilen taze sebze ve meyveler hem ekonomik hem de sağlık açısından topluma zarar vermektedir (Çetin, 2009).

Türkiye sahip olduğu yüz ölçümü ve ürün çeşitliliği bakımından önemli bir taze sebze ve meyve üreticisidir. Tarımsal alandaki büyüklük, üretilen ürün çeşidi ve dış satım istatistikleri göz önünde bulundurulduğu zaman Türkiye, uluslararası alanda taze sebze ve meyve ihracatı yapan ilk on ülke arasında bulunmaktadır (Tahhuşoğlu, 2007). Ancak tarım ürünlerinin üretiminde ve pazarlaması konusunda doğaya bağlı olma, risk ve belirsizliklerin yüksek olması, ürün türlerinin çok geniş bir yelpazede olması, bunun yanında tarım piyasasının istikrarsız olması gibi bazı sorunlar vardır. Nitekim Türkiye’ de sebze ve meyve üretiminin hem üretim hem de pazarlama boyutunda bazı sorunları olduğu bilinmektedir (Kahraman, 2012).

Türkiye’de taze sebze ve meyve pazarlamasını etkileyen faktörlerin başında üretici maliyetleri gelmektedir. Türkiye’nin birçok bölgesinde piyasada meydana gelen fiyat hareketleri bazen hasat masraflarını karşılayamamaktadır. Bu nedenle üretilen taze sebze ve meyvelerin büyük bir bölümü hasat edilmeden tarlada kalmaktadır (Yulafcı ve Cinemre, 2007). Bununla beraber ülkemizde son 10-15 yıllık süreç içerisinde taze sebze ve meyve üretimine yönelik ciddi gelişmeler ortaya çıkmıştır. Söz konusu gelişmeler ile birlikte modern üretim ve pazarlama yöntemleri kullanılmaya başlanmış ve gıda güvenlik önlemleri arttırılmıştır (Albayrak, 2009).

Birçok dünya ülkesi ile kıyaslandığı zaman Türkiye’nin taze sebze ve meyve üretimindeki en önemli avantajı dört mevsim üretimin yapılmasıdır. Ancak bölgesel bazda ele alındığı zaman farklı bölgelerin taze sebze ve meyve üretiminde farklı paylar sahip olduğu görülmektedir (Korkmaz vd., 2006). Türkiye’de taze sebze ve meyve üreticilerinin %95’inin küçük üretici konumunda bulunan ve teknolojik yetersizlikler içinde üretim yapan, aynı zamanda işletme sermayesi düşük olduğu bilinmektedir. Bunun yanında taze sebze ve meyve üreticileri ürünlerini genellikle kendi imkânları ile üretilip pazarlama yoluna gitmektedirler. Bu bağlamda üretim işlevini tam anlamıyla yerine getirecek üretici birliklerinin oluşturulması ülkemiz açısından önem arz etmektedir (Canik ve Alparslan, 2010).

Toptancı halleri söz konusu ürün alışverişinin içerisinde sadece temel pazarlama görevlerini yerine getirmenin yanında, ürünlerin sağlıklı, hijyenik ve belirli standartlar kapsamında tüketiciye ulaşmasına imkan sağlamaktadır. Bu nedenle toptancı hallerinin yapısal durumlarının iyi analiz edilmesi ve toptancı hallerinin mevcut yapılarına ilişkin sorunların tespit edilmesi önemlidir. Ülkemizde de toptancı haller ile ilgili yasal mevzuat bulunmaktadır. Son yıllarda da toptancı haller ile ilgili yeni yasa çıkarılmıştır. Bu kapsamda yapılan bu araştırmada, ülkemizin önemli taze sebze ve meyve ticareti yapılan illerin başında gelen Aydın'daki toptancı halleri de mevcut yapısal durumların belirlenmesi, ayrıca hallerde çalışan komisyoncu ve yöneticilerin yeni hal yasası hakkındaki tutum ve davranışlarının analiz edilmesi amaçlanmıştır.

1.1. Konunun Önemi

Ülkemizde taze sebze ve meyve pazarlamasının önemli kollarını toptancı halleri, pazarlar, seyyar satıcılar, süper marketler, kooperatifler, tüccarlar, manavlar, gıda sanayicileri ve dış satıcılar oluşturmaktadır. Bu yapı içerisinde toptancı halleri semt pazarlarına, ihracatçı kişi ve firmalara ürün temin eden konumdadırlar (Sayılı ve Civelek, 2012).

Taze meyve ve sebzelerin toptan alım ve satımında toptancı hallerin önemi büyüktür. Toptancılar faaliyet gösterdikleri bölgelerde tüketicilerin ihtiyaçlarını bilmekte, buna göre tüketici taleplerini perakendecilere sunmakta ve toplam pazarlama masrafları da bu süreçte etkili olmaktadır. Ayrıca toptancılar çok fazla sayıda üretici ve toplayıcı ile görüşerek gerekli malları satın alabilmekte ve perakendeciye daha ucuz mal satabilmektedir..

Ülkemizde toptancı halleri ile ilgili yasal düzenlemeler uzun yıllardır yenilenmektedir. Türkiye'de taze meyve ve sebze pazarlaması ilk kez 12 Eylül 1960 tarih ve 80 sayılı Toptancı Halleri Sureti İdaresi Hakkında Kanun ile düzenlenmiştir. Değişen ekonomik şartlar ve gelişen pazar talepleri ile günümüze kadar birçok Kanun ve Kanun Hükmünde Kararname (KHK) çıkarılmıştır. Son

yıllarda yapılan yeni değişiklikler ile birlikte toptancı hallerinin işleyişinde tekrar bazı değişiklikler meydana gelmiştir. Ancak toptancı hallerindeki işleyişi iyileştirmeye ve geliştirmeye yönelik bu düzenlemelerden toptancı hallerinin hangi düzeyde etkilendiğini belirlemeyi amaçlayan çalışmaların yetersiz olduğu görülmektedir. Bu nedenle taze sebze ve meyve pazarlamasında önemli bir konuma sahip olan toptancı hallerinin mevcut yapısal durumlarının incelenmesi ve yeni yasal düzenlemelerden nasıl etkilendiklerinin belirlenmesi oldukça önemlidir.

1.2. Araştırmanın Önemi

Türkiye’de toptancı hallerinin işleyişine ve yapısal özelliklerine yönelik araştırmaların sınırlı olduğu görülmüştür. Bunun yanında ülkemizde taze sebze ve meyve üretiminin oldukça yüksek olduğu bölgelerin başında gelen Ege Bölgesinde toptancı hallerinin yapısal özellikleri ve işleyişine yönelik bilimsel araştırmaların oldukça sınırlı sayıda olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda söz konusu araştırma, Ege Bölgesinin önemli bir tarımsal ürün üreticisi olan Aydın ilindeki toptancı hallerinin yapısal özelliklerini ve işleyiş biçimini ortaya koyabilmesi, bu alanda benzer araştırmalar yapacak olan araştırmacılara öngörüş sunabilmesi, bunun yanında toptancı hallerinin işleyişinde ve yapısal özelliklerinde görülen aksaklıkları ortaya koyabilmesi açısından oldukça önemli görülmektedir.

1.3. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın ana amacı, Aydın ilinde bulunan taze sebze ve meyve toptancı hallerinde faaliyet gösteren komisyoncuların ve bunlara ek olarak yöneticilerin, 5957 sayılı yeni Hal Yasasına ilişkin tutum ve görüşlerini analiz etmektir. Bu ana amaca ilave olarak söz konusu toptancı hallerin genel bazı özelliklerini (toptancı hallerin işleyişi, komisyoncuların deneyimleri, eğitim durumları, fiziksel özellikler vb.) ortaya koyabilmektir.

1.4. Araştırmanın Kapsamı

Araştırmanın kapsamını Aydın ilinin merkez ilçelerinde bulunan 13 toptancı halinde faaliyet gösteren 166 iş yeri ve 86 komisyoncu oluşturmuştur (Çizelge 1.1.).

Çizelge 1.1. Araştırmanın Kapsamına İlişkin Bilgiler

	Toplam iş yeri			Faal. İş yeri			Komisyoncu		
Acarlar Bld.	34	65	34	34	65	34	24	31	24
Atça Bld.	12	11	12	12	10	12	12	6	12
Aydın Bld.	39	40	39	37	37	37	37	7	37
Germencik Bld.	5	0	5	5	0	5	3	0	3
İncirliova Bld.	15	13	15	8	8	8	8	3	8
Köşk Bld.	19	16	19	19	13	19	13	3	13
Kuşadası Bld.	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Kuyucak Bld.	9	8	9	8	3	8	8	1	8
Nazilli Bld.	30	30	30	27	30	27	27	16	27
Salavatlı Bld.	10	20	10	10	18	10	10	6	10
Söke Bld.	14	0	14	14	0	14	0	0	0
Sultanhisar Bld.	11	12	11	11	12	11	11	5	11
Umurlu Bld.	9	13	9	9	11	9	9	6	9
Genel Toplam	211	232	211	198	211	198	166	88	166

** TC Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, İç Ticaret Genel Müdürlüğü 26.04.2011 tarihi kayıtları itibariyle Aydın ili ve ilçelerindeki toptancı hallerin iş yeri adetleri ve komisyoncu sayıları

** 01.04.2012 – 30.04.20¹12 tarihleri arasında yapmış olduğum anket çalışmamın Aydın ili ve ilçelerindeki toptancı hallerin iş yeri adetleri ve komisyoncu sayıları

Not: Germencik belediyesi toptancı hali diye geçen adreste 2 yıldır bir inşaat firması faaliyetini sürdürmektedir. Ayrıca Söke Belediyesi toptancı haline 2012 Nisan ayında 3 kere gidilmesine rağmen 1 adet komisyoncu bulunmuştur ve anket yapmak istememiştir.

** TC Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, İç Ticaret Genel Müdürlüğü 31.10.2012 tarihi kayıtları itibariyle Aydın ili ve ilçelerindeki toptancı hallerin iş yeri adetleri ve komisyoncu sayıları

Diğer iş yerlerinin akıbeti hakkında bir bilgiye ulaşılamamıştır. Dolayısıyla bu iki bölgedeki toptancı hallerde yüksek yoğunlukta işlem yapıldığı söylenemez.

2. KAYNAK ÖZETLERİ

Bayuk (2000), “Türkiye’de Yaş Meyve Sebze Ticareti ve Toptancı Hali İşleyişi (Trabzon Toptancı Hali Örneği)” konulu çalışmasında, Trabzon Toptancı Halinin işleyişi, yapısı üzerinde durmuştur. Ayrıca, Türkiye’de taze meyve sebze ticareti ve toptancı hallerinin işleyişini de araştırmıştır.

Akkılıç (2003), sebze ve meyve pazarlamasında faaliyet gösteren aracı kuruluşların (komisyoncuların) satın alma kararlarını etkileyen faktörlerin önem derecesini ortaya konularak ve il dışından satın alınan ürünlerin yerine yerel üreticiler tarafından üretilen ürünlere yönelmelerine katkı sağlamayı amaçlayan bir araştırma yapmıştır. Ayrıca, ürün desenini çoğaltmak için daha organize çalışmaların yapılmasına bazı öneriler getirilmiştir. Elazığ toptancı sebze ve meyve halinde faaliyet gösteren toplam 81 komisyoncunun 62’si ile anket çalışması yapılmıştır. Yapılan bu anket çalışmasıyla, komisyoncuların satın alma kararlarını etkileyen faktörlerin önem derecesine göre bir sıralaması ortaya çıkarılmıştır.

Özsu (2005), toptancı hallerin yönetim ve mevzuatını, taze meyve ve sebze ticaretini, AB ve Türkiye’deki taze meyve ve sebze ticareti arasındaki farklılıkları ortaya koymaya çalışmıştır.

Sayın ve Mencet (2007), hal sisteminin mevcut durumunun incelenmesi ve sistemin aksayan yönlerinin çeşitli açılardan ortaya konulması sağlayan araştırma yapmışlardır.

Tahhuşoğlu (2007), “Hatay İlinde taze Sebze Meyve Dış Satımının Yapısı ve Geliştirme Olanakları” adlı çalışmasında, Türkiye’de ve Hatay İli’nde taze sebze meyve üretimi ile Türkiye ve Hatay İlinde taze sebze meyve üretim ve ihracatı incelenmiş, ihracatı geliştirme olanakları üzerinde durulmuştur.

Gürbüz (2008), “Türkiye’de Yaş Meyve ve Sebze Üretimi, İhracatı, Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri” adlı çalışmasında, Türkiye taze meyve ve sebze

üretiminden pazara kadar yer alan aşamalarına genel bir bakış yapılmış, belirlenen sorunlara bazı çözüm önerilerinin getirilmesi üzerinde durulmuştur.

Albayrak (2009), tarafından yapılan çalışmada, toptancı hallerin daha sağlıklı çalışabilmesi için yasal, altyapı ve paydaşların temsiliyeti açısından öngörülerin ortaya konulması hedeflenmiştir. Bu amaçla, Dünya, AB ve Türkiye’de taze meyve ve sebze üretimi, dış ticaret yapısı, uygulanan destekler ve pazarlama sistemleri ortaya konulduktan sonra, pazarlamada önemli yeri olan toptan hallerin (toptancı pazarlar) yapısal farklılıkları ve yasal düzenlemeler karşılaştırmalı olarak incelenmiştir.

Çetin (2009), yeni perakendecilik sisteminde, toptancı hallerin giderek zayıflayan güçlerini tekrar kazanabilmeleri için ne gibi stratejiler izlemeleri gerektiğini incelemiştir.

Çetin (2009) tarafından yapılan araştırmada, yeni perakendecilik sistemi içerisinde toptancı hallerinin geliştirmeleri gereken stratejiler üzerinde durulmuştur. Araştırmanın sonundataze sebze ve meyvelerin kolay bozulabilen ürünler oldukları için toptancı hallerinde depolama sistemlerinin geliştirilmesi gerektiği belirtilmiştir. Bunun yanında değişen ve gelişen perakendecilik sistemi içerisinde toptancı hallerinin geliştirecekleri yeni stratejilerin hükümet desteği olmadan amacına ulaşamayacağı vurgulanmıştır.

Polat (2010), Dünyada, Türkiye’de ve Adana ili taze meyve sebze üretimi ve ihracatını etkileyen faktörler ve Adana ilinde bazı taze meyve ve sebze toptan fiyatlarının analizi yapmıştır.

Canik ve Alparslan (2010), taze meyve ve sebze pazarlaması ve toptancı haller, taze meyve ve sebze pazarlama kanalları, toptancı hallerdeki kayıt dışılık ve son yasal düzenlemeler hakkında genel bir değerlendirme yapmışlardır.

Gözener ve Sayılı (2011), Tokat ili merkez ilçe toptancı halindeki komisyoncuların yeni hal yasası hakkındaki görüşlerini incelenmişlerdir.

Araştırmanın sonunda toptancı halindeki komisyoncuların büyük bir bölümünün yeni hal yasasından haberdar olmadıkları tespit edilmiştir. Bunun yanında komisyoncuların çoğunluğunun hal yönetiminin belediyelerde olması gerektiğini düşündükleri, toptancı hali dışında mal satışına izin verilmemesi, Toptancı Hal Konseyinin oluşturulması, satış yerlerinin belirli bir kısmının üretici örgütlerine ayrılması, Hal Kayıt Sistemi'nin kurulması, Hal Hakem Heyetlerinin yeniden aktif hale gelmesi gibi düşüncelere sahip oldukları tespit edilmiştir.

Kahraman (2012), Türkiye'de taze meyve-sebze pazarlamasında toptancı hallerinin etkinliği, karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerileri üzerinde durmuştur. Araştırmanın sonunda komisyoncuların %41,9'unun yeni hal yasası hakkındaki düşüncelerinin olumlu, %41,9'unun olumsuz ve %16,3'ünün ise belirsiz olduğu tespit edilmiştir. Aynı çalışmada komisyoncu görüşlerine göre yeni hal yasasının beraberinde birçok sorunu getireceği ifade edilmiştir.

Kadanalı ve Dağdemir (2013) tarafından yapılan çalışmada, taze meyve ve sebze pazarlamasında araçlar bakımından en uygun kanalın belirlenmesine yönelik tespitler yapılmıştır. Araştırmanın sonunda en iyi pazarlama kanalının "Üretici → Üretim Merkezi Komisyoncusu → Tüketim Merkezi Komisyoncusu → Perakendeci → Tüketici" şeklinde olduğu tespit edilmiştir. İkinci sırada yer alan pazarlama kanalının ise "Üretici → Tüketim Merkezi Komisyoncusu → Perakendeci → Tüketici" şeklinde olduğu tespit edilmiştir.

Emeksiz vd., (2014) tarafından yapılan çalışmada, Türkiye'de tarımsal ürün pazarlamasında kullanılan kanallar ve araçlar değerlendirilmiştir. Araştırmanın sonunda, ülkemizde standardizasyon, ambalajlama, etiketleme, kalite yönetim sistemleri ve HACCP gibi konularda bilgi yetersizliği, yasal altyapı ve uygulamalardan kaynaklanan çeşitli pazarlama ve dağıtım sorunları olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle ülkemizin gelecekte hem yurt içi hem de yurt dışı tarımsal ürün pazarlama potansiyelinin geliştirilmesi için bazı önlemlerin alınması gerektiği belirtilmiştir. Özellikle tarım ürünlerine dayalı olan sanayi işletmelerinin pazarlama kanallarını iyi seçmeleri gerektiği vurgulanmıştır.

3. DÜNYADA ve TÜRKİYE'de TAZE SEBZE ve MEYVE

Gelişmiş ülkelerde yapılan bilimsel araştırmalarda, dünya genelindeki sebze ve meyve talebinin giderek artacağı belirtilmiştir. Bunun temel nedenlerinin başında dünyadaki nüfusun sürekli artması, dünyadaki ekonomik büyümenin devam etmesi ve sağlıklı beslenme bilincinin artması gelmektedir (Çeltikçi, 2008). Taze sebze ve meyvelerin günlük ekonomi içerisindeki öneminin kadar, insan sağlığı için de oldukça önemli olduğu bilinmektedir. Çünkü taze sebze ve meyveler içerisinde ciddi besin ögesi barındıran yiyecek grupları içerisinde yer almaktadır. İnsan yaşamı ve ekonomi açısından bu kadar önemli olan taze sebze ve meyvelerin tüketicilere ulaşmasında geçirdiği süreçler ve pazarlama kanalları oldukça önemlidir (Kahraman, 2012).

3.1. Dünya'da Taze Sebze Üretimi

Food and Agriculture Organization (FAO) tarafından verilen en güncel verilere göre, 2012 yılı itibariyle dünyada 56,7 milyon hektarlık bir alanda taze sebze üretimi yapılmıştır. En fazla yetiştirilen ürün domates olup (159 milyon ton) toplam yetiştirilen ürün miktarı yaklaşık olarak 1,1 milyar ton olmuştur (Çizelge 3.1). Taze sebze üretiminde bir önceki yıla kıyasla önemli bir artış meydana geldiği görülmektedir. En fazla üretilen ürün olan domatesin üretiminin en yaygın olduğu ülkelerin Çin ve Hindistan olduğu, domatesten sonra en fazla üretilen ürünün ise karpuz olduğu belirtilmiştir. Nitekim 2011 yılındaki toplam karpuz üretiminin 10.4 milyon ton olduğu belirtilmiştir (TCEB, 2013).

Çizelge 3.1'e göre, dünya taze sebze üretiminde zirvede olan ürünün domates olduğu görülmektedir. Diğer ürünlerin ise sırasıyla karpuz, kuru soğan, lahana, hıyar ve kornişon, patlıcan, havuç ve şalgam, biber, marul ve hindibadan oluştuğu belirtilmiştir. Ayrıca dünya taze sebze üretiminin ilk on sırasında bulunan ürünlerin toplam üretim oranlarının bir öncesi yıla göre artış gösterdiği görülmektedir (TCEB, 2014).

Çizelge 3.1. Dünyada Üretilen Taze Sebzeler (Bin Ton)

Sıra	Ürün Adı	2009	2010	2011	Değişim
1	Domates	153.884	145.652	159.023	9.2
2	Karpuz	98.265	89.153	104.472	17.2
3	Soğan	72.034	74.220	85.375	15.0
4	Lahana	65.344	58.023	68.840	18.6
5	Hıyar ve kornişon	60.693	57.556	65.334	13.5
6	Patlıcan	43.064	41.829	46.685	11.6
7	Havuç ve şalgam	33.297	33.663	35.658	5.9
8	Biber	28.464	27.518	29.939	8.8
9	Diğer	23.940	23.612	27.295	15.6
	Toplam	578.985	551.226	622.621	12.95

Kaynak: TCEB, (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı) 2014.

FAO verilerine göre taze sebze üretiminde lider konumda olan ülke 162 milyon tonluk üretim ile Çin olmuştur. Bu bulguya göre Çin Halk Cumhuriyeti tarafından yapılan üretimin toplam pazar payının %52'ye denk geldiği görülmektedir. Çin'i sırasıyla Hindistan, Amerika ve Türkiye izlemektedir (Çizelge 3.2). Türkiye'nin 27,4 milyon tonluk üretim hacmi ile taze sebze üretimindeki payı %2,5'tir (TCEB, 2013). Ayrıca dünyanın taze sebze üretiminde söz sahibi olan ilk 15 ülkenin taze sebze üretim oranlarının önceki yıllara göre artış gösterdiği görülmektedir.

Çizelge 3.2. Ülkelere Göre Taze Sebze Üretimi (Bin Ton)

Sıra	Ülke adı	2010	2011	Değişim (%)
1	Çin	473.094	561.744	18.7
2	Hindistan	99.680	105.795	6.1
3	Amerika	35.293	34.670	-1.8
4	Türkiye	25.831	27.406	6.1
5	İran	18.678	25.961	39.0
6	Mısır	19.516	18.945	-2.9
7	Rusya	13.233	16.275	23.0
8	İtalya	13.499	13.287	-1.6
9	İspanya	12.125	12.408	2.3
10	Meksika	12.125	11.908	-1.8
11	Brezilya	10.032	11.611	15.7
12	Nijerya	11.055	11.439	3.5
13	Güney Kore	9.401	11.364	20.9
14	Japonya	11.034	10.859	-1.6
15	Ukrayna	8.911	10.608	19.0
	Dünya Toplam	773.507	884.280	14.32

Kaynak: TCEB, (2013).

FAO verilerine göre, dünyada en fazla üretimi yapılan taze meyveler Çizelge 2.3’de gösterilmiştir. Bunun yanında dünya taze meyve üretiminde en fazla söz sahibi olan ülkeler Çizelge 3.4’de gösterilmiştir (TCEB, 2013).

FAO’nun 2011 yılı verilerine göre; dünyada toplam 57.1 milyon hektarlık arazide taze meyve üretimi yapılmıştır. Söz konusu alanda yetiştirilen toplam taze meyve 490 milyon ton olup, yaklaşık 106 milyon tonluk üretim miktarı ile muz, dünyada en çok yetiştirilen taze meyve ürünüdür. Muz’u sırasıyla elma (75.6 milyon ton), üzüm (69.7 milyon ton), portakal (69.6 milyon ton) ve plantin (38,9 milyon ton) ürünleri takip etmektedir. Dünya taze meyve üretimi 2011 yılında 2010 yılına kıyasla %4.78 oranında artış göstermiştir (TCEB, 2013).

Çizelge 3.3. Dünyada Üretilen Taze Meyveler (Bin Ton)

Sıra	Ürün adı	2010	2011	Değişim (%)
1	Muz	102.114	106.541	4.34
2	Elma	69.567	75.635	8.72
3	Üzüm	68.350	69.654	1.91
4	Portakal	69.507	69.605	0.14
5	Plantin	36.561	38.901	6.40
6	Mango	38.673	38.899	0.59
7	Mandalin	21.317	24.580	15.30
8	Armut	22.638	23.896	5.56
9	Şeftali	20.278	21.528	6.17
10	Ananas	19.418	21.582	11.14
	Toplam	468.423	490.821	4.78

Kaynak: TECEB, (2014).

Dünyada taze meyve üretiminde Çin, yaklaşık % 21,2’lik pay ve 135 milyon tonluk üretim ile ilk sırada yer alırken bu ülkeyi sırasıyla Hindistan (74,8 milyon ton), Brezilya (40,9 milyon ton), ABD (27,1 milyon ton) ve İtalya (17,3 milyon ton) izlemektedir. Ülkemiz yaklaşık 14,4 milyon tonluk taze meyve üretimi ile dünya sıralamasında onuncu sırada yer almakta ve üretimden %2,3 pay almaktadır (TCEB, 2013).

Çizelge 3.4. Ülkelere Göre Taze Meyve Üretimi (Bin Ton)

Sıra	Ülke	2010	2011	Değişim (%)
1	Çin	122.178	134.950	10.5
2	Hindistan	84.791	74.836	-11.7
3	Brezilya	39.286	40.949	4.2
4	ABD	25.383	27.139	6.9
5	İtalya	16.907	17.352	2.6
6	Endonezya	14.867	17.196	15.7
7	Filipinler	16.181	16.138	-0.3
8	Meksika	15.255	16.117	5.6
9	İspanya	15.184	15.452	1.8
10	Türkiye	13.945	14.388	3.2
11	İran	12.126	11.233	-7.4
12	Uganda	10.203	11.123	9.0
13	Mısır	9.581	9.922	3.6
14	Nijerya	9.979	9.870	-1.1
15	Tayland	10.273	13.090	27.4
	Toplam	416.139	429.755	3.27

Kaynak: TCEB, (2013).

3.2. Dünya'da Taze Meyve ve Sebze Pazarlaması

Türkiye'de olduğu gibi dünyanın birçok yerinde taze sebze ve meyve ticaretinde bazı pazarlama (üretim, ithalat, ihracat) yolları bulunmaktadır. Bu pazarlama yolları sayesinde üretilen taze sebze ve meyveler tüketiciye ulaşmaktadır. Bu süreçte üretilen taze sebze ve meyveler doğrudan tüketiciye ulaşabildiği gibi pazarlama zinciri genellikle bazı araçlar tarafından tamamlanmaktadır. Taze sebze ve meyve ticaretinde üreticiler ürünlerini çeşitli yollar ile pazarlamaktadırlar. Söz konusu pazarlama yöntemlerinin başında üretici pazarları, açık toptan satış, kendi aracı ile sokakta satış, elektronik ticaret, organik ürün pazarı ve yol/tarla/bahçe kenarında satış gibi yöntemler gelmektedir (Albayrak, 2009).

Çizelge 3.5. Dünyada Taze Sebze Ve Meyve İhracat Değeri (Milyon Dolar)

Sıra	Ürün	2011	2012	Değişim (%)
1	Muz	9.168	8.869	-3.3
2	Üzüm	6.976	7.124	2
3	Elma	7.162	7.109	-0.7
4	Portakal	4.746	4.636	-2.3
5	Mandalina	4.199	4.218	0.5
6	Domates	8.668	7.871	-9.2
7	Biber	4.340	4.272	-1.6
8	Soğan	3.165	2.600	-17.9
9	Patates	3.499	2.561	-26.8
10	Hıyar	51.923	49.260	-5.12

Kaynak: TCEB, (2014).

3.3. Türkiye'de Taze Meyve ve Sebze Üretimi

Türkiye ekolojik açıdan birçok avantaja sahip olduğu için sebze ve meyve yetiştiriciliğinde dünyanın önde gelen ülkelerinden birisidir. Ayrıca birçok meyvenin anavatanı konumundadır. Taze sebze ve meyve üretiminde bu kadar önemli bir konumda bulunan ülkemizde sebze ve meyve üretimi önemli bir gelir ve istihdam alanıdır (Sayılı ve Civelek, 2012). Bunun yanında Türkiye’de uygun iklim ve arazi koşulları nedeniyle meyve üreticiliği veya yetiştiriciliği yapan çiftçilerin bilgi düzeyleri oldukça yüksektir. Bu durum ülkemizin meyve yetiştiriciliği açısından oldukça önemli bir avantajdır (Niyaz ve Demirbaş, 2011). Türkiye’nin ürettiği taze sebzelerin toplam miktarı, soğan, patates ve sarımsak gibi yumru gövdeli sebzeler dışında %67’dir (Çetin, 2009). Türkiye’de 2002-2013 yılları arasındaki taze sebze üretimine ilişkin veriler (GTHB, 2014).

Türkiye’de yetişen meyvelerin büyük bir bölümü ılıman iklim kuşağında bulunan bölgelerde yetişmektedir. En fazla üretilen taze meyvelerin başında üzüm, elma, armut, şeftali, kayısı, erik, Türkiye’de taze meyve üretiminin en fazla yapıldığı illerin başında İzmir, Manisa ve Aydın gelmektedir. Bölge bazında ele alındığı zaman en fazla taze meyvenin üretildiği bölgeler ise Akdeniz ve Ege bölgeleridir (Niyaz ve Demirbaş, 2011). kiraz ve ayva gelmektedir (Gül ve Akpınar, 2006).

Çizelge 3.6’ya göre, 2011-2013 yılları arasında Türkiye’de üretimde önemli paya sahip taze sebzelerden en yüksek üretim payına domatesin sahip olduğu görülmektedir. Bunun yanında üretilen taze sebze türlerinde domates, kavun, sivri

biber ve salçalık biber üretimi son üç yılda sürekli olarak arttırmıştır. Diğer taze sebze üretimlerinde ise dalgalanmalar görülmektedir.

Çizelge 3.6. Türkiye’de Üretilen Taze Sebze Miktarları (Ton)

Ürünler	2011	2012	2013	Değişim
Domates	11.003.433	11.350.000	11.820.000	4,14
Karpuz	3.864.489	4.022.296	3.887.324	-3,35
Soğan	2.141.373	1.735.857	1.904.846	9,73
Hıyar	1.749.174	1.741.878	1.754.613	0,73
Kavun	1.647.988	1.688.687	1.699.550	0,64
Biber (sivri)	879.846	910.725	946.506	3,92
Patlıcan	821.770	799.285	826.941	3,46
Biber	730.493	748.422	814.372	8,81
Diğer sebzeler	602.078	714.280	569.855	-20,21
Toplam	24.042.722	24.425.710	24.793.862	1,51

Kaynak: <http://www.tarim.gov.tr/>, (2014).

Türkiye’de 2011-2013 yılları arasında en fazla üretilen taze meyve üzüm olmuştur. Ülkemiz, dünya çekirdeksiz kuru üzüm üretiminde uzun yıllardır ABD ile birlikte ilk iki sırayı paylaşmaktadır. Türkiye’de özellikle çekirdeksiz üzümde elde edilen kuru üzümler dünya çapında ünlüdür. Bu nedenle Ege Bölgesi’ndeki bağlarda, değerli ihraç ürünü olan ve dış piyasalarda aranan çekirdeksiz kuru üzüm elde edilmesine yönelik olarak üretim yapılmaktadır. Türkiye’de üzüm, portakal, limon üretiminde yıllar itibarı ile dalgalanmalar olmaktadır. Elma, mandalina, kayısı, şeftali, kiraz ve armut üretiminde ise genel olarak belirli bir artış meydana geldiği gözlenmektedir.

Çizelge 3.7. Türkiye’de Üretilen Taze Meyve Miktarı (Ton)

Ürünler	2011	2012	2013	Değişim
Üzüm	4.296.351	4.185.126	4.011.409	-4.15
Elma	2.680.075	2.888.985	3.128.450	8.28
Portakal	1.730.146	1.661.111	1.781.259	7.23
Mandalina	872.251	874.832	942.226	7.70
Kayısı	650.000	760.000	780.000	2.63
Limon	790.211	710.211	726.283	2.26
Şeftali	545.902	611.165	637.543	4.31
Kiraz	438.550	470.887	494.325	4.97
Armut	386.382	442.646	461.826	4.33
Toplam	12.389.868	12.604.963	12.963.321	2,84

Kaynak: <http://www.tarim.gov.tr/>, (2014).

Aydın ili de sahip olduğu tarım arazileri ve tarım ürünleri ile Türkiye’deki önemli sebze ve meyve üreticisi illerin başında gelmektedir. TÜİK 2012 verilerine göre Aydın ilinde 111.290.000 dekar sebze bahçesi bulunmaktadır. Aydın ilinde üretilen sebzelerin yıllara göre dağılımları Çizelge 3.8’de gösterilmiştir.

Çizelge 3.8’de görüldüğü gibi Aydın ilinde çok farklı sebze türleri yetişmektedir. Önemli sebzelerin yıllara göre üretim miktarlarını incelediğinde biber ve binya üretiminde yıllar içinde düşüş yaşandığı, diğer taraftan domates üretiminde sürekli artış yaşandığı görülmektedir (Karabulut, 2012). Domates üretiminde artış yaşanmasında bölgede yakın bir tarihte salça fabrikasının kurulmuş olmasının etkili olduğu ifade edilebilir.

Çizelge 3.8. Aydın İlindeki Bazı Önemli Sebzelerin Üretimleri (Da/Ton)

Ürünler	da/ton	2010	2011	2012
Domates	Ekiliş (da)	30.194	39.198	42.789
	Üretim (ton)	120.331	179.179	191.590
Sivri biber	Ekiliş (da)	11.557	10.940	10.365
	Üretim (ton)	25.674	25.404	23.873
Binya	Ekiliş (da)	3.578	2.706	2.678
	Üretim (ton)	2.473	1.807	1.748
Patlıcan	Ekiliş (da)	4.226	4.435	4.438
	Üretim (ton)	12.631	12.967	13.147
Kavun	Ekiliş (da)	7.195	6.629	6.956
	Üretim (ton)	16.106	14.552	15.558

Kaynak: Karabulut, C. 2012. 2012 Yılı Ekonomik Raporu. Aydın Ticaret Borsası, Aydın.

Aydın ilinde sebze bahçelerinin yanında 2.155.207.00 dekar meyve yetiştirme alanı bulunmaktadır. Üretilen meyvelerin yıllara göre dağılımları Çizelge 3.9'da gösterilmiştir (Karabulut, 2012). 2010-2012 yıllarında Aydın ilinde yetişen önemli meyvelerin yıllara göre üretim miktarları incelendiğinde ise en çok üretim artışının çilekte olduğu görülmektedir (Çizelge 2.9). Bunun yanında, Aydın ili hem Türkiye hem de dünya taze incir üretiminde birinci sırada yer almaktadır. Türkiye'de bulunan incir ağaçlarının %62.4'ü bir Aydın ilinde yer almakta ve Türkiye'de üretilen toplam 275.002 ton incirin 171.637 tonu Aydın ilinde üretilmektedir. Aydın ilinde dikili incir alanları 361.415 dekar, toplam incir ağacı sayısı 6.541.996 adet, meyve veren incir ağacı sayısı ise 5.953.180 adet, ağaç başına verim düzeyi ise 29 kg'dır (Karabulut, 2012).

Çizelge 3.9. Aydın İlinde Üretilen Önemli Meyvelerin Üretimi (Da/Ton)

Ürünler	2010	2011	2012
Portakal	44.512	47.650	51.562
Çilek	30.070	30.004	46.757
Mandalina	28.746	30.103	30.419
Elma	23.882	21.311	22.538
Şeftali	20.759	20.860	23.271
Erik	10.793	11.277	11.147
Nar	7.432	9.336	10.351
Armut	5.358	5.746	5.775

Kaynak: Karabulut, C. 2012, 2012 Yılı Ekonomik Raporu. Aydın Ticaret Borsası, Aydın.

3.4. Türkiye'de Taze Meyve ve Sebze Pazarlaması

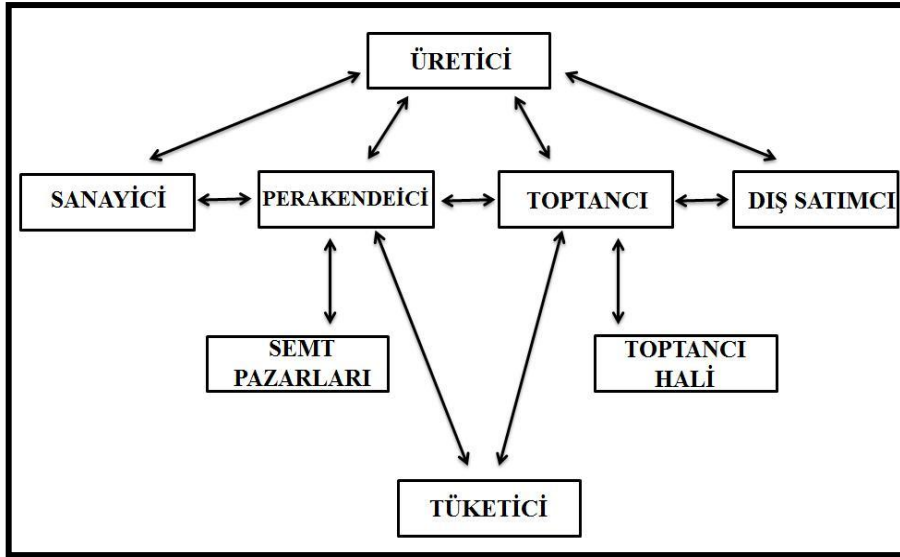
Türkiye'de hem üretilip iç pazara hem de dış pazara sunulan ürünlerin büyük bir bölümünde ürün kalite kayıplarının yaşandığı bilinmektedir. Bunun temel nedenlerinden birisi de taze sebze ve meyvelerin taze olarak elde edildikten sonra tüketiciye ulaşana kadar geçen sürede tazeliğini kaybetmesidir. Bu noktada taze sebze ve meyve nakliye sistemlerinin iyi düzeyde olması gerekmektedir. Çünkü taze sebze ve meyve üretimi oldukça farklı ve yorucu üretim aşamalarından oluşmaktadır ve nakliye nedeniyle yaşanan kayıplar harcanan emeğin boşa çıkması anlamına gelmektedir (Tuncer, 2005).

Türkiye'nin taze sebze ve meyve ihracatı toplam üretimin %3,7'sini oluşturmaktadır. Türkiye'nin taze sebze ve meyve ihracatında düşük bir orana sahip olmasına neden olan diğer bir unsurda üretilen taze sebze ve meyvelerin büyük bir bölümünün yerli sanayide hammadde olarak kullanılmasıdır. Bunun

yanında Türkiye gıda güvenliği açısından yüksek kaliteye sahip taze sebze ve meyve üretiminde zorlanmaktadır. Bundan dolayı gıda güvenliğine dikkat eden ülkelere yapılan taze sebze ve meyve ihracatı düşük düzeydedir (Özdemir, 2008).

Türkiye’de üretilen taze sebze ve meyvelerin uluslararası kalite standartlarında yetiştirilmesi ve talebi karşılaması, uluslararası alanda kabul edilen uygun üretim yöntemlerinin kullanılması, ürünlerin güvenilir üretilme ve izlenebilirliğinin artırılması, bunun yanında hasat, taşıma ve nakliye, ürün depolama gibi pazarlama araçlarında uygun yöntemlerin kullanılması ile Türkiye’nin taze sebze ve meyve ihracatının artacağı söylenebilir (Gürbüz, 2008). Bu nedenle özellikle tarımsal ürün ticaretinin (iç ve dış pazar) artırılması için tüm kurum ve kişilerin çaba göstermeleri gerekmektedir (Emeksiz vd., 2014).

Türkiye’de taze sebze ve meyve pazarlamasında geleneksel pazarlama yöntemleri kullanılmaktadır (Şekil 3.1). Bu sistemde üreticiler tarafından üretilen ürünler araçlar vasıtasıyla tüketicilere ulaştırılmaktadır. Bu dağıtım biçimine ek olarak az sayıdaki üretici de ürünü doğrudan tüketicilere ulaştırmaktadır (Akkılıç, 2003).



Şekil 3.1. Türkiye’deki Taze Sebze ve Meyve Pazarlama Sistemi

Türkiye’de serbest piyasa ekonomisinin önemi her geçen gün artmaktadır. Bundan dolayı pazarlama ekonomisinin önemli alt işlevlerinden birini oluşturmaktadır. Çünkü üreticinin arazi, emek, sermaye ve girişimcilik gibi üretim faktörlerini

kullanarak ürettiği ürün ancak iyi bir pazarlama sistemi ile tüketiciye ulaştığında gerçek ekonomik değerini bulmaktadır. Bu durum üreticinin yanında tüketiciye de yarar sağlamaktadır. Üretim yapılan meyveler birtakım teknolojik metotlar ile işlenmekte veya dalından koparıldıktan sonra ya belirli süre depolanmaktadır. Bazen de hızlı bir biçimde tüketilme yoluna gidilmektedir. Genellikle kolay bozulabilen özelliğe sahip bu ürünleri tüketicinin istediği tazelik, biçim ve zamanda istediği yerde hazır bulundurmak oldukça önemlidir (Çetin, 2009).

3.4.1. İhracat

Türkiye her ne kadar taze sebze ve meyve üretiminde dünyanın önde gelen ülkeleri içerisinde yer alıyor olsa da, Türkiye'nin taze sebze ve meyve üretiminde ihracata ayrılan ürünlerin oranı düşüktür. Bunun temel nedenlerinin başında üretilen taze sebze ve meyve ürünlerinin büyük bir bölümünün ihraç edilecek tür ve çeşitlerden oluşmaması ve ihraç ürünlerinin büyük bir bölümünde kalite kayıplarının bulunması yatmaktadır (Sayılı ve Civelek, 2012). Bununla beraber yurt dışına taze sebze ve meyve ihraç eden firmalarımızın uluslararası geçerliliği olan ticari belge ve sertifikalara sahip olma oranlarının artması ülkemiz taze sebze ve meyve ihracatı açısından sevindirici bir durumdur (Albayrak, 2009).

Türkiye'nin taze sebze ve meyve ihracatındaki en büyük pazarı Avrupa Birliği (AB) ülkeleridir. Bu kapsamda Türkiye'de üretilen taze sebze ve meyvelerin genellikle AB ülkelerine ihraç edilmektedir. AB ülkelerine en fazla ihraç edilen ürünlerin başında kiraz, turunçgil, domates ve üzüm gelmektedir. AB ülkeleri başta tüketicilerinin sağlığını korumak için çeşitli nedenlerden dolayı ülkeye giren ürünlerin bazı standartlara sahip olmasını istemektedir. Bu kapsamda AB ülkelerine ürün ihraç edebilmek için firmaların bazı sertifikalara sahip olmaları gereklidir. Bu nedenle Türkiye'den AB ülkelerine taze sebze ve meyve ihracatı yapan firmalar AB pazarından pay alabilmek ve pazarı kaybetmemek için söz konusu sertifikalara sahip olmuşlardır (Özdemir, 2008).

Çizelge 3.10'a göre, Türkiye'nin en fazla taze sebze ve meyve ihracatı yaptığı ülken Rusya'dır. Türkiye'nin taze sebze ve meyve ihracatı yaptığı diğer ülkelerin ise sırasıyla Irak, Ukrayna, Romanya, Almanya, Bulgaristan, Suudi Arabistan, Gürcistan, Hollanda ve Polonya'nın takip ettiği görülmüştür. En önemli ihraç edilen taze sebze ve meyve ise domates, portakal, limon, greyfurt ve mandalina olmuştur (AİB, 2014).

Çizelge 3.10. Türkiye'nin Taze Sebze ve Meyve İhracatı

	ÜLKE	2013 (Ocak-Mart)		2014 (Ocak-Mart)	
		Miktar (kg)	Değer (\$)	Miktar (kg)	Değer (\$)
1	Rusya Federasyonu	250.046	207.947.15	264.886	195.553.836
2	Irak	182.092	88.403.627	300.398	124.856.658
3	Ukrayna	72.356	54.934.984	74.945	44.883.731
4	Romanya	18.817	13.185.621	36.323	27.468.108
5	Almanya	22.945	30.074.641	21.680	26.544.648
6	Bulgaristan	45.493	23.244.303	40.320	22.454.362
7	Suudi Arabistan	36.056	25.308.820	26.833	16.904.216
8	Gürcistan	21.272	11.404.019	32.902	13.383.996
9	Hollanda	8.363	9.516.769	14.080	12.827.521
10	Polonya	12.627	9.414.132	16.179	12.261.465
	Toplam	670.067	473.434.06	828.546	497.138.541

Kaynak: AİB, (Akdeniz İhracatçı Birlikleri) (2014).

Türkiye yüksek oranda taze sebze ve meyve üretim düzeyine sahi olduğu halde ihracat oranları oldukça düşüktür. Türkiye'nin taze sebze ve meyve ihracatında daha yüksek oranlara ulaşması için çeşitli önlemler alması ve yeni yollara başvurması oldukça önemlidir. Üretimden pazarlamaya kadar uygulanacak bilinçli ve sistemli bir program ile ihracat oranı hem miktar hem de değer olarak artırılabilir. Bu amaçla öncelikli olarak taze sebze ve meyve ihracatının başarısını engelleyen faktörlerin ortadan kaldırılması oldukça önemlidir. İhracata yönelik hazırlanan taze meyve ve sebze partilerinin, üretimden sofraya kadar geçen süre içinde miktar ve kalite ile ilgili kayıpların en aza indirilmesi, kalitenin korunması ve tüketiciye en iyi durumda ulaştırılabilmesi için gerekli şartların oluşturulması gerekmektedir. Türkiye taze sebze ve meyve piyasasının uluslararası arenadaki rakipleri karşısında kalite, güvenilirlik ve fiyat açısından rekabet edebilmesine imkân verecek olan şartların bir an önce hayata geçirilmesi önemli ve gereklidir. Ürün çeşidi ve kalitesi açısından uluslararası standartlara ve tüketici tercihlerine uygun üretim yapılamaması, ürünlerimizin Avrupa pazarlarında ikame ürünler olarak görülmesi sonucunu doğurmaktadır (Polat, 2010).

Çizelge 3.11'e göre Türkiye'nin ihracatını yaptığı taze meyvelerin başında portakal, mandalina, limon ve greylift gelmektedir. Bu meyveleri sırasıyla nar, elma, ayva, armut, çilek ve üzümün takip ettiği görülmektedir. İhracat oranları

değerlendirildiği zaman, Türkiye'nin ihracatını yaptığı birçok meyvenin ihracat oranının bir önceki yıla göre arttığı ifade edilebilir (AİB, 2014).

Çizelge 3.11. Türkiye'nin Meyve İhracatı

	Meyveler	2013 (Ocak-Mart)		2014 (Ocak-Mart)	
		MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER
1	Portakal	115.512.08	80.849.484	156.781.57	88.834.510
2	Mandalina	127.091.69	91.590.699	130.669.24	76.888.390
3	Limon	125.601.81	95.324.968	117.377.99	76.748.661
4	Greyfurt	68.200.560	46.754.932	73.084.583	38.813.507
5	Nar	31.114.686	24.968.140	46.106.700	31.527.512
6	Elma	4.384.067	2.382.869	73.085.588	24.613.066
7	Ayva	4.727.429	3.918.887	4.222.055	3.916.190
8	Armut	1.563.113	1.473.333	1.865.786	1.545.203
9	Çilek	1.099.249	1.659.079	1.234.145	1.497.557
10	Üzüm	690.634	723.223	1.263.563	1.032.781
	Toplam	479.985.33	396.400.54	605.691.22	345.417.37

Kaynak: AİB, (Akdeniz İhracatçı Birlikleri) (2014).

Çizelge 3.12'de görüldüğü gibi, Türkiye'nin ihracatını yaptığı taze sebzelerin başında domatesin geldiği görülmektedir. İhracatta ön planda olan diğer sebze ürünlerinin ise hıyar, biber, salatalık, kabak, soğan, patlıcan, mantar, patates, diğer sebzeler ve pırasa olduğu görülmektedir. Ayrıca geçmiş yıllar ile kıyaslandığı zaman Türkiye'nin taze sebze ve meyve ihracatında önemli bir artış olduğu ifade edilebilir (AİB, 2014). Domatesin ihraç edilen taze sebzelerin başında gelmesinin temelinde ülkemizin hemen hemen her kesiminde yetişmesi, son yıllarda seraların da devreye girmesi ile üretiminin her mevsim olması yatmaktadır (Çeltikçi, 2008).

Çizelge 3.12. Türkiye'nin Sebze İhracatı

	Ürünler	2013		2014	
		Miktar	Değer	Miktar	Değer
1	Patates	143.636	22.156.066	4.676	1.619.598
2	Domates	124.677	115.754.835	194.618	157.676.985
3	Mantar	75.826	1.663.770	98.221	2.061.556
4	Soğan	53.830	6.896.150	97.917	11.012.190
5	Hıyar	19.920	18.754.532	32.248	28.178.415
6	Kabak	17.300	13.725.327	25.686	15.965.874
7	Biber	15.899	25.633.955	20.139	26.215.988
8	Pırasa	9.282	5.009.122	2.941	1.526.018
9	Patlıcan	2.532	3.296.277	3.517	3.644.725
	Toplam	1.203.164	213.887.738	481.203	249.493.849
	Diğer Sebzeler	740.262	997.704	1.240	1.592.500
	Toplam	1.943.426	214.885.442	482.443	251.086.349

Kaynak: AİB, (Akdeniz İhracatçı Birlikleri) (2014).

Türkiye ile Avrupa Birliği arasında 1962 yılında taze sebze ve meyve ortak pazarı tahsis edilmiştir. Bu pazar genel olarak AB ülkelerine yapılacak olan ihracatlar üzerine standartlar ve üretici birlikleri hakkındaki düzenlemeleri içermektedir. Bunun yanında AB ile uyum çalışmaları kapsamında ülkeler arası taze sebze ve meyve ticareti üzerine değişik çalışmalarda yapılmıştır. Ancak günümüzde hala ticari anlamda bazı eksiklikler bulunmaktadır (Gül ve Akpınar, 2006).

3.4.2. İthalat

Türkiye coğrafi özellikleri ve üretim alanı bakımından hem kendine yeten hem de ürettiği ürünlerin büyük bir bölümünü ihraç eden bir ülkedir. Ancak bazı tarımsal ürünlerin yetersiz olması, Bazı ürünlerin de yetiştirilme olanaklarının düşük olması gibi nedenlerden dolayı Türkiye bazı ürünleri ithal etmek zorunda kalmaktadır. Özellikle muz, hindistan cevizi, ananas, avokado gibi yetiştiricilik bakımından kısıtlı olan veya yetiştiriciliği mümkün olmayan meyveler yurt dışından ithal edilmektedir. Bazı durumlarda da işleme sanayinin ihtiyaç duyduğu elma gibi ürünlerin temini amacıyla ithalat yoluna gidilmektedir (Kahraman, 2012).

4. TAZE MEYVE SEBZE PAZARLAMASINI ETKİLEYEN GELİŞMELER

4.1. İyi Tarım Uygulamaları (İTU)

İyi Tarım Uygulamaları (İTU) ile ilgili usul ve esaslar 07.12.2010 tarih ve 27779 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan yönetmelik ile tanımlanmıştır. İTU'nun tüm dünya üzerinde kabul görmüş kriterleri, uluslararası alanda uygulanan GLOBALGAP sertifika sistemine uygun olarak yapılmaktadır. İTU kısaca tarım faaliyetlerinin kontrollü bir biçimde yapılması demektir (WWF, 2013).

İTU, tarım üretiminin sosyal açıdan uygun olması, ekonomik açıdan kazanç ve verim içermesi, insanların sağlığının korunması, hayvanların sağlık ve ferahı için çevreye önem verilmesi gibi önlemleri kapsamaktadır. İTU ile birlikte taze sebze ve meyvelerde gıda güvenliği başlamış olmaktadır. İTU temel olarak gıda güvenliği, tarımın sürdürülebilmesi ve üretim aşamalarında çevre duyarlılığının artması konusundaki insan kaygıları sonucunda ortaya çıkmıştır. Bu kapsamda İTU'nun amacı, gıdaların sağlıklı ve güvenilir bir biçimde üretimlerini sağlamaktır (Özdemir, 2008). Ülkemizde de iyi tarım uygulamaları ile yapılan üretim oranları Çizelge 4.1.'de gösterilmiştir (GTHB, 2014).

Çizelge 4.1'e göre, geçmiş yıllarla kıyaslandığı zaman ülkemizdeki İyi Tarım Uygulamaları ile yapılan tarımsal üretimin arttığı görülmektedir. İyi Tarım Uygulamalarını kullanarak üretim yapan çiftçilerin oranının artması özellikle ülkemizin ihracatında önemli gelişmelere katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çizelge 4.1. Türkiye'deki İyi Tarım Uygulamaları (2007-2012)

Yıllar	İl sayısı (Adet)	Üretici sayısı	Üretilen alan (da)
2007	18	651	53.607
2008	19	822	60.231
2009	42	6.020	1.702.804
2010	49	4.540	781.740
2011	49	3.042	499.632
2012	47	3.676	837.171

Kaynak: GTHB, (Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı) (2014)

İyi Tarım Uygulamaları Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından belirlenen kriterlere göre yapılmaktadır. İTU sertifikaları yine Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından yetki verilmiş olan kuruluşlarca yapılmaktadır. İTU sertifika başvurularında kontrol işlemleri ve sertifika verme işlemleri farklı yetkililer tarafından gerçekleştirilmektedir (Resmi Gazete, 2010a).

4.2. İyi Üretim Uygulamaları (Good Manufacturing Practice)

İyi üretim uygulamaları, gıda güvenliğini ve yararlarını garanti altına alabilmek için gerekli olan standartları tanımlamaktadır. İyi üretim uygulamalarına ilişkin ilk öngörüler 1967 yılında FDA (Food and Drug Administration) tarafından sunulmuş, 1969 yılında ise gerekli değişiklikler yapılarak gıda endüstrisinde uygulanmaya başlamıştır. İyi üretim uygulamaları gıda sektörünün daha profesyonel çalışmasına öncülük etmiştir (TGİS, 2011).

İyi üretim uygulamaları, gıda güvenliğini sağlayan sağlık uygulamaları, söz konusu uygulamaların prosedürleri ve kayıtlarını kapsayan, aynı zamanda uluslararası geçerliliği olan bir uygulamadır. İyi üretim uygulamaları, firmalarda bulunması gereken temel özellikleri belirtmektedir. Üretim ortamı ve çevre, üretim aşamaları ve malzemeler, hammadde ve çalışanlar olmak üzere dört ana konunun ürün kalitesi ve güvenliği üzerindeki etkileri tanımlanarak, tüm riskler kontrol altına alınmaya çalışılmaktadır (Özdemir, 2008).

Türkiye’de taze sebze ve meyve üretimindeki iyi üretim uygulamalarına örnek gösterilebilecek illerin başında Antalya gelmektedir. Antalya ilinde sera üreticileri, gıda güvenliğini göz önünde bulundurarak daha kaliteli ürünler yetiştirmek için sera iç koşullarının bilgisayarlar tarafından kontrol edildiği sistemleri kullanmaktadırlar (Çanakçı ve Akıncı, 2007).

4.3. İyi Depolama Uygulamaları (Good Storage Practices)

İyi depolama uygulamaları, tarım ürünlerinin tüketicilere ulaşana kadar bozulmayı önleyici ve hijyenik koşullarda muhafaza edilmesini ifade etmektedir. Bu bağlamda iyi depolama uygulamalarının gıda güvenliğini sağlayan ve ürünlerdeki bozulmaları önlemeyi amaçlayan bir yöntem olduğu söylenebilir (Vaughan vd., 2014). Depolama yöntemleri önemli lojistik alanların başında gelmektedir. Depolama sistemleri, günümüz dünyasında sadece ürünlerin saklanması değil, aynı zamanda teknolojik gelişmelerin sağladığı imkânlarla beraber modern stok

yönetim biçimi haline gelmişlerdir (Uslu ve Akçadağ, 2012). Depolama uygulamaları taze meyve ve sebze sektöründe de kullanılmaktadır. Günümüzde taze sebze ve meyvelerin depolanmasında sık sık ambalajlı depolama yöntemleri kullanılmaktadır. Ambalaj kullanılarak depolama yapılması ürünün satış maliyetini arttıracak için kullanılacak ambalaj malzemesi kaliteli olmanın yanında ucuz da olmalıdır. Bu nedenle hem maliyet hem de kalite açısından kullanılacak olan ambalaj malzemesinin iyi araştırılması gerekir (Emeksiz vd., 2014).

4.4. RASFF (Rapid Alert System for Food and Feed)

AB ülkelerinde gıda ve yem için hızlı alarm sistemi (RASFF), gıda ve yem zincirinde insan sağlığı ile ilgili riskler saptandığı zaman ve ilgili ürünün alıkonması, geri toplatılması, el konması ve reddedilmesi gibi önlemler alındığında, üye ülkelerin yetkili otoriteleri arasında bilgi değişimini sağlayan hızlı ve etkili bir araçtır. RASFF şu şekilde çalışmaktadır (Saner, 2012);

- Gıda güvenliğini ilgilendiren tüm problemler bildirilir.
- Ürünün, bulunan tehlikenin, alınan önlemlerin tanımlanması ve izlenebilirlik bilgileri gibi tüm yararlı ve ilgili bilgilerin elde edilmesi için bir bildiri formu kullanır.
- Sistem tarafından bir bilgi alındığında diğer üyeler durumla ilgililer ise doğrulama yapar.
- Eğer ürün kendi piyasalarındaysa bildiride yer alan bilgileri kullanarak ürünü izlerler.
- Alınan önlemler RASFF'a geri rapor edilir.

AB'de 1979 yılından itibaren uygulanmaya başlanan RASFF, 1983 yılında yasal temeller üzerinde yerleştirilmiştir. Bu sistem gıda konusundaki güvenlik önlemleri içerisinde uygun bulunmuş ve Avrupa Gıda Güvenliği Otoritesi (EFSA) kuruluşunda da etkin rol oynamıştır. Türkiye şu anda AB'nin RASFF sistemine gönüllü olarak katıldığı için gıda güvenliği konusunda hızlı bildirimler almaktadır. Ancak AB üyeliği bulunmadığı için kendisi bildirim gönderememektedir (Türkiye Gıda ve İçecek Sanayii Dernekleri Federasyonu, 2011). Bu kapsamda AB ülkelerine önemli ölçüde tarım ürünü ihraç eden Türkiye'nin RASSF uygulamalarına dikkat etmesi özellikle ihracat açısından oldukça önemlidir. RASSF uygulamalarında da özellikle gıda güvenliğini ilgilendiren ve ürünlerde mikrobiyolojik bazı sorunların ortaya çıkmaması için gerekli önlemlerin alınması büyük zorunluluk arz etmektedir (Çobanoğlu vd., 2010).

4.5. Kritik Kontrol Noktalarında Tehlike Analizi (HACCP)

HACCP sistemi, hammadde tedarik aşamasından tüketim sürecine kadar olan gıda üretim zincirinde gıda güvenliğinin sağlanmasını teminat altına alan, ürün güvenliğini etkileyen olumsuz faktörlerin önceden bilinmesi ve kontrol altına alınmasını sağlayan sistematik bir yaklaşımdır. HACCP, gıda güvenliği problemlerinin önüne geçilmesinde esas alan bir gıda kontrol sistemi olup, uluslararası otoriteler tarafından gıdaların neden olduğu hastalıkların kontrolünde en etkili sistem olarak kabul edilmektedir. Sistem üretimden satışa kadar olan süreçlerin her aşamasında gıda güvenliği risklerini tanımlama ve kontrol etme esasına dayalı temel hijyenik prensipleri kurmayı amaçlamakta olup, bu amaca ulaşmak için HACCP sistemi ile mikrobiyolojik (küf, bakteri vb.), kimyasal (ilaç kalıntıları, ağır metaller vb.) ve fiziksel (cam parçası, metal parçası, saç vb.) risklerin ortadan kaldırılması hedeflenmektedir. Söz konusu risklerin en aza indirilmesi için de, hammadde, üretim yöntem ve tekniği, çalışanların hijyeni ve tedarik zincirinde üretimden tüketime kadar olan bütün süreçlerde çeşitli uygulamalar yapılmalıdır. Bundan dolayı HACCP sistemi taze meyve ve sebze sektörü dahil olmak üzere gıda işleyen, paketleyen, taşıyan ve dağıtan tüm sektörlerde uygulanmaktadır. HACCP, sorunların giderilmesine değil, önlenmesine yönelik bir sistemdir. HACCP belgesi özellikle Avrupa ülkelerinde oldukça önemli bir belgedir. Bu nedenle Avrupa ülkelerine mal ihraç etmeyi planlayan firmaların ellerinde mutlaka bulunması gerekmektedir (Özdemir, 2008).

5. TAZE MEYVE ve SEBZE PAZARLAMASI ve TOPTANCI HALLERİ

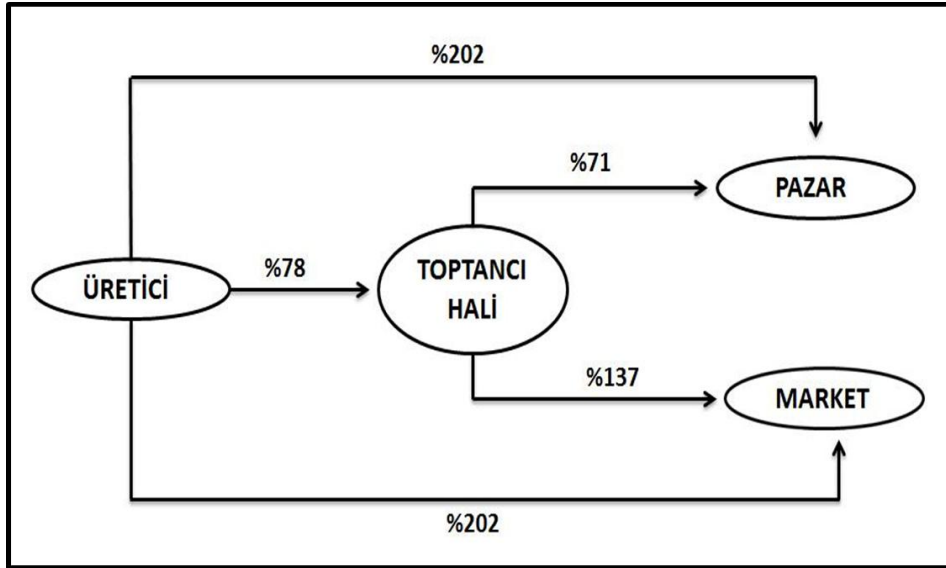
Yaş sebze ve meyve pazarlaması özellikle sağlıklı ve dengeli beslenmenin sağlanmasında oldukça önemli bir konudur. Taze sebze ve meyve pazarlamasının kalitesini ülkelerin gelişmişlik düzeyleri belirlemektedir. Bunun yanında taze sebze ve meyvelerin üretildikleri andan itibaren kısa süre içerisinde tüketiciye ulaştırılması gerekmektedir. Bu nedenle taze sebze ve meyve pazarlamasında kullanılan yöntemler, önemli bir pazarlama fonksiyonu oluşturmaktadır (Akpınar vd., 2009).

Ülkemizde taze sebze ve meyvelerin pazarlama kanalları içerisinde birçok unsur vardır (Kadanalı ve Dağdemir, 2013). Bunların içerisinde toptancı halleri, taze sebze ve meyve pazarlama sistemi içerisindeki en önemli öğelerin başında

gelmektedir. Taze sebze ve meyvelerin pazarlamasının yapıldığı toptancı hallerinde ürünlerin kayıt altına alınması gereklidir. Çünkü toptancı hallerinde kayıt altına alınmayan ürünlerin ekonomik olarak devlete getirdiği bazı zorluklar vardır. Bunların başında da vergi kaçakçılığı gelmektedir. Bunun yanında toptancı halleri içerisinde günlük taze sebze ve meyve alım-satım işlemlerinin düşük olması sistem işleyişi açısından olumsuz sonuçlar ortaya çıkarabilir. Bununla beraber ülkemizde toptancı hallerinin düzgün bir işleyişe sahip olmadığı da bilinmektedir (Kahraman, 2012).

Toptancı hallerinin taze sebze ve meyve pazarlamasında önemli bir yeri vardır. Bu kapsamda taze sebze ve meyve pazarlama zinciri açısından toptancı hallerinin önemini şu şekilde sıralamak mümkündür (Çetin, 2009);

- Toptancı halleri üreticiler ile tüketiciler arasında köprü görevi görmektedirler,
- Toptancı halleri sayesinde serbest piyasa ekonomisi sağlıklı bir biçimde işletmektedir,
- Toptancı hallerinin çalışması ile piyasada söz sahibi kişilerin sayısı artmakta ve tekelleşme önlemektedir,
- Piyasada yüksek fiyat dalgalanmasını önlerler,
- Üretilen tarım ürünlerinin kayıt dışı satılması önlenir,
- Toptancı halleri üreticiler için birer garantör görevi üstlenirler,
- Taze sebze ve meyvelerin hem uygun standartlarda hem de hijyen kurallarına uygun olarak satılmasına katkıda bulunurlar.



Kaynak: Çetin, B. 2009. Yeni Perakendecilik Sisteminde Toptancı Hallerinin İzlemesi Gereken Stratejiler. İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No: 2009-44, İstanbul.

Şekil 5.1. Ürünlerin tüketiciye ulaşma sürecindeki fiyat değişiklikleri

Türkiye’de toptancı halleri, büyükşehir belediyesi, büyükşehir olmayan illerde belediyeler veya gerçek/tüzel kişiler tarafından kurulabilmektedir. Toptancı hallerine ilişkin usul ve yasalara göre, Türkiye’deki toptancı hallerinde malların arz ve talep düzeyine göre serbest piyasa şartlarına göre fiyatlar belirlenir (Polat, 2010).

5.1. Dünyada Toptancı Haller

Tüm dünya üzerinde toptancı halleri bazı fonksiyonları sayesinde ürün fiyatları üzerinde büyük bir etki yaratmaktadır. Dünyada toptancı halleri ile ilgili önde gelen kuruluşların başında Dünya Toptancı Pazarlar Birliği (WUWM - World Union of Wholesale Markets) gelmektedir. Bu birlik ilk olarak Avrupa da bulunan yerel yönetimlerin gıda üretim ve pazarlama konusundaki sorunlarını tartışmak için 1955 yılında Münih’te kurulmuştur. Birlik tarafından yayınlanan bildirimlerde birliğin ana kuruluş amacının “toptancı ve perakende pazarlarındaki uluslararası bilgi paylaşımını sağlamak ve pazarların organizasyonları ile ilgili düzenlemeler yapmak” olduğu belirtilmiştir. WUWM kuruluş aşamasında Uluslararası Yerel Yönetimler Birliği (IULA - International Union of Local Authorities) içerisinde

bir çalışma grubu olarak kurulmuş, ilerleyen yıllarda Avrupa sınırlarını da aşarak dünya geneline yayılmıştır. WUWM aynı zamanda dünya pazarlarını inceleye ve pazarlar hakkında devlet ve diğer gruplara piyasalar hakkında bilgiler veren bir kurumdur. WUWM'un diğer amaçlarının arasında toptancı hallerinin ve diğer pazarların çıkarlarını savunmak, toptancı hallerinden sorumlu olan kişi veya kuruluşların ilişkilerini sağlamlaştırmak, birliğe üye olanların işlemlerini sağlamak, toptancı hallerinin ve üreticilerin üretim noktaları ile ilgili sorunlarının çözümüne katkı sağlamaktır (Kahraman, 2012). WUWM sektörde uzman olan firmaları bir araya getiren ve onlara çeşitli tavsiyelerde bulunan bir kurum olma özelliği taşımaktadır. Ayrıca farklı ülkelerdeki toptancı pazarları hakkında veriler toplayan WUWM maddi kazanç amacı gütmeyen bir kuruluş özelliği taşımaktadır (Albayrak, 2009). Taze sebze ve meyve üretiminde ve pazarlamasında önde gelen ülkeler aşağıda belirtilmiştir.

5.1.1. Çin

Çin dünya taze sebze ve meyve üretimindeki önemli ülkelerin başında gelmektedir. Çin'deki en büyük toptan pazarlar Şangay ve Pekin'de yer almaktadır. Şangay'da bulunan 32 toptancı pazarı orta büyüklükte bir yapıya sahip olup devlet kontrolünde bulunmaktadır (Kahraman, 2012). Toptancı hallerinden alınan ürünlerin paraları Pazar İdare Ofisi denilen birime ödenmektedir. Pazarda yapılan her satıştan %6 pazar idare payı ve %1,5 vergi düşülmektedir. Pekin'de ise toplam 10 tane büyük ve 40 tane küçük toptancı hali bulunmaktadır. Pekin'de bulunan pazarlar özellikle 1985 yılından itibaren yeniden yapılandırılmış olup, pazarda genellikle maddi kazanç amaçlı faaliyet gösteren özel şirketler hâkimdir. Pekindeki söz konusu pazarlar içerisindeki en büyük pazar Huaken Yuegezhaung yarı özel konumdadır. Pazarda üç büyük yatırımcı kuruluş bulunmaktadır. Bunlar, Devlet Tarım İşletmeleri Teşekkülü, Yue Zhong Tarımsal Sanayi ve Ticaret Şirketi ve Pekin Su Ürünleri Teşekkülü'dür. Toptancı hallerindeki faaliyetlerini düzgün bir biçimde sürdürebilmek amacı ile söz konusu kuruluşlar Dünya Bankası'ndan düşük faizli borç almaktadırlar (Albayrak, 2009).

5.1.2. ABD

1990'lı yılların başından itibaren Amerika'daki taze sebze ve meyve sektörü Avrupalı tüccarların baskısı altında kalmıştır. Zamanla Amerikalı tüccarların perakendecilik alanında büyümeleri ve Avrupalı perakende tüccarlarının

yatırımlarını arttırmaları tedarik zincirinde bazı değişikliklere zemin hazırlamıştır. Perakendecilerin bir araya gelerek pazar yoğunluğunu arttırdıkları görölmüştür. 1990'lı yılların sonlarına doğru perakendeciler ve büyük toptancılar arasındaki şirket evliliklerinin artması ile birlikte taze sebze ve meyvedeki tedarik zincirini yöneten kesim ciddi bir güç oluşturmuştur. Amerika'da kuruluş itibari ile bazı farklı özelliklerde toptancı halleri bulunmaktadır. Bu haller; özel şirketlerce kurulmuş ve işletilmekte olan haller, çiftçi kooperatiflerinin kurmuş olduğu haller, eyalet pazarlama sistemleri ve belediyelerce kurulup işletilen hallerden oluşmaktadır (Kahraman, 2012).

5.2. Avrupa Birliği Ülkelerinde Toptancı Haller

Avrupa birliğinde toptancı halleri tarafından yürütölen taze sebze ve meyve üretim uygulamalarına bakıldığı zaman, AB'ye üye olan ve olmayan ölkeler arasında bazı farklılıkların olduğu görölmektedir. Ancak genel yapıları itibariyle toptancı halleri çiftçi kooperatifleri veya belediyeler tarafından kurulmaktadır. Pazarların yönetim biçimleri ve işlem gören ürün çeşitliği pazarın büyüklüğüne ve altyapı olanaklarına göre farklılık göstermektedir (Kahraman, 2012).

5.2.1. Hollanda

Hollanda'da yer alan en büyük toptancı hali Amsterdam'da bulunmaktadır. Hal işletmesinin temel yükümlölüğü belediyeye ait olup hal içerisinde belediye tarafından atanan hal müdürü görev yapmaktadır. Halde faaliyet gösteren toptancılar hizmet bedeli adıyla hal idaresine belirli bir miktar yıllık vergi vermektedir. Hal toptancılarının vermiş olduğu vergi toptancıların sahip oldukları metrekare düzeyine göre belirlenmektedir. Bunun yanında toptancı hallerinin denetimi de belediyeye aittir. Belediye meclisi tarafından görevlendirilen üyeler hal denetimini yapmaktadır. Ayrıca hallerin gelir ve giderleri yıl sonlarında incelenmektedir (Kahraman, 2012).

5.2.2. Almanya

Almanya'yı temsil eden en büyük toptancı hali 1960 yılında kurulmuştur. Berliner Grossmarkt GmbH (BGG) isimli bu toptancı şirketi hem meyve-sebze hem de et ürünleri üzerine pazarlama işi yapmaktadır. Toptan pazarların işleyiş ve yönetim biçimleri Berlin Kooperatifi tarafından yürütölmektedir. Ayrıca pazar idaresi toptancı hallerindeki her türlü cezai işlemi uygulama, toptancı lisansı onaylama

veya reddetme, iş yeri kiralama gibi işlemleri de yapma yetkisine sahiptir. BGG aynı zamanda pazarlamacıların kira sözleşmelerini düzenlemektedir. Pazar günleri toptancı hallerinin ve diğer pazarların açılış ve kapanış saatleri de bu yapı tarafından yürütülmektedir. Ayrıca bu kurum toptancı kooperatiflerinin kararlarını düzenleme hakkını da elinde bulundurmaktadır (Kahraman, 2012).

5.2.3. Fransa

Fransa genelinde faaliyet gösteren toptancı halleri 1953 yılında yürürlüğe giren yasa ile Bölgesel Pazar Ağı (FEMIN - Federation Française des Marchés d'Interêt National) olarak oluşturulan yapıya devredilmiştir. Bu düzenleme ile beraber ürünlerin kalitelerinin artırılması ve ürünlerin denetlenmesi daha kolay hale gelmiştir. Bölgesel Pazar ağları yakın pazarlardaki giriş ve çıkışları kontrol etme, ulaşım yolları kurma, soğuk hava depoları yapma ve diğer tamamlayıcı hizmetleri sunmaktadır. Fransa'da bir yıl içerisinde yaklaşık 4,5 milyon ton sebze meyve toptancı hallerinde işlem görmektedir. Bu oran Fransa'da bir yılda tüketilen sebze ve meyve oranının yarısı kadardır. Balık ve deniz ürünlerindeki işlem hacmi ise 200.000 ton kadardır (Kahraman, 2012).

FEMIN yönetimi toptancı pazarlarında ticaret yapmak isteyen kişilere yardımcı olmaktadır. Toptancı hallerinde hem üreticiler hem de toptancılar genel hijyen kurallarına uymakla yükümlüdürler. FEMIN yönetiminde işlem gören toptancı hallerinde genellikle %0,3-1 oranında metrekare üzerinden kira alınmaktadır. Toptancı pazarlarında genel olarak vergilendirmede, veterinerlik, Pazar haberleri gibi idari hizmetlerin yanında, ulaşım ve bankacılık gibi hizmetlerde sunulmaktadır. Tüm bu hizmetler FEMIN tarafından sağlanmaktadır (Albayrak, 2009).

5.2.4. İspanya

İspanya'da toptancı pazarlarının işleyişi ile ilgili her türlü çalışma yerel yönetimler ve 1960'lı yıllarda kurulan MERCASA (The Emprase Nacional Mercados Centrales de Abastecimientos S.A.) isimli kurum ile birlikte yürütülmektedir. MERCASA bir şirket biçiminde yapılanmış ve yerel yönetimler ile sektörde faaliyet gösteren diğer firmaların katılımları ile desteklenmiştir. MERCASA'nın toplam katılım miktarının %51'ini yere yönetimler, diğer kısmını ise MERCASA ve sektörde faaliyet gösteren firmalar oluşturmaktadır. MERCASA bu açıdan

değerlendirildiği zaman özel ve kamu kuruluşlarının katılımı ile oluşmuş karma bir şirket konumundadır. İspanya’da en büyük toptancı kuruluşu olan MERCASA’ya paydaşları yeni pazarlara açılma konusunda destek olmaktadır (Albayrak, 2009).

5.2.5. Portekiz

Portekiz’de toptancı pazarlarının içerisindeki en büyük pazarlama kanalını ‘‘Yeni Lizbon Toptan Pazarı (MARL)’’ oluşturmaktadır. 2000 yılında faaliyete geçmiş olan MARL ülkedeki en büyük toptancı pazarı konumundadır. MARL ilk kurulduğu dönemde semt pazarlarının kapanacağına dair bir öngörüş ortaya çıkmıştır. MARL Portekiz’in ulusal ve uluslararası alandaki ticari faaliyetlerini önemli aşamada etkilemekle beraber, Portekiz nüfusunun %38’lik bir bölümünü etkilemektedir. MARL toplam 101 hektarda kurulmuştur. Pazarın içerisinde et ve et ürünleri ile süt ve süt ürünleri, balık, çiçek, sebze ve meyve sergileri yer almaktadır. Toptancı halinde günde 30.000 kişi ve 14.000 kamyon ile faaliyetler devam ettirilmekte ve toplam 4 milyon ton taze ürün işlem görmektedir. Gıda maddeleri ile ilgili hizmet veren firmaların yanında tamamlayıcı hizmet veren 1000 kadar firma da bulunmaktadır (Albayrak, 2009).

5.2.6. İtalya

İtalya’da toptancı pazarlarının düzenlenmesine ilişkin ilk yasal düzenleme 1959 yılında yapılmıştır. Bu yasal düzenleme ile birlikte İtalya’da toptancı halleri daha liberal bir hale gelmiş ve toptancı hallerinin yönetimleri yerel idarelere bırakılmıştır. Bunun yanında toptancı hallerinin birçok açıdan alt yapı eksikliği çektiği göz önünde bulundurularak, toptancı hallerinin geliştirilmesine yönelik finansman teşvikleri sağlanmıştır (Albayrak, 2009). 11/1986 sayılı yasa ile birlikte yeni toptancı halleri ile ilgili düzenlemeler yürürlüğe girmiştir. Yeni yasa ile birlikte toptancı hallerinde yerel yönetimler şirketler kurarak pazarlama hizmeti vermeye başlamışlardır. 1990 yılında çıkarılan kararname ile birlikte şirket gruplarına fon aktarımına başlanmış, ulusal düzeyde ürün dağıtımlarının etkili olması için entegre ve fonksiyonel sistemler oluşturulmuş, sistemdeki kopya ürünlerin en aza indirilmesi için gerekli tedbirler alınmış, kara, deniz ve hava yolu ile ürün ulaşımının sağlanabilmesi için uygun yerlere söz konusu ulaşım yerleri açılmıştır. Bunun yanında toptancı hallerinde soğutma, depolama, fiyat

düzenlemesi ve stokların durumu ile ilgili birçok yeni düzenlemeye gidilmiştir (Albayrak, 2009).

5.3.Türkiye'de Toptancı Hallerin Yapısal Durumları ve Yasal Düzenlemeler

Türkiye’de toptancı hallerinin özellikle taze sebze ve meyve pazarlaması alanında önemli bir yeri vardır. Toptancı hallerinde üreticiler istekleri doğrultusunda ürünlerini direkt tüketiciye veya halde bulunan komisyonculara satabilmektedirler. Ayrıca toptancı hallerinde meyve suyu ve salça gibi ürünlerinde pazarlandığı görülmektedir. Hallerde bulunan komisyoncular başta semt pazarlarına ürün satan pazarcılara ve yurt dışına ürün pazarlayan tüccarlara ürün temin etmektedirler. Bu bağlamda hal komisyoncuları hem pazar hem de ihracat işinde bulunan tüccarlar ile yakın ilişki içindedirler (Sayılı ve Civelek, 2012).

Üretilen taze meyve ve sebzelerin belediye sınırları içerisinde uygun olan yerlerde satışının yapılabilmesi için mutlaka toptancı hallerinden satın alınmış olduğunun belgelendirilmesi gereklidir. Bu yasal zorunluluğun amacı, ürünlerin hale girmeden satışını önlemek ve üretilen ürünleri kayıt altına alabilmektir. Bunun yanında taze sebze ve meyve sektörü içerisinde işleme sanayisi de bulunmaktadır bazı firmalar tarafından işlenmiş olan sebze ve meyvelerin perakende satışlarının yapılabilmesi için de mutlaka toptancı hallerine girişinin yapılmış olması gerekir (Emeksiz vd., 2014).

Türkiye’de faaliyet gösteren toptancı hallerinde üretici ve komisyoncular arasında belirlenen oranda komisyon ücreti alınmaktadır (Çizelge 5.1). Bu oran en fazla %8 olmakta, bunun yanında komisyon bedelinden KDV (%1,4), zirai stopaj vergisi (%2), üretici Bağ-Kur kesintisi (%1) ve payı (%2) kesintileri yapılır. Toptancı hallerinin dışında fatura beyan ederek yapılan tarım ürünlerinin satışından belediyeler %15 oranında belediye payı alırlar. Yine hal dışı yapılan satışlarda zirai stopaj oranı %4, KDV oranı ise %8 olarak belirlenmiştir (Canik ve Alparslan, 2010).

Çizelge 5.1. Toptancı Hallerinde Uygulanan Yasal Kesinti Oranları

Uygulanan Kesintiler	% Oranı
Komisyon bedeli	8
Komisyonun KDV tutarı	1,4
Zirai stopaj	2
Bağ-Kur payı	1
Belediye payı (rüşum)	2
Toplam kesinti tutarı	14,4

Kaynak: Canik, F., Alparslan, Y. 2010. Türkiye’de Yaş Meyve ve Sebze Pazarlaması ve Toptancı Haller. Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü, 11(2): 1-8

Türkiye’de 1960’lı yıllardan beri toptancı halleri ile ilgili birçok yasa ve düzenleme çıkartılmıştır. Bu yasalarda, hallerdeki ürün alım-satım işlemlerinin nasıl olacağı, çalışmaları kimlerin yürüteceği, işyerlerinin kimlere tahsis edilebileceği, tahsis edilenler ile çalışanların hangi özelliklere sahip olmaları gerektiği, haldeki pazarlama işlemlerinde karşılaşılan sorunların nasıl çözüleceği, halde bulunan ürünlerin kalitesi, depolanması, standardizasyonu, ürün satış fiyatının belirlenmesi gibi birçok husus ayrıntılı bir şekilde belirtilmiştir (Sayılı ve Civelek, 2012). Ülkemizde günümüze kadar birçok yeni yasa ve kanun hükmünde kararname çıkartılmış olup, söz konusu yasal düzenlemeler Çizelge 5.2’de belirtilmiştir. Günümüzde de 7 Temmuz 2012 tarihli ve 28346 sayılı resmi gazetede yayınlanan ‘‘Sebze ve Meyve Ticareti Ve Toptancı Halleri Hakkında Yönetmelik’’ kapsamında toptancı halleri faaliyetlerini sürdürmektedir.

Çizelge 5.2. Türkiye’de Toptancı Halleri İli ilgili Yapılan Yasal Düzenlemelerin Gelişimi

Yasal	Düzenlemenin Adı	Karar Tarihi	Yayınlandığı
1.Kanun	Toptancı Hallerinin Sureti İdaresi Hakkında Kanun	Tarih: 12.9.1960 Sayı:80	
2.Kanun hükmünde kararname	Taze Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname	Tarih: 24.6.1995 No: 552	Tarih: 27/ 6/1995 No: 22326
3.Değişiklik kanunu	Aynı Kanun Hükmünde Kararname	Tarih: 3.11.1995 No:4128	Tarih:7.11.1995 No:22456
4.Yönetmelik	Toptancı Hallerinin Kuruluş Esasları Hakkında Yönetmelik		Tarih:3.10.1996 No:22776
5.Yönetmelik	Taze Meyve ve Sebze Üretici Birliklerinin Tabi Olduğu Esaslar Hakkında Yönetmelik		Tarih:15.01.1997 No:22878
6.Yönetmelik	Toptancı Hallerinin Yönetim ve İşleyişi Hakkında Yönetmelik		Tarih:28.12.1997 No: 23214
7.Değişiklik kanunu	Taze Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine Dair Kanun	Tarih:11.06.1998 No:4367	Tarih:14.06.1998 No:23372
8.değişiklik (yönetmelik)	Toptancı Hallerinin Yönetim ve İşleyişi Hakkında Yönetmelik		Tarih:26.08.1998 No: 23445
9.Yönetmelik	Hal Zabıtası Teşkilatı Personelinin Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik		Tarih:11.09.1998 No: 23460
10.552 sayılı kanunda değişiklik	Taze Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Bazı Maddelerinin Değiştirilerek Kabulüne İlişkin Kanun	Tarih:5.5.2007 No: 5652	Tarih:23.05.2007 No: 26530
5957 sayılı kanun	Sebze Ve Meyve Ticareti Ve Toptancı Halleri Hakkında Yönetmelik		07.07.2012 No: 28346

Kaynak:<http://www.tepge.gov.tr/>, 2014.

Türkiye’de de taze sebze ve meyve pazarlamasına ilişkin usul ve esaslar 552 sayılı kanun (Taze Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi) ile belirlenmiş ve toptan satışların yanında perakende satışların da büyük bir bölümünün toptancı hallerinde yapılması karara bağlanmıştır. Ancak toptancı hallerindeki işleyiş ile ilgili yaşanan sorunlar nedeniyle, taze sebze ve meyve pazarlama yapısının rasyonel bir özellik kazanamadığı görülmektedir. Hatta hallerdeki pazarlama yapısı üreticiden tüketiciye olmaktan ziyade üreticiden komisyoncuya şekline dönüşmüştür (Sayılı ve Civelek, 2012).

Türkiye’deki toptancı halleri içerisinde en önemli birim hal müdürlüğüdür. Hal müdürlüğünün toptancı hallerinin işleyiş ve çalışma biçimlerine etki eden bazı görevleri vardır. Bu görevleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Polat, 2010);

- Toptancı hallerindeki taze sebze ve meyve ticaretinin sağlık kurallarına uygun, serbest rekabet sistemi içerisinde, kalite ve çeşitli standartlara uygun yapılmasını sağlamak,
- Hem üretici hem de tüketicilerin hal içerisindeki çıkarlarını eşit bir biçimde korumak,
- Toptancı hallerinin çağdaş ve modern standartlara kavuşmasını sağlamak,
- Ülke genelindeki taze sebze ve meyve ticaretinin mutlaka toptancı halleri üzerinden yapılmasını sağlamak,
- Mallarını komisyonculara gönderen üreticilerin hak ve menfaatlerini korumak,
- Şehir içi ve dışı bölgelerde pazar denetimleri yapmak,
- Ürün alım ve satım işlemlerinde ilgili yasal mevzuatlara uyulmasını sağlamak, alım ve satım kurallarını ihlal edenler hakkında yasal işlem yapmak,
- Toptancı hallerinde bulunan hakem heyetleri ile ortak çalışarak ihtilaflı konuların çözümlerine katkı sağlamak.

Literatürde toptancı halleri ile ilgili yapılan araştırmalarda genellikle toptancı hallerinin işleyiş biçimleri ve toptancı hallerinin sorunları üzerinde durulmuştur. Buna karşılık toptancı hallerinde yeni hal yasasına ilişkin komisyoncu ve yönetici görüşlerinin ele alındığı çalışmaların sınırlı olduğu görülmüştür. Özellikle yeni hal yasası ile birlikte toptancı hallerindeki komisyoncuların sahip oldukları bazı özellikleri aynı anda değerlendiren araştırmaların oldukça sınırlı olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle yapılan bu araştırmanın yeni hal yasasına ilişkin komisyoncu ve yönetici görüşlerinin daha iyi anlaşılmasını sağlayacağı

düşünülmüştür. Ayrıca yapılan bu araştırma ile birlikte yeni hal yasaının etkilerinin ve uygulanabilirliğinin incelenmesi amaçlanmıştır.

5.3.1. Yeni Hal Yasasının Getirdiği Bazı Yenilikler

5957 sayılı Kanun ile sektörde Hal Kanunu olarak da bilinen 552 sayılı Kanun Hükmünde Kararname'de (KHK) başta ismi, amacı ve kapsamı olmak üzere pek çok değişiklik yapılmıştır. Bu değişiklikler alt başlıklar halinde aşağıda belirtilmiştir.

Ticari İşlemler Açısından

- Toptancı hale bildirimde bulunmak kaydıyla genel olarak hal dışında da toptan alım satım yapılabilecektir.
- Hal Kayıt Sistemi kurulacaktır. Bu Sistemin kurulmasıyla;
 - Ülkemizde alım ve satıma konu sebze ve meyvelerin miktar ve fiyatlarına ulaşılabilecek (Örneğin; Antalya'daki bir domates üreticimiz, domatesin o gün için İstanbul veya İzmir illerinde oluşan fiyatlarını hal kayıt sistemini kullanarak görebilecektir.)
 - Meslek mensupları kayıt altına alınacak,
 - Üreticiler mallarını satacakları tacirlerin irtibat bilgilerine erişebilecek ve onlar hakkında bilgi sahibi olabilecek (Örneğin, Aydın'da incir üreten ve oluşan yüksek fiyatlar nedeniyle bu ürünlerini İstanbul'da pazarlamak isteyen bir üreticimiz, mallarını pazarlayabileceği meslek mensuplarının iletişim bilgilerini hal kayıt sistemi ile anında görebilecektir. Bunun yanında, tarlasına gelerek malını satın almak isteyen kişilerin, geçmişteki ticari durumunu ve faaliyetlerini hal kayıt sistemi üzerinden anlık olarak sorgulayabilecektir.).
 - Üreticiler, ürünlerini daha çok kar edebileceği pazarlara yönlendirebilecek, geleceğe yönelik planlama yapabilecek ve tacirler karşısında daha güçlü bir pozisyonda bulunabilecek,
- Hal içi ve dışı işlem maliyetleri azaltılacaktır. Bu maliyetlerin azaltılması sonucunda;
 - Tüketici daha ucuza mal temin edebilecek,

- Sebze ve meyve fiyatlarının enflasyon üzerindeki olumsuz etkisi giderilecek,
- Kayıt dışılık azalacak ve buna bağlı olarak belediye gelirleri artacaktır.
- Hal hakem heyetleri yeniden yapılandırılacak ve değeri 50 bin TL'nin altındaki uyuşmazlıklarda heyete başvuru zorunlu olacaktır.
 - Anlaşmazlıklar kolay, hızlı ve düşük maliyetle çözümlenebilecek,
 - Mahkemeler üzerindeki yük azaltılacak,
 - Hakem heyetleri toptancı hal bünyesinde değil, il merkezleri ile Bakanlıkça uygun görülecek ilçe merkezlerinde kurularak işleyişinde etkinlik sağlanacak,
 - Barodan görevlendirilecek üyenin de içinde bulunduğu ve tüm kesimleri kapsayan yeni üye yapısıyla daha etkin kararlar alınabilecektir.
 - Malların gıda güvenliği analizini yaptıranlar hal rüsumunun yarısını ödeyecektir. Bu sayede malların analizinin yapılması teşvik edilmiş olacaktır.
 - Malların kaliteli ve standartlara uygun olarak ticareti yapılacak, ürün kayıpları giderilecektir.
 - Malların ayıklanması, sınıflandırılması, hazırlanması, ambalajlanması, işaretlenmesi ve etiketlenmesi ile taşıma ve muhafazasına ilişkin standartların belirlenip 3 yıllık süre içinde mecburi uygulamaya konulması sağlanarak, başta büyük oranlara varan ürün kayıplarının önlenmesi ve tüketicilerimizin korunması mümkün olacaktır(Anonim, 2011).

Üreticiler Açısından

- Hal rüsumunu üreticiler değil, malı satın alanlar ödeyecektir.
- Toptancı hallerindeki işyerleri ile semt pazarlarındaki satış yerlerinin en az %20'si üreticilere/üretici örgütlerine ayrılacaktır.
- Üreticiye zamanında ödenmeyen mal bedeli, komisyoncu ve tacirlerin verdiği teminattan karşılanabilecektir.
- Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, özellikle üretici haklarının korunması amacıyla alım satım işlemlerini düzenleyen sözleşmelerde bulunması gerekli asgari şartları belirleyebilecektir.

- Üretici örgütü kapsamı genişletilmektedir.

Bu sayede, üreticilerce kurulan her türlü tüzel kişiliklerin bu Kanun kapsamında üretici örgütü olarak tanımlanmasına imkân sağlanmakta, bir araya gelerek örgütlenen daha çok sayıda üreticilerimizin yasada öngörülen haklardan istifade etmeleri temin edilmektedir.

- Üretici örgütleri, rüsum ödemeksizin hal dışında da sadece kendi ortak ve üyelerin mallarını değil aynı zamanda ortak veya üyesi olmayan üreticiler ile diğer üretici örgütlerinin mallarını da toptan veya perakende olarak satabilecektir(Anonim, 2011).

Tüketiciler Açısından

- Tüketiciler daha ucuza mal temin edebilecektir.
- Semt pazarları modern bir yapıya kavuşturularak, tüketicilere daha düzenli ve hijyenik bir ortamda alışveriş imkanı sunulacaktır.

Kanunda, malların tüketiciyle buluştuğu son noktalardan biri olan ve Ülkemiz insanının alışveriş alışkanlıkları arasında önemli bir yer tutan semt ve üretici pazarları da düzenlenmektedir. Bu düzenlemeler içinde, pazar yerlerinin kuruluş ve işleyişi, pazarcılarının uymak zorunda olduğu kurallar, bu kurallara uymayanlara uygulanacak cezalar, belediyelerin sorumlulukları yer almaktadır. (Örneğin, Kanunla, pazarcılarının yüksek sesle satış yapmaları yasaklanmış, buna uymayanlara da idari para cezası öngörülmüştür)

- Ürünlere künye uygulaması getirilecektir.

Satıcılar, satışa sunulan malların izlenebilirliğine yönelik bilgileri içeren ve ilgili kurumlarca belirlenecek teknik özelliklere sahip künyeleri, malların kap veya ambalajlarında bulundurmakla yükümlü olacaktır. Böylece, tüketiciler tükettikleri ürünün nerede ve kimin tarafından üretildiğini bilme imkânına kavuşacak, malların gıda güvenilirliğine yönelik daha etkin bir takip mekanizması oluşacaktır(Anonim, 2011).

Belediyeler ve Toptancı Haller Açısından

- Hal rüsumundan üretim bölgesi belediyelerinin de belli oranda pay alması sağlanacaktır.

Kanunda, üretim bölgesi belediyelerinin mallar üzerinden alınan hal rüsumundan %25 oranında pay almaları öngörülmektedir. Bu sayede, söz konusu belediyelerin, ticarete yönelik sundukları hizmetlerin kalitesini artırmaları ve sürece etkin bir şekilde dâhil olmaları sağlanabilecektir. Ayrıca, ihtiyaç duyulması halinde Bakanlar Kurulu bu oranı üretici bölgesi belediyeleri lehine artırabilecektir.

- Toptancı hal kurma faaliyetleri disiplin altına alınacaktır.

Kanunda, toptancı hallerin daha iyi hizmet standartlarına kavuşmasını sağlamaya yönelik tedbirler öngörülmektedir. Toptancı hal kurma faaliyetleri disiplin altına alınmaktadır. Bundan böyle sebze ve meyve ticaretinin daha sağlıklı ve fiziki mekânlarda ve gıda güvenliğine uygun olarak yapılmasını sağlamak amacıyla toptancı halleri belli alt yapı standartlarında kurulacaktır.

Bu çerçevede, Kanunun öngördüğü asgari koşulları 3 yıl içinde sağlamayan mevcut toptancı hallerine idari para cezası uygulanması, bu cezayı takip eden 1 yıl içinde halen eksikliklerini gidermeyen toptancı hallerin faaliyetlerinin durdurulması öngörülmektedir.

- Toptancı hallerinin çağdaş bir sisteme kavuşturulması ve işletilmesi sağlanacaktır.

Toptancı halleri, halin sınıfına, büyüklüğüne ve işlem hacmine göre yönetmelikle belirlenecek müzayede, depolama, tasnifleme ve ambalajlama tesisleri ile laboratuvar ve soğuk hava deposu gibi üniteleri bulunan merkezler haline gelecek ve bu sayede, sebze ve meyve ticaretinin sağlıklı fiziki mekânlarda ve gıda güvenilirliğine uygun olarak yürütülmesi sağlanabilecektir.

Belediyeler, ilgili kurumlarca belirlenecek usul ve esaslar çerçevesinde hallerin işletilmesini özel teşebbüslere devredebilecek, hallerin çevresi, faaliyeti engelleyecek veya insan sağlığına zarar verecek şekilde iskana açılmayacaktır.

- Belediyeler, toptancı halleri ile ilgili faaliyette bulunmak üzere kendi aralarında mahalli idare birlikleri kurabilecektir.

Böylece belediyeler; müzayede, depolama, tasnifleme ve ambalajlama tesisleri ile laboratuvarlar ve soğuk hava deposu gibi tesisleri ortak kurup işletebileceklerdir.

- Modern toptancı hallerinin kurulması teşvik edilmektedir.

İmar planında toptancı hal yeri olarak belirlenmiş alanlarda bulunan hazineye ait taşınmazların, toptancı hali kurulmak üzere belediyelere bedelsiz, üretici örgütlerine harca esas değeri, gerçek ve tüzel kişilere ise rayiç bedeli üzerinden devredilmesi öngörülmektedir(Anonim, 2011).

Komisyoncu ve Tüccarlar Açısından

- Başka bir alana taşınan toptancı halleri ile pazar yerlerindeki kiralama ve tahsis işlemlerinde mevcut hak sahiplerine öncelik verilecektir.
- Mevcut tahsis sahiplerinin işyerleri, on iki yıl süreyle kendilerine kiralanmış sayılacaktır.

552 sayılı KHK'ye göre toptancı halindeki işyerleri tahsis, kiralama ve satış yoluyla işletilebilmekteydi. Ancak 5957 sayılı Kanunla, toptancı hallerindeki işyerlerinin sadece kiralama veya satış yoluyla işletilmesi yöntemi benimsenmiş, bu işyerlerinin tahsis yoluyla işletilmesi uygulamasına son verilmiştir. Bu çerçevede, oluşabilecek mağduriyetleri gidermek amacıyla mevcut tahsis sahipleri için 12 yıllık bir geçiş dönemi öngörülmüştür. Ayrıca, Bakanlıkça belirlenen esaslara uygun olması kaydıyla, kira süresi sona erenlerle ihaleye çıkılmaksızın yeniden kira sözleşmesi yapılabilecektir.

- Mallar üzerinden sadece bir kez hal rüsumu alınacaktır.

Malların birden fazla toptancı hale girmesi ve mükerrer hal rüsumu ödenmesi engellenmekte, bu konuda uygulamada yaşanan mağduriyetler giderilmektedir(Anonim, 2011).

Kamu Açısından

- Sebze ve meyve ticaretine yönelik daha sağlıklı değerlendirmeler yapılacak, düzenlemeler oluşturulacaktır.
- Sektörde hesap verilebilirlik ve saydamlık sağlanacaktır.
- Toptancı Hal Konseyinin oluşturulmasıyla, Konseye temsilci verecek olan kamu kurumları, üretici ve tüketici örgütleri ile sivil toplum ve meslek kuruluşları arasında uygulamaya yönelik işbirliği sağlanacaktır.
- Kayıt dışılığın önlenmesi ile vergi gelirleri artacaktır.
- Sebze ve meyve fiyatlarının enflasyon üzerindeki etkisi azaltılacaktır(Anonim, 2011).

6. MATERYAL VE YÖNTEM

6.1. Araştırmanın Materyali

Araştırmanın materyalini Aydın ili merkez ilçelerinde faaliyet gösteren Toptancı Hallerindeki komisyoncular ve yöneticiler ile yüz yüze yapılan anket çalışmasından elde edilen orijinal veriler oluşturmaktadır. Anket çalışmasında tam sayım yöntemi kullanılarak toplam 11 toptancı halinde faaliyet gösteren 86 komisyoncu (118 iş yeri sahibi) ve 11 hal yöneticisi ile görüşülmüştür.

6.2. Araştırmanın Yöntemi

Veriler öncelikle Microsoft Office Excel programına yüklenmiştir. Verilerin analizinde, tanımlayıcı istatistikler kullanılmış olup, özellikle frekans ve yüzde hesaplamalarından yararlanılmıştır. Verilerin analizinde; Excel ve SPSS for Windows paket programından yararlanılmıştır.

Çalışmada incelenmiş olan başlıca karakteristikler aşağıda belirlenmiştir:

1. Komisyoncuların sosyo-ekonomik özellikleri
2. İşletmelerin fiziksel alt yapısı
3. Komisyoncuların farklı konulardaki ve yeni Hal Yasası hakkındaki tutum ve görüşleri.

Araştırmada, komisyoncuların farklı konulardaki tutum ve görüşlerini belirtmek için 5'li likert ölçeğinden yararlanılmıştır (Ek1).

7. BULGULAR

7.1. Komisyonculara Ait Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmaya katılanların %29,1'i 27-36 yaş arasında, %33,7'si 37-46 yaş arasında, %26,7'si 47-56 yaş arasında ve %10,5'i 57 yaşın üzerindedir. Yaş ortalaması en genç komisyoncu ortalamasına sahip Köşk Belediyesi Toptancı Hali olup, en yaşlı ortalamaya sahip ise İncirliova Belediyesi Toptancı Hali olmuştur (Çizelge 7.1).

Çizelge 7.1. Komisyoncuların Yaş Gruplarına Göre Dağılımları

Yaş grupları	n	%
27-36	25	29,1
37-46	29	33,7
47-56	23	26,7
57+	9	10,5
Toplam	86	100,0

Araştırmaya katılanların %70,9'unun doğum yeri Aydın, %29,1'inin doğum yeri ise diğer illerdir (Çizelge 7.2).

Çizelge 7.2. Komisyoncuların Doğum Yerlerine Göre Dağılımları

Doğum yerleri	n	%
Aydın	61	70,9
Diğer	25	29,1
Toplam	86	100,0

Komisyoncuların yarısına yakını (%43) ilkokul mezunu, %23,3'i ortaokul, %23,3'ü lise mezunu ve %10,5'i de yüksekokul mezunudur. Genellikle küçük yaşta eş, dost, akraba, yanında çalıştırılarak toptancı hale girildiğinden birçok komisyoncu eğitimini tamamlayamamıştır (Çizelge 7.3).

Çizelge 7.3. Komisyoncuların Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımları

Eğitim düzeyi	n	%
İlkokul	37	43,0
Ortaokul	20	23,3
Lise	20	23,3
Yüksekokul	9	10,5
Toplam	86	100,0

Komisyoncuların %24,4'ü 2-3 kişilik ailede yaşarken, %64'ü 4-5 kişilik ailede, %4,7'si 6-7 kişilik ailede ve %7'si de 8-9 kişilik ailede yaşamaktadır. Komisyoncuların ailedeki birey sayısı ortalaması olarak en yüksek ortalamaya Aydın Belediyesi Merkez Toptancı Hali (5,5 adet) sahip olup, bunu sırasıyla Köşk, Acarlar ve Atça Belediyesi Toptancı Halleri izlemektedir. En düşük ortalamaya sahip olan haller ise sırasıyla Kuşadası (3 adet), İncirliova ve Sultanhisar Belediyesi Toptancı Halleridir (Çizelge 7.4).

Çizelge 7.4. Komisyoncuların Ailelerindeki Birey Sayısına Göre Dağılımları

Ailedeki birey sayısı	n	%
2-3 kişi	21	24,4
4-5 kişi	55	64,0
6-7 kişi	4	4,7
8-9 kişi	6	7,0
Toplam	86	100,0

Komisyoncuların önemli bölümü 1-10 yıl (%33,7) ve 11-20 yıldır (%37,2) bu mesleği yapanlardan oluşmaktadır. En deneyimli komisyoncuların bulunduğu toptancı halleri ise sırasıyla İncirliova (34,6), Atça ve Kuyucak Belediyesi Toptancı Halidir. Deneyim süresi açısından en az deneyimli toptancı halleri ise sırasıyla Acarlar (12,5), Salavatlı ve Köşk Belediyesi Toptancı Halidir (Çizelge 7.5).

Çizelge 7.5. Komisyoncuların Deneyim Sürelerine Göre Dağılımları

Deneyim süresi	n	%
1-10 yıl	29	33,7
11-20 yıl	32	37,2
21-30 yıl	16	18,6
31+ yıl	9	10,5
Toplam	86	100,0

Komisyoncuların %55,8'inin ilk mesleği toptancı hal komisyonculuğu iken, %17,4'ü daha önceden pazarcılık, %8,2'si ise çiftçilik ile uğraşmıştır. Geriye kalan bölümü ise farklı meslek gruplarında faaliyet göstermişlerdir. Komisyoncuların büyük çoğunluğu küçük yaşta toptancı hale girdiklerinden dolayı eğitimlerine devam edememekte ve bu mesleği benimseyip hayatlarını bu meslekten kazanmaktadırlar (55,8). Diğer komisyoncular ise ya emeklilik dönemlerinde geçim sıkıntısı çektiklerinden dolayı (bankacı, harita kadastro vb.) ya da toptancı hallerinde bağlantılı olduğu (pazarcı, çiftçi) mesleklerden sonra toptancı hal komisyonculuğunu tercih etmişlerdir (Çizelge 7.6).

Çizelge 7.6. Komisyoncuların Önceki Mesleklerine Göre Dağılımları

Önceki meslek	n	%
Komisyoncu	48	55,8
Pazarcı	15	17,4
Çiftçi	7	8,2
Bankacı	1	1,2
Çoban	1	1,2
Esnaf	2	2,4
Harita kadastro	1	1,2
Hırdavatçı	1	1,2
Kahveci	1	1,2
Kasap	1	1,2
Minibüsçü	1	1,2
Muhasebeci	2	2,4
Öğretmen	1	1,2
Tamirci	1	1,2
Tarım kredi kooperatifi	1	1,2
Tüccar	2	2,4
Toplam	86	100,0

7.2. Komisyoncuların İş Yerlerine İlişkin Bilgiler

Araştırmaya katılanların yarısından fazlası 101-200 m² arasında dükkan büyüklüğüne sahiptir. 301+ m²'den daha büyük dükkânı olanların oranı ise %4,7 kadardır. En fazla dükkan büyüklüğüne sahip toptancı halleri ise sırasıyla Sultanhisar (165m²), Kuşadası, Merkez ve Nazilli Belediyesi Toptancı Halidir. Dükkan büyüklüğü en az olanlar ise sırasıyla Umurlu (51m²), İncirliova ve Salavatlı Belediyesi Toptancı Halleridir (Çizelge 7.7).

Çizelge 7.7. Komisyoncuların Dükkân Büyüklüklerine İlişkin Bilgiler

Dükkân büyüklüğü	n	%
100 m ² ve altı	18	20,9
101-200 m ²	48	55,8
201-300 m ²	16	18,6
301+ m ²	4	4,7
Toplam	86	100,0

Komisyoncuların %27,9'u şahsi depo sahibi iken, %72,1 şahsi depo sahibi değildir. Ayrıca Komisyoncuların %24,4'ü soğuk hava deposuna sahipken, %75,6'sı sahip değildir ve Komisyoncuların sadece %4,7'si normal depoya sahiptir. Acarlar, Köşk, İncirliova, Kuyucak ve Umurlu Belediyesi Toptancı Hallerinde soğuk hava depoları bulunmamakta. En fazla soğuk hava deposuna sahip toptancı hal ise Nazilli Belediyesi Toptancı Halidir (Çizelge 7.8).

Çizelge 7.8. Komisyoncuların Depolarına İlişkin Bilgiler

Depo türü	Depo var mı?	n	%
Kendine ait depo	Var	24	27,9
	Yok	62	72,1
Soğuk hava deposu	Var	21	24,4
	Yok	65	75,6
Normal depo (açık veya kapalı)	Var	4	4,7
	Yok	82	95,3

Araştırmaya katılanların %67,4'ü 1 adet, %10,5'i 2 adet ve %1,2'si de 4 adet bilgisayara sahiptir. Komisyoncuların %20,9'u ise bilgisayar sahibi değildir. Atça, Umurlu, Sultanhisar, Köşk, Nazilli, Merkez ve Kuşadası Belediyesi Toptancı Hallerindeki komisyonculara ait iş yerlerinde bilgisayar sistemi mevcuttur.

İncirliova ve Kuyucak belediyesi toptancı hallerinde ise komisyonculara ait bilgisayar sistemi hiçbir dükkânda mevcut değildir. Salavatlı Ve Acarlar Belediyesi Toptancı Hallerinde ise bir kısım komisyoncunun bilgisayar sistemi mevcut değildir (Çizelge 7.9).

Çizelge 7.9. Komisyoncuların Bilgisayarları Olması Durumuna İlişkin Bilgiler

Bilgisayar	n	%
1 adet	58	67,4
2 adet	9	10,5
4 adet	1	1,2
Yok	18	20,9
Toplam	86	100,0

Araştırmaya katılanların sadece %3,5'i 1 adet forklifte sahiptir, geriye kalan %96,5'i ise forklift sahibi değildir. Genellikle komisyoncular insan gücünden yararlanmaktadırlar ya da forklifti kiralama yoluna gitmektedirler (Çizelge 7.10).

Çizelge 7.10. Komisyoncuların Forkliftte Sahip Olması Durumuna İlişkin Bilgiler

Forklit	n	%
Var	3	3,5
Yok	83	96,5
Toplam	86	100,0

Yaklaşık olarak her 10 katılımcıdan 1'i rampa sahibidir (Çizelge 7.11).

Çizelge 7.11. Komisyoncuların Rampa Sahibi Olması Durumuna İlişkin Bilgiler

Rampa	n	%
Var	9	10,5
Yok	77	89,5
Toplam	86	100,0

Komisyoncuların yarısına yakını (%48,8) 2 adet tartıya sahiptir. %25,6'sı 1 adet, %17,4'ü ise 3 adet tartıya sahiptir. 4+ adet tartıya sahip olanların ise oranı oldukça düşüktür (Çizelge 7.12).

Çizelge 7.12. Komisyoncuların Tartı/Kantarı Olması Durumuna İlişkin Bilgiler

Tartı	n	%
1 adet	22	25,6
2 adet	42	48,8
3 adet	15	17,4
4+ adet	4	7,0
Yok	1	1,2
Toplam	86	100,0

Araştırmaya katılanların %30,2'si iş yerini kendi hesabına işletmektedir. Diğerleri ise iş yerlerini ortaklık veya komisyon üzerine işletmektedirler. Bunun yanında komisyoncuların %65,1'i iş yerini komisyoncu adına işletmektedir (Çizelge 7.13).

Çizelge 7.13. Komisyoncuların İş Yerini Kimin Adına İşlettiklerine İlişkin Bilgiler

Kendi hesabına	n	%
Evet	26	30,2
Hayır	60	69,8
Toplam	86	100,0
Komisyoncu adına	n	%
Evet	56	65,1
Hayır	30	34,9
Toplam	86	100,0

Komisyoncuların %27,9'u internet vasıtasıyla üretim ve tüketim yerleri ile iletişim kurabilmekte, ayrıca %98,8'i telefon ile iletişim kurabilmekte ve %18,6'sı faks yoluyla da iletişim kurabilmektedir. Komisyoncular iletişim araçlarından en çok telefonu kullanarak işlerini yürütmektedirler. Yeni yasayla birlikte internet kullanımı zorunlu olacağından dolayı gelecek senelerde internetle haberleşme oranı da giderek artacaktır (Çizelge 7.14).

Çizelge 7.14. Komisyoncuların Üretim ve Tüketim Yerleri İle İlgili Haberleşme Durumları

Haberleşme aracı	Haberleşme	n	%
İnternet	Var	24	27,9
	Yok	62	72,1
Telefon	Var	85	98,8
	Yok	1	1,2
Faks	Var	16	18,6
	Yok	70	81,4

Komisyoncuların %25,6'sı 1 işçi, %29,1'i 2 işçi, %18,6'sı 3 işçi, %17,4'ü 4 veya daha fazla işçi çalıştırmakta ve %9,3'ü de işçi çalıştırmamaktadır. Yazın ve kışın çalışan işçi sayılarını incelediğinde ise kışın çalıştırılan işçi sayısının daha az olduğu görülmektedir. Meyve ve sebzenin bol olduğu yaz döneminde birçok komisyoncu yanında çalıştırmak için işçi istihdam etmektedir, kışın ise işlerinin yoğunluğu azaldığından ve birçok toptancı hali kapalı olduğundan işçi çıkarımına gitmektedirler. Atça Belediyesi Toptancı Hali incelendiğinde, yazın çalışan işçi sayısı ortalaması 3,5 kişi iken, kışın çalışan işçi sayısı ortalaması 2,6 kişiye düşmüştür (Çizelge 7.15).

Çizelge 7.15. Komisyoncuların İş Yerinde Çalışan İşçi Sayılarına İlişkin Bilgiler

İşçiler	İşçi sayısı	n	%
Toplam işçi sayısı	1 işçi	22	25,6
	2 işçi	25	29,1
	3 işçi	16	18,6
	4+ işçi	15	17,4
	Yok	8	9,3
Yazın çalışan işçi sayısı	1 işçi	23	26,7
	2 işçi	26	30,2
	3 işçi	15	17,4
	4+ işçi	14	16,3
	Yok	8	9,3
Kışın çalışan işçi sayısı	1 işçi	21	24,4
	2 işçi	24	27,9
	3 işçi	7	8,1
	4+ işçi	5	5,8
	Yok	29	33,7

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 sahiptir. Aydın ili toptancı hallerinde yapılan araştırmada 86 komisyoncu 118 dükkana sahiptir. Birden fazla dükkâna sahip olma nedenlerinin ise; dükkanların çok küçük ve dar olması, toptancı haldeki rekabeti azaltma, ticari bir unvana sahip olup toptancı haldeki dükkanı dışarıdan işletme ve ortaklıklar olduğu belirtilmiştir (Çizelge 7.16).

Çizelge 7.16. Komisyoncuların Mevcut İş Yeri Sayılarına İlişkin Bilgiler

Komisyoncu sayısı	n	%
1	57	66,3
2	27	31,4
3	1	1,2
4	1	1,2
Toplam	86	100,0

7.3. Komisyoncuların Pazarlama Faaliyetlerine İlişkin Bilgiler

Komisyoncuların %19,8'i 1-3 ay, %14'ü 4-6 ay, %19,8'i 7-9 ay ve %46,5'i 10-12 ay faal olarak çalışmaktadır. Toptancı hallerdeki dükkânların faal olma süreleri pazarladıkları ürün çeşitliliğine göre değişim göstermektedir. Toptancı hallerdeki dükkânların büyük çoğunluğu yaz aylarını faal olarak geçirmektedir. Aydın ili toptancı halleri içerisinde ortalama olarak en fazla sürekli faal olan haller sırasıyla Acarlar (11,1 ay), Nazilli, Kuşadası ve Atça Belediyesi Toptancı Halidir. Yıl içerisinde en az faal olan haller ise sırasıyla Umurlu (2,1 ay), Sultanhisar ve Salavatlı Belediyesi Toptancı Halidir. Umurlu Belediyesi Toptancı Halinin yıl içerisinde az faaliyet göstermesinin nedeni; Haldeki komisyoncuların yaz meyvesi diye tabir edilen erik, çilek ve şeftali gibi ürünleri pazarlamasıdır (Çizelge 7.17).

Çizelge 7.17. Komisyoncuların Toptancı Halde Faaliyet Gösterdikleri Ortalama Süre

Faaliyet süresi	n	%
1-3 ay	17	19,8
4-6 ay	12	14,0
7-9 ay	17	19,8
10-12 ay	40	46,5
Toplam	86	100,0

Araştırmaya katılanların %89,5'i ürünlerini doğrudan üreticiden almaktadırlar. Aydın ili sebze ve meyve üretimi açısından önemli bir üretici il olduğundan dolayı Atça, Umurlu, Sultanhisar, İncirliova, Salavatlı, Köşk Belediyesi Toptancı Halindeki komisyoncuların birçoğu ürün teminini aydın ilinden karşılamaktadır. Bunun yanında komisyoncuların %37,2'si başka komisyonculardan ürün almaktadır. Acarlar, Merkez ve Nazilli Belediyesi Toptancı Hallerindeki komisyoncular ise ürün teminlerini hem üreticiden hem başka bir komisyonculardan sağlamaktadırlar. Bu haller yıl içinde her mevsim faaliyet gösterdiğinden ürünlerini çeşitli kanallardan temin etmektedirler (Çizelge 7.18).

Çizelge 7.18. Komisyoncuların Ürünleri Alma Durumları

Üreticiden ürün alma durumu	n	%
Evet	77	89,5
Hayıt	9	10,5
Toplam	86	100,0
Komisyonculardan ürün alma durumu	n	%
Evet	32	37,2
Hayıt	54	62,8
Toplam	86	100,0

Komisyoncular muz, patates ve soğan ürünlerini genellikle Aydın dışından aldıkları belirlenmiştir. Diğer ürünler ise hem Aydın hem de farklı illerden alınmaktadır. Komisyoncular genellikle Aydın ilinde yetiştirilen ürünleri Aydın ilinden almaktadırlar, hem ulaşım masrafları hem zaman açısından avantaja sahip olmaktadır. Diğer ürünleri alırken ise komisyoncuların kalite, güvenilirlik, zaman, fiyat vb. parametrelere önem vermektedirler. Bunun yanında komisyoncular çilek, erik, mandalina, portakal ve karnabaharı sadece aydın ili içerisinde temin etmektedirler. Genellikle ürünlerini buldukları ilçeden temin etmektedirler. Örneğin; çilek meyvesinin Atça, Umurlu, Sultanhisar, Salavatlı ve Köşk Belediyesi toptancı hallerinde işlem hacmi oldukça büyüktür, Atça Belediyesi toptancı halindeki bir komisyoncu öncelikle atça ilçesindeki çilekleri dükkânına almaktadır ve pazarlamaktadır, aynı şekilde diğer komisyoncularda kendi ilçesindeki ürünlere öncelik vermektedirler. Umurlu Belediyesi toptancı hali yılın 3-4 ayı faaliyet göstermektedir nedeni ise en fazla işlem gören ürün erik olmasından kaynaklanır ve komisyoncular sadece Umurlu ilçesi ve çevresinden

ürün teminini sağlamaktadırlar. Acarlar Belediyesi Toptancı hali genellikle patates ve soğan üzerine yönelmiştir, patatesi İzmir, Afyon ve Niğde'den, soğanı ise Ankara, Eskişehir, Adana ve Hatay'dan temin ettikleri belirlenmiştir (Çizelge 7.19).

Çizelge 7.19. Komisyoncuların Ürün Temin Ettikleri Yerler

Ürün	Getirildiği yerler
Armut	Antalya, Bursa
Çilek	Aydın
Elma	Antalya, Aydın, Denizli, Isparta, İzmir, Konya
Erik	Aydın, Bursa
Karpuz	Aydın, Adana
Kavun	Antalya, Muğla, Aydın, İzmir
Kayısı	Aydın, Isparta
Limon	Aydın, Mersin, Muğla, Nevşehir
Mandalina	Aydın, Hatay
Muz	Antalya, İzmir
Portakal	Antalya, Aydın, İzmir
Şeftali	Aydın, Bursa, İzmir
Bezelye	Adana, İzmir, Aydın
Biber	Antalya, Aydın, Muğla, İzmir
Domates	Antalya, Aydın, Çanakkale, Muğla
Fasulye	Antalya, Aydın, İzmir, Muğla
Karnabahar	Aydın
Patates	İzmir, Afyon, Nevşehir, Niğde
Patlıcan	Antalya, Aydın, Muğla
Salatalık	Antalya, Aydın, İzmir
Soğan	Adana, Ankara, Eskişehir, Hatay

Komisyoncuların %62,8'i ürün temininde sorun yaşamadığını ifade etmektedir. Sorun yaşanmamasının nedenleri incelendiğinde ise, Aydın iline yakın bölgelerden ürün sağlamaları, eskiye dayanan tüccar ilişkileri ve kendi bahçelerinden ürün sağlamanın etkili olduğu söylenebilir. Bunun yanında 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 sorunu olduğunu ve %1,2'si de araba tonajlarının çok az olduğunu sorun olarak görmektedir (Çizelge 7.20).

Çizelge 7.20. Komisyoncuların Ürün Temininde Karşılaştığı Sorunlar

Sorunlar	n	%
Yok	54	62,8
İstenilen zaman ve kalitede gelmiyor	13	15,1
Çiftçiler bilinçsiz	10	11,6
Kalite düşük	6	7,0
Nakliye pahalı	2	2,3
Araba tonajları çok az	1	1,2
Toplam	86	100,0

Araştırmaya katılanların %41,9'u üreticilerle ilgili bir şikâyetlerinin olmadığını ifade etmektedir. %43'ü üreticilerin hileli mal sattığından kasaların üst tarafının iyi mallarla alt tarafının ise bozulmuş, yıpranmış vb. mallarla doldurulduğundan şikâyetçi olurken, %10,5'i fiyat anlaşmazlığından malın Hale gelmesi için anlaşıldığından sonra ya ürününü başka birine sattım diyerek fiyat yükseltmesi ya da sözünden dönmesinden şikâyetçi olduğu, %3,5'i kalite düşüklüğünden, %1,2'si de üreticilerin bilgi eksikliğinden rahatsız olduklarını belirtmişlerdir (Çizelge 7.21).

Çizelge 7.21. Komisyoncuların Üreticilerle İlgili Şikâyetleri

Şikâyetler	n	%
Yok	36	41,9
Hileli mal satımı	37	43,0
Fiyat anlaşmazlığı	9	10,5
Kalite yok	3	3,5
Üreticilerin bilgi eksikliği	1	1,2
Toplam	86	100,0

Komisyoncuların %45,9'u aldıkları ürünlerin parasını peşin öderken, %23,5'i vadeli olarak ödemektedir. %30,6'sı da hem peşin hem de vadeli olarak ödemektedir (Çizelge 7.22).

Çizelge 7.22. Komisyoncuların Vadeli Ödeme Yaptıkları Sürelere İlişkin Bilgiler

Vade süresi	n	%
30 gün içinde	25	54,3
30-60 gün arasında	13	28,3
60-90 gün arası	6	13,0
90 gün üzeri	2	4,3
Toplam	46	100,0

Komisyoncuların nakliye olarak en çok kullandıkları araçlar sırasıyla %70,9 oranında kamyon, %48,8 düzeyinde kamyonet, %31,4 pikap, %29,1 traktör ve %8,1'i frigorifik araçlar olduğu belirlenmiştir. Bu araçların kullanım durumları yaş sebze ve meyvenin getirildiği yerlere ve satış koşullarına göre değiştiği belirlenmiştir. Buldukları ilçe ve çevresinden ürün temin ederken genellikle kamyonet, pikap ve traktör kullanılmaktadır. İhracat ürünlerinde genellikle frigorifik araçlar kullanıldığı belirlenmiştir. Farklı illerden gelen ürünlerde ise kamyon ve kamyonetler kullanılmaktadır (Çizelge 7.23).

Çizelge 7.23. Komisyoncuların Kullandıkları Araçlar

Araç	Kullanım durumu	n	%
Kamyon	Var	61	70,9
	Yok	25	29,1
Kamyonet	Var	42	48,8
	Yok	44	51,2
Pikap	Var	27	31,4
	Yok	59	68,6
Traktör	Var	25	29,1
	Yok	61	70,9
Frigorifik kasa	Var	7	8,1
	Yok	79	91,9

Komisyoncuların yarısından fazlası üretici aracı ve kiralık araç kullanmaktadır. Ayrıca yarısı kendi aracı ile sebze ve meyve getirmektedir. Komisyoncuların bazıları hem üretici hem de toptancı halde dükkân sahibi olduğundan dolayı genellikle araç sahibi olma yolunu seçtikleri belirlenmiştir (Çizelge 7.24).

Çizelge 7.24. Komisyoncuların Kullandıkları Araçların Mülkiyet Durumları

Araç	Kullanım var mı	n	%
Üretici aracı	Var	47	54,7
	Yok	39	45,3
Kiralık araç	Var	46	53,5
	Yok	40	46,5
Kendi aracı	Var	43	50,0
	Yok	43	50,0

Komisyoncuların en fazla yaş sebze ve meyve pazarladıkları yer semt pazarıdır. Bunların ardından ise en fazla seyyar satıcı, manav ve diğer hallere satış yapıldığı belirlenmiştir. En az satış yapılan yerler ise market noktaları olduğu tespit edilmiştir (Çizelge 7.25).

Çizelge 7.25. Komisyoncuların Pazarlama Yerlerine İlişkin Bilgiler

Yerler	Pazarlama var mı	n	%
Semt pazarı	Var	55	64,0
	Yok	31	36,0
Seyyar satıcı	Var	41	47,7
	Yok	45	52,3
Manav	Var	41	47,7
	Yok	45	52,3
Otel	Var	22	25,6
	Yok	64	74,4
Restoran	Var	25	29,1
	Yok	61	70,9
Market	Var	12	14,0
	Yok	74	86,0
Süpermarket	Var	8	9,3
	Yok	78	90,7
Diğer haller	Var	37	43,0
	Yok	49	57,0
İhracat	Var	10	11,6
	Yok	76	88,4

Komisyoncuların %56,9'u %8 ve üzerinde oranında komisyon uygularken, %43,1'i ise %8 ve altında komisyon uygulamaktadır. Bu oranları belirlerken komisyoncuların ticaret yaptıkları birimler ile yaptıkları satış anlaşmalarının etkili olduğu düşünülebilir (Çizelge 7.26).

Çizelge 7.26. Komisyoncuların Uyguladıkları Komisyon Oranları

Komisyon oranı	n	%
< %8	41	56,9
>%8	31	43,1
Toplam	72	100,0

Komisyoncuların %45,9'u aldıkları ürünlerin bedelini peşin öderken, %23,'i vadeli olarak ödemektedir. %30,6'sı hem peşin hem vadeli olarak ödemektedir (Çizelge 7.27).

Çizelge 7.27. Komisyoncuların Aldıkları Ürünlerin Bedellerini Ödeme Şekilleri

Ödeme şekli	n	%
Peşin	39	45,9
Vadeli	20	23,5
Peşin ve Vadeli	26	30,6
Toplam	86	100,0

Komisyoncuların %31,4'ü sattıkları ürünlerin parasını peşin öderken, %25,6'sı vadeli olarak ödemektedir, %43'ü de hem peşin hem vadeli olarak ödemektedir (Çizelge 7.28).

Çizelge 7.28. Komisyoncuların Sattıkları Ürünlerin Bedellerinin Ödenme Şekilleri

Ödeme şekli	n	%
Peşin	27	31,4
Vadeli	22	25,6
Peşin & Vadeli	37	43,0
Toplam	86	100,0

Vadeli olarak satış yapan Komisyoncuların %43,1'i ödemeyi 1 aydan önce alırken, %37,9'u 1-2 ay arasında, %12,1'i 2-3 ay arasında ve %6,9'u 3 aydan daha uzun süre sonra almaktadır. Vade sürelerini genellikle güvenilirliğe göre belirlenmektedir. Vadeli satış yapan komisyoncuların birçoğunun ilk şikâyeti paralarını alamamak olduğudur. Fakat yine de vadeli satışa mecbur olduklarından dolayı vadeli satışa devam ettiklerini ifade etmektedirler (Çizelge 7.29).

Çizelge 7.29. Komisyoncuların Vadeli Ödemede Kullandıkları Süre

Vade süresi	n	%
1 aydan önce	25	43,1
1-2 ay arası	22	37,9
2-3 ay arası	7	12,1
3 aydan fazla	4	6,9
Toplam	58	100,0

Komisyoncuların %24,4'ü satış yaptıktan sonra alıcılarından herhangi bir konuda şikâyetinde bulunmamaktadır. Komisyoncuların önemli bir çoğunluğu (%70,9) ise zamanında ödeme yapılmadığından şikâyetçidir (Çizelge 7.30).

Çizelge 7.30. Komisyoncuların Alıcılarla İlgili Şikâyetleri

Şikâyetler	n	%
Yok	21	24,4
Zamanında ödemede sıkıntı	61	70,9
Malı kötüleyerek fiyatı aşağıya çekmek	2	2,3
Paranın geri dönmemesi	1	1,2
Vadesinde ödememe	1	1,2
Toplam	86	100,0

Komisyoncuların %44,7'si yasal kesintilerin normal olduğunu, %55,3'ü ise yüksek olduğunu ifade etmektedir. Komisyon oranı %8, komisyon KDV tutarı %1,44, zirai stopaj %2, Bağ-Kur payı %1, belediye payı (rüsüm) %2 olmak üzere yasal kesinti toplam %14,44'tür (Çizelge 7.31).

Çizelge 7.31. Komisyoncuların Yasal Kesinti Hakkındaki Düşünceleri

Görüşler	n	%
Normal	38	44,7
Yüksek	47	55,3
Toplam	86	100,0

Komisyoncuların yarısından fazlası (%58,8) gayri resmi satışların denetimsizlikten dolayı olduğunu düşünmektedir. Genellikle öne çıkan görüş ise toptancı hal içini belediye denetlerken toptancı hal dışını kimsenin denetlememesi ve toptancı hal dışında komisyoncu gibi birçok kişinin satış yaptığının önüne geçilememesidir. Komisyoncuların %17,6'lık bir bölümü ise eskiden gayri resmi satışların var olduğunu fakat yeni yasayla birlikte bunun önüne geçildiğini belirtmiştir. Komisyoncuların %16,5'lik kısmı ise vergilerin yüksek olmasından dolayı gayri resmi satışların olduğunu belirtmiştir (Çizelge 7.32).

Çizelge 7.32. Komisyoncuların Hal Dışı Satışlar Konusundaki Düşünceleri

Görüşler	n	%
Denetimsizlik	50	58,8
Eskiden vardı artık yok	15	17,6
Vergilerin yüksek olması	14	16,5
Yok	6	7,1
Toplam	86	100,0

Komisyoncular ürünlerini çeşitli faktörlere göre temin etmektedirler. Komisyoncuların taze sebze ve meyve alırken dikkat ettikleri kriterlerin başında ürünlerin üretim bölgesi gelmektedir. Ürünlerin ucuz olması ise ikinci öncelik olarak görülmektedir. Bunları ulaşım kolaylığı, ürünün zamanında gelmesi ve ürünün kalitesi gibi kriterler izlemektedir (Çizelge 7.33).

Çizelge 7.33. Komisyoncuların Taze Sebze Ve Meyve Alımında Dikkat Ettikleri Kriterler

Kriter sırası	Kriterler	n	%
1. Kriter	Üretim bölgesi	35	41,2
	Ürünün ucuz olması	21	24,7
	Ulaşımın kolay olması	12	14,1
	Ürünün zamanında gelmesi	8	9,4
	Ürünün kalitesi	9	10,6
2. Kriter	Ürünün ucuz olması	25	29,4
	Üretim bölgesi	21	24,7
	Ulaşımın kolay olması	18	21,2
	Ürünün zamanında gelmesi	17	20,0
	Ürünün kalitesi	4	4,7
3. Kriter	Ulaşımın kolay olması	30	35,3
	Ürünün ucuz olması	23	27,1
	Üretim bölgesi	22	25,9
	Ürünün zamanında gelmesi	9	10,6
	Ürünün kalitesi	1	1,2
4. Kriter	Ürünün zamanında	41	48,2
	Ulaşımın kolay olması	20	23,5
	Ürünün ucuz olması	15	17,6
	Üretim bölgesi	5	5,9
	Ürünün kalitesi	4	4,7
5. Kriter	Ürünün kalitesi	67	78,8
	Ürünün zamanında gelmesi	10	11,8
	Ulaşımın kolay olması	5	5,9
	Üretim bölgesi	2	2,4
	Ürünün ucuz olması	1	1,2

Çizelge 6.34 incelendiğinde fiyatı en çok etkileyen faktörün rekabet olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla mal çeşidi, mal miktarı, işçilik, kalite ve temizlik ile nakliye kriterleri izlemektedir. Aydın ili toptancı halleri birbirinden çok uzakta olmadığından dolayı rekabet hem kendi toptancı halindeki komisyoncu ile hem de diğer toptancı hallerdeki komisyoncuyla yaşanmaktadır. Mal çeşidi ve miktarındaki yoğunluk fiyatların düşmesine sebep olmaktadır. İşçilik ücretlerindeki yükselme de taze sebze ve meyvenin fiyatını arttırmaktadır. Kalite ve temizlik parametrelerinde genellikle ürünlerini ihracata veren komisyoncuların daha çok önem verdiği dikkati çekmektedir. Komisyoncuların nakliyeden dolayı şehir içinde çok sorunla karşılaşmadıkları tespit edilmiştir. Genellikle ürün

teminini şehir dışından yapan Aclarlar, Merkez Ve Diğer İki Toptancı Haline Nazaran Daha Az Şehir Dışından Ürün Temin Eden Nazilli Belediyesi Toptancı Hali için önem arz etmektedir (Çizelge 7.34).

Çizelge 7.34. Komisyoncuların Satışlarında Fiyatı En Çok Etkileyen Kriterler

Kriter sırası	Kriterler	n	%
1. Kriter	Rekabet	31	36,5
	Mal çeşidi	15	17,6
	Mal miktarı	12	14,1
	İşçilik	11	12,9
	Kalite ve temizlik	10	11,8
	Nakliye	6	7,1
2. Kriter	Mal miktarı	34	40,0
	Nakliye	19	22,4
	Mal çeşidi	13	15,3
	İşçilik	9	10,6
	Kalite ve temizlik	9	10,6
	Rekabet	1	1,2
3. Kriter	Nakliye	24	28,2
	Mal çeşidi	22	25,9
	Mal miktarı	16	18,8
	İşçilik	14	16,5
	Kalite ve temizlik	5	5,9
	Rekabet	4	4,7
4. Kriter	Kalite ve temizlik	36	42,4
	İşçilik	16	18,8
	Nakliye	14	16,5
	Mal çeşidi	12	14,1
	Rekabet	4	4,7
	Mal miktarı	3	3,5
5. Kriter	Rekabet	41	48,2
	İşçilik	19	22,4
	Kalite ve temizlik	11	12,9
	Mal çeşidi	7	8,2
	Nakliye	6	7,1
	Mal miktarı	1	1,2
6. Kriter	Mal miktarı	19	22,4
	Nakliye	16	18,8
	Mal çeşidi	16	18,8
	İşçilik	16	18,8
	Kalite ve temizlik	14	16,5
	Rekabet	4	4,7

7.4. Komisyoncuların Hal Değişikliği Yasası ve Buna Bağlı Olarak Ortaya Çıkan Durumlar İle İlgili Görüşleri

Araştırmaya katılanların %12,8'i buldukları hal bölgesinde belediyeden kaynaklı sorunlar olduğunu ifade ederken, %22,1'i çevre düzenlemesi sorunu olduğunu, %10,5'i toptancı halinin küçük olduğunu, %10,5'i yeni hal yasaının sorun olduğunu ifade etmektedirler. Buna ek olarak Komisyoncuların %44,2'si de sorun olmadığını ifade etmektedir. Belediyeden kaynaklanan sorunlar; belediyelerin sadece toptancı halin içini denetlediğini dışına ise müdahale etmediklerini ve gereken ilgiyi toptancı hale ve komisyonculara göstermedikleri üzerine yoğunlaştığı belirlenmiştir. Çevre düzenlemesi ile ilgili olarak; halin yeri ve hal içi ile dışının temiz olmayışının ana nedenler olduğu tespit edilmiştir. Toptancı halin küçük olması; toptancı halin alan olarak istenileni karşılayamaması ve toptancı hallerdeki dükkânlarında yeterli büyüklükte olmaması bu nedenle bazı komisyoncuların ikinci hatta üçüncü dükkânı da kiralamak zorunda kaldıkları tespit edilmiştir. Yeni hal yasaı ile ilgili sorunların esas olarak; bu yasanın gerçek hayatta uygulanmasının henüz bu aşamada çok zor olduğu ve olağan sorunların çözümüne yönelik olmaktan ziyade daha çok sorun oluşturacağı üzerinde yoğunlaşma gösterdiği tespit edilmiştir (Çizelge 7.35).

Çizelge 7.35. Komisyoncuların Mensup Oldukları Toptancı Hal İle İlgili Sorunlar

Sorunlar	n	%
Belediye	11	12,8
Çevre düzenlemesi	19	22,1
Toptancı hal küçük	9	10,5
Yeni hal yasaı	9	10,5
Yok	38	44,2
Toplam	86	100,0

Buna karşın komisyoncuların tamamına yakınının yeni hal yasaından haberdar olduğu belirlenmiştir (Çizelge 7.36).

Çizelge 7.36. Komisyoncuların 5957 Sayılı Kanundan Haberdarlıkları

Yanıtlar	n	%
Evet	84	97,7
Hayır	2	2,3
Toplam	86	100,0

Yeni Hal Yasası konusunda komisyoncuların %47,7'si basın yayın kuruluşlarından, %48,8'i hal yönetiminden, %34,9'u belediyeden, %10,5'i resmi gazeteden, %37,2'si de bakanlıktan haber almıştır. Toptancı hal yönetimleri ve belediyeler komisyoncularla bir araya gelerek yeni hal yasası hakkında bilgilendirmeler yapılmış olup, Gümrük ve Ticaret Bakanlığınca görevlendirilen ilgili personellerde belediye, hal yönetimi ve komisyoncularla bir araya gelerek çeşitli bilgilendirmeler yapmıştır (Çizelge 7.37).

Çizelge 7.37. Komisyoncuların Yeni Hal Yasasına İlişkin Haber Kaynakları

Haber kaynağı	Yanıtlar	n	%
Basın yayını	Evet	41	47,7
	Hayır	45	52,3
Hal yönetimi	Evet	42	48,8
	Hayır	44	51,2
Belediye	Evet	30	34,9
	Hayır	56	65,1
Resmi gazete	Evet	9	10,5
	Hayır	77	89,5
Bakanlık	Evet	32	37,2
	Hayır	54	62,8

Komisyoncuların %16,3'ü yeni hal yasasının komisyoncular üzerinde etkisi olup olmayacağı konusundaki düşüncelerinde belirsizlik olduğunu, belirsizliğin nedeni ise henüz yasanın çok yeni olduğu ve biraz daha süre geçtiğinden sonra uygulanabilirliği anlaşılabilirliğinden, %41,9'u olumlu etki olacağını yeni hal yasası ile eski sorunların birçoğunun ortadan kalkacağını, %41,9'u da olumlu etkisi olmayacağını eskiden var olan sorunların devam edeceğini ve daha çok karmaşıklığa yol açacağını ifade etmektedir. Yasanın komisyoncular üzerindeki etkilerinin olumsuz olacağını nedenleri arasında, hal dışı satışın artarak kaçak satışın teşvik edildiğinin, tüketici haller ve üretici haller olarak ayırım yapılması gerektiğinden, işlemlerin çok zaman aldığından, süpermarketlere yaradığından,

toptancı hallerin denetlendiği fakat toptancı hal dışının denetlenmediğinden, hallerin başka yere taşınması gibi nedenlerden dolayı olumsuz etkileneceği düşünülmektedir (Çizelge 7.38).

Çizelge 7.38. Komisyoncuların 5957 Sayılı Kanuna Duyarlılıkları

Yanıtlar	n	%
Belirsiz	14	16,3
Olumlu	36	41,9
Olumsuz	36	41,9
Toplam	86	100,0

7.5. Hal Yönetiminin Yeni Hal Yasası Hakkındaki Görüşleri

Aydın ili toptancı halleri arasında en fazla iş yeri sayısına sahip olan haller sırasıyla Acarlar (65), Merkez ve Nazilli Belediyesi Toptancı Halidir, en az iş yeri sayısına sahip olan haller ise sırasıyla Kuşadası (4) ve Kuyucak Belediyesi Toptancı Halidir. Aydın’da toplam 232 iş yeri mevcut olup bunların 211 tanesi faal haldedir. Alan olarak en geniş alana sahip Merkez (27823m²), İncirliova ve Acarlar Belediyesi Toptancı Halidir, en az alana sahip ise Kuşadası (600m²), Köşk ve Kuyucak Belediyesi Toptancı Halidir. Aydın İli Toptancı hallerinin hepsinde kantar mevcut olup %66,7 oranla 60 tonluk kantar kullanılmaktadır. Aydın İli Toptancı Hallerinin yarısından fazlasında (54,5) zabıta vardır. Aydın ili Toptancı Hallerinin yarısından fazlasında (54,5) kontrol ve denetim noktası vardır. Aydın ili Toptancı Halleri arasında laboratuvar sadece Nazilli Belediyesi Toptancı Halinde mevcut olup diğer toptancı hallerde mevcut değildir. Aydın İli Toptancı Hallerinin %45,5’inde merkezi hoparlör sistemi mevcut değildir. Aydın İli Toptancı Hallerinin %36,4’ünde fiyat panosu mevcut olup bunlar içerisinde sadece Nazilli Belediyesi toptancı hali dijital fiyat panosuna sahiptir. Aydın İli Toptancı Halleri içerisinde Kuyucak Belediyesi Toptancı Hali hariç diğer bütün hallerde bilgisayar sistemi mevcuttur. Aydın İli Toptancı Hallerinin büyük bir çoğunluğunda (72,7) müzayede alanı mevcuttur. Aydın İli Toptancı Hallerinin %81,8’inde tasnifleme ve ambalajlama alanı mevcuttur (Çizelge 7.39).

Yeni yasayla birlikte kontrol ve denetim noktası, zabıta, laboratuvar, merkezi hoparlör sistemi, fiyat panosu, bilgisayar sistemi, müzayede alanı, depolama alanı, tasnifleme alanı ve ambalajlama alanı zorunlu hale getirilmiştir.

Çizelge 7.39. Yöneticilerin Buldukları Haller İle İlgili Tanımlayıcı Bilgiler

Değişkenler	Alt değişkenler	n	%
Toplam iş yeri (adet)	10'dan az	2	18,2
	10-20 arası	6	54,5
	20'den fazla	3	27,3
Faaliyette olan iş yeri sayısı	10'dan az	3	27,3
	10-20 arası	5	45,5
	20'den fazla	3	27,3
Toptancı hal alanı (m ²)	<= 10000	7	70,0
	>= 10001	3	30,0
Kantar var mı?	1 adet	11	100,0
Kantar var ise kaç ton	40 ton	1	11,1
	60 ton	6	66,7
	80 ton	2	22,2
Zabıta	Var	6	54,5
	Yok	5	45,5
Kontrol ve denetim noktası	Var	6	54,5
	Yok	5	45,5
Laboratuvar	Var	1	9,1
	Yok	10	90,9
Merkezi hoparlör sistemi	Var	5	45,5
	Yok	6	54,5
Fiyat panosu (doğal-dijital)	Var (dijital)	1	9,1
	Var (doğal)	3	27,3
	Yok	7	63,6
Bilgisayar sistemi (adet)	1-2	7	63,6
	3+	3	27,3
	Var	1	9,1
Müzayede alanı	Yok	3	27,3
	Var	8	72,7
Depolama alanı	Yok	4	36,4
	Var	7	63,6
Tasnifleme alanı	Yok	2	18,2
	Var	9	81,8
Ambalajlama alanı	Yok	2	18,2
	Var	9	81,8
Toptancı halinin faaliyet gösterdiği süre	1-3 ay	2	18,2
	10-12 ay	5	45,5
	4-6 ay	3	27,3
	7-9 ay	1	9,1

Aydın ili toptancı hal yönetimlerinin hepsi 5957 sayılı kanundan basın-yayın, resmi gazete ve belediye vasıtasıyla haber almışlardır. Büyük bir çoğunluğu Bakanlık tarafından haberdar olmuşlardır. Aydın ili toptancı hal yönetimlerinin büyük çoğunluğu (%81,8) kayıt sisteminde aksaklıkların olduğunu belirtmiştir. Kayıt sistemindeki aksaklıkların nedeninin ise internet sisteminin çok ağır işlemesi bazen de kitlenmesinin olduğu belirlenmiştir. Kayıt sistemi; toptancı hale giren ve çıkan her ürünün hal yönetimi tarafından kayıt altına alınmasına dayanmaktadır. Aydın ili toptancı hal yönetimlerinin büyük çoğunluğu (%81,8) künye sisteminde aksaklıkların olduğunu belirtmiştir. Künye uygulaması; toptancı hale giren her üründe nerede üretildiği, kim tarafından üretildiği ürünün üzerinde açık bir şekilde görülmesidir. Aydın ili toptancı hal yönetimlerinin çoğunluğu yasanın uygulandığını belirtmişlerdir. Yasa ile beraber en büyük sorun olarak gördükleri kaçağın önleneceğini vurgulamışlardır. Yasanın olumsuz yanları ise; alt yapı eksikliği, evrak kalabalığı, kırtasiye masrafı, internet sayfasındaki yavaşlık-açılmama, rüsum gelirinde 1/15 oranında düşme ve sistemin açık ve net olarak bilinmediği olduğunu belirtmişlerdir (Çizelge 7.40).

Çizelge 7.40. Yöneticilerin 5957 Sayılı Kanundan Haberdarlıkları

Değişkenler	Alt değişkenler	n	%
Kanundan haberi var mı	Evet	11	100,0
Kanundan haber alma organı (Basın-yayın)	Evet	5	45,5
	Hayır	6	54,5
Kanundan haber alma organı (Resmi gazete)	Evet	4	36,4
	Hayır	7	63,6
Kanundan haber alma organı (Belediye)	Evet	4	36,4
	Hayır	7	63,6
Kanundan haber alma organı (Bakanlık)	Evet	8	72,7
	Hayır	3	27,3
Kayıta aksaklık oluyor mu	Evet	9	81,8
	Hayır	2	18,2
Künye de aksaklık oluyor mu	Evet	8	72,7
	Hayır	3	27,3
Aksaklık nedenleri	İnternet sistemi yavaş	9	81,8
	Sorun yok	2	18,2
Yeni Hal Yasası uygulanıyor mu?	Evet	9	81,8
	Hayır	2	18,2
Yeni hal yasaının olumlu yanları	Kaçak önlenecek	9	81,8
	Üreticinin ürünü değerlenecek	1	9,1
	Yorum yok	1	9,1
Yeni hal yasaının olumsuz yanları	Alt yapı eksik	1	14,3
	Evrak kalabalığı	1	14,3
	Geçiş süreci olduğu için her	1	14,3
	İnternet sayfası sorunlu	1	14,3
	Rüsüm gelirlerinde 1/15	1	14,3
	Sistemi kimse bilmiyor	2	28,6

8. TARTIŞMA VE SONUÇ

Taze meyve ve sebzeler içerdikleri su, mineral, protein, karbonhidrat ve yağ nedeniyle sağlıklı ve dengeli beslenmenin önemli bir parçası olarak kabul edilmekte; içeriklerindeki antioksidanlar, bitkisel kimyasallar ve lifler nedeniyle de çeşitli hastalıklara karşı koruyucu özellik taşımakta ve zararlı maddelerin vücuttan atılmasına da katkıları bulunmaktadır. Ayrıca taze meyve ve sebze üretim, istihdam olanakları, sanayiye hammadde sağlaması ve ihracat açısından da hem bitkisel üretim hem de tarım içinde önemli katma değer yaratan ürün grubu olarak yerini almıştır.

Türkiye, dünyadaki sekiz gen merkezinden Yakınoğu ve Akdeniz Havzası'nı kapsamısı nedeniyle birçok tür ve çeşidin anavatanı durumundadır. Bu bağlamda, kültürü yapılan 138 meyve türünden, 75 kadar tür ülkemizde yetiştirilebilmektedir.

Araştırmada taze meyve ve sebze pazarlamasında pazarlamanın en önemli unsuru olan toptancı haller Aydın ili pilot olarak ele alınarak incelenmiştir. Nitekim toptancı haller ile ilgili kanun ve yönetmelikler sürekli değışiklik göstermektedir. Türkiye’de taze meyve ve sebze pazarlaması 12 Eylül 1960 tarih ve 80 sayılı Toptancı Halleri Sureti İdaresi Hakkında Kanun ile başlayarak günümüze kadar Kanun, KHK, değışiklik kanunu ve yönetmeliklerle değıştirilmiştir. Bu kadar yapılan değışikliğe rağmen sorunların hala giderilemediğı görölmekte ve sorundan etkilenen kesimler; üreticiler, tüketiciler, belediyeler, toptancı haller, komisyoncular ve tüccarlar olmaktadır.. 11 Mart 2010 tarihinde TBMM Genel Kurulunda 5957 sayılı “Sebze ve Meyve ile Yeterli Arz ve Talep Derinliğı Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun” çıkarılmış olup, 26 Mart 2010 tarih ve 27533 sayılı Resmi Gazete’ de yayınlanmıştır. 26.03.2011 tarihinde yürürlüğe girecek kanun 01.01.2012’ye ertelenmiştir ve söz konusu tarihte yürürlüğe girebilmiştir.

Araştırmada söz konusu Kanunla ilgili olarak alanda hizmet veren ve konunun doğrudan muhatabı olan Toptancı Hal yöneticileri ve komisyoncular ile görüşölmüştür. Bu kanunun ülkemizdeki taze meyve sebze sektöründeki sorunlara çözüm olma noktasındaki eksiklikleri ve yenilikler tartışmaya açılmıştır.

Araştırmaya katılan komisyoncuların demografik özelliklerine ilişkin bulgulara göre, komisyoncuların genellikle 27-56 taze grubunda oldukları, 57 ve üzeri taze grubunda bulunan komisyoncuların oranının oldukça düşük olduğu belirlenmiştir. Araştırmaya katılan komisyoncuların çoğunluğunun Aydın ili doğumlu oldukları,

komisyoncuların genellikle ilkokul, ortaokul ve lise mezunu oldukları, üniversite veya yüksekokul mezunu olan komisyoncuların oranının ise oldukça düşük olduğu belirlenmiştir. Bunun yanında komisyoncuların %64 gibi büyük bir oranının ailesinde 4-5 birey bulunduğu tespit edilmiştir. Söz konusu bulgulara göre, komisyoncuların genellikle orta taze grubunda buldukları, öğrenim durumlarının ilkokul, ortaokul ve lise düzeyinde olduğu, bunun yanında komisyoncuların ailelerinin birey olarak kalabalık olduğu ifade edilebilir. İzmir ilinde faaliyet gösteren toptancı hallerindeki komisyoncular üzerinde yapılan benzer bir çalışmada, komisyoncuların taze ortalamalarının 25-52 arasında olduğu, ortalama yaşın ise 42 olduğu tespit edilmiştir. Aynı çalışmada komisyoncuların genellikle ilkokul ve ortaokul mezunu oldukları tespit edilmiştir (Kahraman, 2012). Toptancı hallerindeki komisyoncular üzerinde yapılan diğer bir çalışmada da komisyoncuların çoğunlukla 31-50 taze grubunda buldukları belirlenmiştir. Aynı çalışmada komisyoncuların çoğunlukla ilkokul, ortaokul ve lise mezunu oldukları, yükseköğretim gören komisyoncuların oranının düşük olduğu tespit edilmiştir (Sayılı ve Civelek, 2012). Gözener ve Sayılı (2011) tarafından yapılan diğer bir çalışmada da komisyoncuların taze ortalamalarının 45 olduğu tespit edilmiştir. Aynı çalışmada komisyoncuların %36.96'sının lise, %23.91'inin ilkokul, %17.39'unun ortaokul, %15.22'sinin ön lisans, %2.17'sinin lisans mezunu ve %4.35'inin de sadece okur-yazar olduğu tespit edilmiştir. Bu araştırma sonuçları bizim çalışma bulgularımız ile paralellik göstermektedir.

Araştırmaya katılan komisyoncuların mesleki deneyim düzeylerinin çoğunlukla 1-10 yıl ve 11-20 yıl arasında olduğu, mesleki deneyimi 21-30 yıl ile 30 yıl ve üzerinde bulunan komisyoncuların oranının düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında komisyoncuların önceki mesleklerinin çoğunlukla komisyonculuk ve pazarcılık olduğu, geçmiş yaşamlarında diğer meslek gruplarında çalışan komisyoncuların oranının oldukça düşük olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgulara göre araştırmaya katılan komisyoncuların mesleki deneyimlerinin genellikle düşük olduğunu, mesleki kıdemi yüksek olan komisyoncuların oranının düşük olduğunu ve komisyoncuların yine komisyonculuk ve pazarlama işleri yaptıktan sonra bu mesleğe yöneldiklerini söyleyebiliriz. Literatürde yer alan benzer çalışmalarda da toptancı hallerindeki komisyoncuların geçmiş meslek yaşamlarında da genellikle taze sebze ve meyve ticareti yaptıkları, özellikle pazarcılık yapan kişilerin daha sonra komisyonculuğa yöneldikleri tespit edilmiştir. İzmir ilinde faaliyet gösteren komisyoncular üzerinde yapılan çalışmada, toptancın hallerindeki komisyoncuların hal içerisinde

yaklaşık olarak 2-30 yıldır komisyonculuk yaptıkları, aynı zamanda 3-20 yıl gibi bir süredir de toptancı halleri dışında sebze ve meyve ticareti yaptıkları tespit edilmiştir. Bunun yanında bazı komisyoncuların geçmiş dönemlerde üreticilik veya nakliyecilik yaptığı da belirtilmiştir (Kahraman, 2012). Toptancı hallerinde faaliyet gösteren komisyoncular üzerinde yapılan diğer bir çalışmada, komisyoncuların mesleki deneyimlerinin genellikle 10-30 yıl arasında yoğunlaştığı belirlenmiştir (Sayılı ve Civelek, 2012). Literatürde yer alan benzer araştırma sonuçları ile çalışma bulguları değerlendirildiği zaman ortak noktanın ülkemizin farklı bölgelerindeki toptancı hallerinde faaliyet gösteren komisyoncuların bu mesleği uzun yıllardır yaptıklarının tespit edilmiş olmasıdır.

Araştırmaya katılan toptancıların dükkân büyüklüklerinin çoğunlukla 101-200 m² arasında olduğu, bu boyutlardan daha yüksek veya düşük büyüklükte olan dükkânların oranının düşük olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında komisyoncuların büyük bir bölümünün (%72,1) dükkânlarında şahsi depolarının bulunmadığı, dükkânlarında soğuk hava deposu bulunmayan (%75,6) ve normal depoya sahip olmayan (%95,3) komisyoncuların oranının oldukça yüksek olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgulara göre Aydın ilinde bulunan toptancı hallerinde faaliyet gösteren komisyoncuların dükkânlarının orta büyüklükte olduğu, dükkânların sahip oldukları depolama sistemlerinin ise kısıtlı ve yetersiz olduğu söylenebilir. Albayrak (2009) tarafından yapılan çalışmada da toptancı hallerinin bazı fiziksel özellikleri nedeni ile yetersiz oldukları belirtilmiştir. Hallerdeki depolama sistemlerinin yetersiz olduğu ve mevcut depolama sistemlerinin işlevlerini yerine getirmede yetersiz olduğu belirtilmiştir. Çetin (2009) tarafından yapılan diğer çalışmada da, toptancı hallerinde faaliyet gösteren dükkânların sadece %34,25'inin kendisine ait depolama sistemi bulunduğu tespit edilmiştir. Sayılı ve Civelek (2012) tarafından yapılan çalışmada ise toptancı hallerinde bulunan depolama sistemlerinin yetersiz olduğu, hatta ilçelerde bulunan toptancı hallerinin bazılarında neredeyse hiç depolama tesisi veya sistemi bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu araştırma bulguları bizim çalışma sonuçlarımız ile benzerlik göstermektedir. Hallerin fiziksel yetersizliklerinden kaynaklanan sorunların en aza indirilmesi için de öncelikli olarak fonksiyonlarını yerine getiremeyen toptancı hallerinin diğer haller ile birleştirilmesi faydalı olabilecektir.. Bunun yanında mevcut toptancı hallerinin alt yapı sorunlarının ortadan kaldırılmasının da hallerin fiziksel özelliklerinden kaynaklanan bazı yetersizliklerini en aza indirme konusunda etkili olacağı belirtilmiştir.

Tokat ilindeki toptancı halleri üzerinde yapılan çalışmada, 22 bin m²'lik alana yapılmış olan ve 66 adet dükkândan oluşan taze sebze ve meyve toptancı halinde, bir dükkânın genişliği 84 m² olup, önünde sundurmalarının bulunduğu yer 72 m², her dükkânın arkasında dükkân sahiplerinin şahsına ait olmak üzere 40 m² özel kasalık alanı olup toplam 196 m² kullanılabilir alan bulunduğu tespit edilmiştir (Sayılı ve Civelek, 2012).

İzmir ilinde faaliyet gösteren toptancı hallerinde yapılan benzer bir çalışmada ise komisyoncuların dükkânları arasındaki blokları dar olduğu, bu durumun özellikle ürün nakliye işlemlerinde sorun ortaya çıkardığı tespit edilmiştir (Kahraman, 2012). Ülkemizde yürürlükte olan mevcut hal yasasına göre toptancı hallerinde alt yapı, depolama, ambalajlama ve tasnif bölümlerinin uygun ve yeterli sayıda olması gerektiği belirtilmiştir. Buna karşılık toptancı hallerinin mevcut durumlarının yasal olarak taşınması gereken özellikleri yeterince taşımadıkları görülmektedir (Özsu, 2005). Ancak bu durum toptancı hallerinde bulunan bazı ürünlerin satışa sunulmasına engel olmaktadır. Özellikle toptancı hallerinde soğuk hava depolarının bulunmaması nedeniyle ürünlerin %25'inin tüketime sunulmadığı belirtilmektedir (Polat, 2010).

Araştırmaya katılan komisyoncuların dükkanlarındaki depolama sistemlerinin düşük ve yetersiz düzeyde olması, ürünlerin hijyen koşullarına uygun olarak pazarlanmasının da önüne geçen bir unsurdur. Canik ve Alparslan (2010)'a göre, toptancı hallerinin önemli fonksiyonlarından birisinin de tüketiciye aktarılacak olan ürünlerin hijyen kurallarına uygun olarak satışının yapılmasıdır. Kadanalı ve Dağdemir (2013) tarafından yapılan diğer bir çalışmada da toptancı hallerindeki ürün satışlarının tüketici sağlığına uygun bir biçimde yapılması gerektiği vurgulanmıştır. Bu kapsamda toptancı hallerindeki ürün sevkiyatının hijyenik şartlarda yapılabilmesi için depolama sistemlerinin de geliştirilmesi ve sayılarının artırılması gerektiği söylenebilir. Bunun yanında toptancı hallerinde faaliyet gösteren dükkânlarda depolama sistemlerinin öneminin komisyoncular tarafından iyi anlaşılması için gerekli çalışmalar yapılmalıdır. Çünkü ülkemizde depolama sistemlerinin sadece belirli taze meyveler için kullanılması gerektiğine dair yanlış bir uygulama söz konusudur (Kahraman, 2012). Ancak komisyoncu görüşlerine göre toptancı hallerindeki hijyen düzeyinin düşük olduğu bilinen bir gerçektir (Sayılı ve Civelek, 2012).

Araştırmaya katılan komisyoncuların büyük bir bölümünün dükkânlarında en az bir bilgisayara sahip oldukları (%67,4), buna karşılık komisyoncuların yaklaşık

olarak her 10 kişiden 20'sinin dükkânlarında bilgisayar bulunmadığı tespit edilmiştir. Bunun yanında komisyoncuların büyük bir bölümünün dükkânlarında forklit ve rampa bulunmadığı, yine komisyoncuların yaklaşık olarak yarısında iki adet tartı bulunduğu tespit edilmiştir. Ayrıca komisyoncuların büyük bir bölümünde kamyon bulunduğu belirlenmiştir. Elde edilen bu verilere göre komisyoncuların bilgisayar ve tartı ekipmanlarının yeterli olduğu, buna karşılık forklit ve rampa sistemlerinin ise yetersiz olduğu söylenebilir. Çetin (2009) tarafından yapılan benzer bir çalışmada, toptancı hallerinde faaliyet gösteren komisyoncuların %54,17'sinin kendisine ait nakliye aracı bulunduğu tespit edilmiştir. Sayılı ve Civelek (2012) tarafından yapılan araştırmada ise, ürün yükleme ve boşaltma peronlarının yetersiz olduğu, hem il hem de ilçelerde bulunan toptancı hallerinde teknik donanımların yetersiz olduğu belirlenmiştir. Aynı çalışmada toptancı hallerine ürün sevkiyatında en fazla kullanılan aracın kamyon olduğu tespit edilmiştir. Bu araştırma bulguları da söz konusu çalışma sonuçlarını desteklemektedir.

Toptancı hallerinde üreticiler ürünlerini doğrudan tüketiciye satabildikleri gibi kendi adına veya başka bir kişi adına komisyonculuk yapan kişiler üzerinden satış yapılması da mümkündür (Canik ve Alparlan, 2010). Araştırmaya katılan komisyoncuların da büyük bir bölümünün toptancı hallerindeki dükkânları komisyoncuların adına işlettikleri belirlenmiştir. Komisyoncuların yaklaşık olarak 2/3'ünün 2 dükkâna, 1/3'ünün de 1 dükkâna sahip oldukları belirlenmiştir. Toptancı hallerinde faaliyet gösteren komisyoncular üzerinde yapılan benzer bir çalışmada, dükkânları kendi adına işleten komisyoncuların sayılarının düşük olduğu, buna karşılık hem kendi adına hem de başkasının adına dükkân işleten komisyoncuların oranının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Sayılı ve Civelek, 2012). Literatürde yer alan bu araştırma sonuçlarının yapılan bu çalışmanın bulguları ile paralellik gösterdiği söylenebilir.

Araştırmaya katılan komisyoncuların tamamına yakınının üretim ve tüketim yerleri ile telefonla iletişim kurdukları, üretin ve tüketim yerleri ile internet veya faks ile iletişim kurabilen komisyoncuların oranının ise oldukça düşük olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında komisyoncuların hemen hemen her mevsim 1-2 işçi çalıştırdıkları, sadece kış dönemlerinde dükkanların %33,7'sinin hiç işçi çalıştırmadıkları belirlenmiştir. Elde edilen bu bulgulara göre toptancı hallerini işletenlerin çoğunluğunun dükkânların gerçek sahipleri olmadıkları, komisyoncuların çoğunun iki dükkâna sahip oldukları, ürün alım ve satım

işlemlerinde en fazla telefon ile haberleşmenin sağlandığı, bunun yanında dükkânların genellikle 1 veya 2 işçi çalıştırdıkları söylenebilir. Araştırma bulgularımızı destekleyen benzer bir çalışmada da toptancı hallerinde faaliyet gösteren komisyoncuların çoğunlukla 1 veya 2 işçi çalıştırdıkları tespit edilmiştir. Komisyoncuların genellikle 1 dükkâna sahip oldukları belirlenmiştir. Aynı araştırmada işçi sayılarının mevsimlere göre artış veya azalma gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanında komisyoncuların ürün alışverişlerinde haberleşme aracı olarak en fazla telefonu kullandıkları belirlenmiştir (Sayılı ve Civelek, 2012). Taze sebze ve meyve pazarlamasında kullanılan etkili iletişim yöntemlerinin başında internetin geldiği belirtilmektedir (Emeksiz vd., 2014). Ancak bu çalışmada elde edilen bulgular ile literatürde yer alan benzer araştırma bulguları ile değerlendirdiğimiz zaman ülkemizde toptancı hallerindeki komisyoncuların internet üzerinden haberleşmeyi düşük düzeyde kullandıkları ifade edilebilir.

Komisyoncuların çoğunluğunun (%46,5) toptancı hallerinde 10-12 ay süre ile faaliyet gösterdikleri belirlenmiştir. toptancı hallerinde 1-3 ay, 4-6 ay ve 7-9 ay faaliyet gösteren komisyoncuların oranlarının ise birbirine yakın oldukları belirlenmiştir. Bu sonuçların ortaya çıkmasında komisyoncuların alım ve satımlarını gerçekleştirdikleri ürünleri mevsimsel olarak artış veya azalma göstermesi olabilir. Örneğin, sadece incir alım satımı yapan komisyoncular yaz dönemi boyunca yoğun olarak çalıştıktan sonra, incir sezonu bittikten sonra faaliyetlerini durdurmaktadırlar.

Komisyoncuların büyük bir bölümünün (%89,5) ürünleri doğrudan üreticiden aldıkları, bunun yanında komisyoncuların yaklaşık olarak %37,2'sinin başka komisyonculardan da ürün aldıkları belirlenmiştir. Yapılan benzer bir çalışmada komisyoncuların ürünleri en fazla çiftçi veya diğer komisyonculardan temin ettikleri, tüccar veya tarladan ürün temin eden komisyoncuların oranının daha düşük olduğu tespit edilmiştir (Sayılı ve Civelek, 2012). Yapılan diğer bir araştırmada, komisyoncuların ürünleri %67.39 ile üreticiden, %43.38 ile tüccardan, %36.96 ile tarladan ve %26.09 ile diğer komisyonculardan temin ettikleri tespit edilmiştir (Gözener ve Sayılı, 2011).

Komisyoncuların ürün temin ettikleri yerlerin genellikle Ege, İç Anadolu, Marmara ve Akdeniz bölgesindeki illerden meydana geldiği tespit edilmiştir. Bunun yanında komisyoncuların %62,8 gibi büyük bir bölümünün ürün temin etme konusunda herhangi bir sorun yaşamadıkları, ürün temininde sorun yaşayan komisyoncuların en sık karşılaştıkları sorunların başında ise çiftçilerin bilinçsiz

olması, ürünlerin istenilen zamanda gelmemesi veya ürünlerin istenilen kalitede olmamasının geldiği tespit edilmiştir. Ayrıca komisyoncuların üreticiler ile ilgili şikâyetlerinin başında hileli ürün üretilmesi ve fiyat anlaşmazlığının geldiği sonucuna ulaşılmıştır. Yapılan araştırmalarda komisyoncuların ürün temin ettikleri bölgelerin genellikle satışını yapacakları ürünlere göre şekillendiği belirtilmiştir (Çetin, 2009). Tokat ilinde yapılan bir çalışmada, il merkezindeki toptancı hallerine gelen ürünlerin büyük bir bölümünün komşu veya diğer illerden geldiği, ilçelerdeki toptancı hallerine gelen ürünlerin ise genellikle il merkezinde yetişen ürünlerden oluştuğu tespit edilmiştir. Aynı araştırmada komisyoncuların ürün temininde karşılaştıkları sorunların başında, istenilen çeşitlerde ve kalitede ürün bulamama, ürünlerin istenilen zamanda gelmemesi gibi sorunların geldiği tespit edilmiştir (Sayılı ve Civelek, 2012). Araştırmaya katılan komisyoncuların ürün temin ettikleri bölgelerin farklılıklar göstermesinin temelinde komisyoncuların satışını yapmak istedikleri ürünlerin çeşitliliğinin neden olduğu düşünülebilir. Toptancı hallerinde faaliyet gösteren komisyoncuların ürün temininin de karşılaştıkları sorunların en aza indirilmesi için de çiftçilerin ürün toplama ve yetiştirme konusunda bilinçlendirilmelerinin önemli bir unsur olduğu düşünülmektedir. Çetin (2009) tarafından yapılan benzer bir çalışmada, komisyoncuların ürün temininin de karşılaştıkları en önemli sorunların kalitesiz ürün gelmesi ve ödemelerde sorunlar yaşanması olduğu tespit edilmiştir. Bu araştırma sonuçları bizim çalışma bulguları ile paralellik göstermektedir.

Komisyoncuların büyük bir bölümünün (%54,3) aldıkları ürünlerin ödemelerini 30 gün içerisinde yaptıkları, alınan ürünlerin ödemelerini 30-60 gün vade ile yapan komisyoncuların oranının %28,3 olduğu, daha uzun vadede ödeme yapan komisyoncuların oranların ise oldukça düşük olduğu belirlenmiştir. Elde edilen bulgulara göre komisyoncuların çoğunluğunun satın aldıkları ürünlerin bedellerini kısa vade de ödedikleri ifade edilebilir. Bu durumun temelinde komisyoncuların aldıkları ürünleri genellikle kısa sürede satmalarının yattığı düşünülebilir. Bunun yanında yapılan araştırmalarda komisyoncuların ürün alımlarında uyguladıkları vade süresinin ürünü aldıkları kişilere göre farklılaştığı belirtilmiştir. Bu kapsamda komisyoncuların doğrudan üreticilerden aldıkları ürünlerin bedellerini peşin ödedikleri, tüccarlardan aldıkları ürünlerin bedellerini ise en az 1 ay vade ile ödedikleri, bazen vade sürelerinin 1-2 günden 7 aya kadar uzadığı ifade edilmiştir. Komisyoncuların sattıkları ürünlerde uyguladıkları vade süresinin de satışın yapıldığı yere veya kişilere göre farklılık gösterdiği belirtilmiştir. Özellikle marketlere yapılan satışlarda uzun vade sürelerinin kullanıldığı, manavlara yapılan

satışlarda vade süresinin genellikle 1 ay olduğu, buna karşılık semt pazarlarında faaliyet gösteren pazarcılara yapılan satışlarda ödemelerin peşin olarak yapıldığı ifade edilmiştir (Çetin, 2009). Tokat ilindeki toptancı hallerinde yapılan benzer bir çalışmada, komisyoncuların aldıkları ürünlerin bedellerini genellikle peşin veya peşin/vadeli (karışık) ödedikleri, sadece vadeli ödeme yapan komisyoncuların oranının daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Aynı çalışmada komisyoncuların sattıkları ürünlerin bedellerini genellikle 1-2 hafta vade ile aldıkları, 2 haftadan daha uzun vade ile ürün satışı yapan komisyoncuların oranının daha düşük olduğu belirlenmiştir. Bunun yanında vadeli, ürün satışlarında en fazla karşılaşılan sorunun alıcılar tarafından vade sürelerinden sonra ödeme yapılması olduğu tespit edilmiştir (Sayılı ve Civelek, 2012). Gözener ve Sayılı (2011) tarafından yapılan araştırmada, komisyoncuların üreticilerden satın aldıkları ürünlerin bedellerini farklı şekillerde ödedikleri tespit edilmiştir. Bu araştırmada ürün bedellerinin ödenme şeklinin; %32.61 ile peşin, %17.39 ile vadeli ve %50.00 ile ise karışık (hem peşin hem de vadeli) olduğu tespit edilmiştir.

Komisyoncuların satın aldıkları ürünlerin bedellerinin uzun vadelerde ödemelerinin kayıt dışı satışları arttırdığı belirtilmiştir. Mandalina üreticileri üzerinde yapılan bir araştırmada her 30 mandalina üreticisinden sadece 8'inin ürünlerini toptancı hallerine sattıkları, diğer üreticilerin ürünlerini toptancı hallerine götürmeden doğrudan tüketiciye ulaştıran diğer araçlara verdikleri tespit edilmiştir. Mandalina üreticilerinin ürünlerini çoğunlukla toptancı hallerine satmamalarının temel nedeninin ise geçmiş yıllarda sattıkları ürünlerin bedellerini uzun vadelerde almaları gösterilmiştir. Bunun yanında doğrudan tüketiciye satılan ürünlerin kar oranının daha yüksek olmasının da üreticilerin mallarını toptancı hallerine götürmeden doğrudan tüketicilere yönlendirmede etkili olduğu belirtilmiştir (Kahraman, 2012).

Komisyoncuların büyük bir bölümünün kamyonu olduğu, buna karşılık frigorifik, pikap, traktör ve kamyonet gibi taşıtları bulunan komisyoncuların oranının düşük olduğu tespit edilmiştir. Bunun yanında komisyoncuların yarısından fazlasının üreticilerinde araç olduğu ve kiralık araç kullandıkları, ayrıca komisyoncuların %50'sinin kendilerine ait araçları olduğu, %50'sinin ise kendilerine ait herhangi bir araçları bulunmadığı belirlenmiştir. Elde edilen bu verilere göre araştırmaya katılan komisyoncuların ürün sevk işlerinde kamyon kullandıkları, kullanılan araçların çoğunluğunun komisyoncuların kendilerine ait olmadığı ifade edilebilir.

Toptancı hallerinde faaliyet gösteren komisyoncuların en önemli satış yerlerinin başında semt pazarları, süpermarketler ve manavlardan oluştuğu bilinmektedir. Özellikle semt pazarlarında satış yapan komisyoncuların oranının yaklaşık olarak %32 olduğu belirtilmiştir (Çetin, 2009). Yapılan bu araştırmaya katılan komisyoncuların da en fazla taze sebze ve meyve satışı yaptıkları yerlerin başında semt pazarlarının yer aldığı belirlenmiştir. Semt pazarlarını genellikle en fazla seyyar satıcı, manav ve diğer hallerin takip ettiği belirlenmiştir. En az satış yapılan yerlerin ise market ve süpermarketler ile ihracat yerlerinden meydana geldiği tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgulara göre komisyoncuların en önemli satış yerlerinin il ve ilçelerde kurulan semt pazarları olduğu ifade edilebilir. Bu sonuç aynı zamanda komisyoncuların çoğunluğunun ürünlerini herhangi bir aracı kullanmadan doğrudan tüketiciye ulaştırdıklarını göstermektedir. Yapılan araştırmalarda da özellikle taze sebze ve meyve pazarlamasında toptancı hallerinin tüketicilere ürünleri doğrudan aktarmada önemli bir fonksiyona sahip oldukları ifade edilmiştir (Albayrak, 2009). İzmir ilinde faaliyet gösteren toptancı halleri üzerinde yapılan bir çalışmada da halden çıkan ürünlerin en fazla pazarcılara satıldığı, bunu sırasıyla süpermarket ve manavların izlediği tespit edilmiştir (Kahraman, 2012). Tokat ilinde yapılan diğer bir çalışmada, komisyoncuların aldıkları ürünleri genellikle pazarcı, seyyar satıcı ve manavlara sattıkları, tüccar veya süpermarketlere satış yapan komisyoncuların oranının daha düşük olduğu tespit edilmiştir (Sayılı ve Civelek, 2012).

Günümüzde kentsel yaşam içerisinde tüketicilerin taze sebze ve meyve ihtiyaçlarını süpermarketlerden karşılama düzeylerinin giderek arttığı, süpermarketlerin taze sebze ve meyve reyonlarının toplam market cirosunun önemli bir bölümünü oluşturduğu bilinmektedir (Akpınar vd., 2009). Buna karşılık araştırmaya katılan komisyoncuların taze sebze ve meyve satışlarını en az süpermarketlere yapmalarının temel nedeni ise komisyoncuların genellikle ilçelerde faaliyet göstermesi, ilçelerde de vatandaşların ekonomik gelirleri dâhilinde semt pazarlarından alışveriş yapmalarının ve taze ürünler tüketme isteğinde olmalarının yattığı düşünülebilir.

Komisyoncuların %56,9'unun %<8 oranında komisyon uygularken, %43,1'inin ise %>8 düzeyinde komisyon uyguladıkları belirlenmiştir. Bu oranların belirlenmesinde komisyoncuların ürünlerini sattıkları yerler ile yaptıkları anlaşmaların etkili olduğu düşünülebilir. Bunun yanında komisyoncuların satın aldıkları ürünlerin bedellerini genellikle peşin ödedikleri, buna karşılık sattıkları

ürünlerin bedellerinin büyük bir bölümünü peşin/vadeli olarak tahsil ettikleri tespit edilmiştir. Bu sonucun ortaya çıkmasında komisyoncuların ürünlerini sattıkları alıcılardan bedel tahsil etmede zorluk yaşamalarının etkili olduğu söylenebilir. Nitekim araştırmaya katılan komisyoncuların %70,9 gibi oldukça yüksek bir oranının alıcıların zamanında ödeme yapmamalarından dolayı şikâyetçi oldukları tespit edilmiştir. Bunlara ek olarak komisyoncuların şikâyetçi oldukları diğer bir konu da yapılan yasal kesinti oranıdır. Elde edilen bulgulara göre araştırmaya katılımcıların %55,3'ünün yapılan yasal kesintilerin yüksek olduğunu düşündükleri belirlenmiştir. Tokat ilinde yapılan benzer bir çalışmada, toptancı hallerindeki komisyoncuların %20,93'ünün %8< oranında, %44,19'unun %8 oranında ve %34,88'inin ise %8> oranında komisyon uyguladıkları belirlenmiştir (Sayılı ve Civelek, 2012). Yulafçı ve Cinemre (2007) tarafından yapılan çalışmada ise, Çarşamba ovasında üretilen ürünlerin Çarşamba Toptancı Halinde %6-7 komisyon ile satıldığı tespit edilmiştir.

Toptancı hallerine giren ürünler satışa sunulmadan önce ürünün cinsi, miktarı, üreticisi vb. bilgiler kayıt altına alınmaktadır. Toptancı hallerinde fiyat, malların arz ve talep durumlarına göre belirlenmektedir. Üreticinin ürünü komisyoncu vasıtası ile satıldığı zaman yasal kesintiler yapılarak ürün bedeli üreticiye ödenmektedir. Toptancı hallerine gelen ürünlerden yapılan yasal kesintilerin oranı yaklaşık olarak %15'tir (Kahraman, 2012). Komisyoncuların aldıkları ürünleri satarken genellikle %8 düzeyinde komisyon uygulamaları da ürünlerin hallerden çıkış fiyatlarını arttırmaktadır. Ortaya çıkan bu fiyat artışı ve yasal kesintiler nedeni ile ürünleri hale giriş yaptırmadan satmaya çalışan üreticilerin sayısı azalmamaktadır (Özsu, 2005).

Araştırmaya katılan komisyoncuların hal dışı satışların genellikle denetimsizlikten kaynaklandığını düşündükleri, bunun yanında geçmiş dönemlerde de hal dışı satışların olduğunu belirttikleri, ayrıca yüksek vergi oranlarının hal dışı satışları arttırdığını düşündükleri tespit edilmiştir. Hal dışı satışların kayıt dışı bir ekonomik faaliyet olduğu ve vergilendirmenin yapılmaması nedeniyle ülke ekonomisine zarar verdiği bilinmektedir. Bu nedenle hal dışı satışların en aza indirilmesi için denetimlerin artırılmasının ve vergi sisteminin yeniden düzenlenmesinin önemli etkileri olabileceği söylenebilir. Yapılan araştırmalarda da toptancı hallerinde alım-satımı yapılan taze sebze ve meyvelerde bazı tutarsızlıkların kayıt dışı ticareti arttırdığı, bu kapsamda birçok üreticinin ürünlerini toptancı hallerine giriş yaptırmadan satma yoluna gittikleri belirtilmiştir.

(Albayrak, 2009). Mersin ilindeki toptancı hallerinde faaliyet gösteren komisyoncular üzerinde yapılan diğer bir çalışmada, komisyoncuların en fazla şikâyetçi oldukları konuların başında kayıt dışı satışların ve maliyet unsurunun geldiği tespit edilmiştir (Kadanalı ve Dağdemir, 2013). Literatürde yer alan bu araştırmanın sonuçları ile söz konusu çalışma bulguları değerlendirdiği zaman, temel işlevlerinden birisi kayıt dışı sebze ve meyve satışını önlemek olan (Canik ve Alparslan, 2010) toptancı hallerinin mevcut yapısal durumları göz önünde bulundurulduğu zaman söz konusu işlevlerini yerine tam olarak getiremedikleri söylenebilir.

Araştırmaya katılan komisyoncuların taze sebze ve meyve alımında dikkat ettikleri kriterlerin sırasıyla üretim bölgesi, ürünün ucuz olması, ulaşımın kolay olması, ürünün zamanında gelmesi ve ürünün kalitesi olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen bu bulgulara göre komisyoncuların taze sebze ve meyve alımındaki en önemli kriterleri olan üretim bölgesinin diğer kriterleri de yakından ilgilendirdiği söylenebilir. Nitekim toptancı hallerine yakın olan üretim bölgeleri ürünlerin hem zamanında komisyonculara ulaşmasına hem de ulaşımın kolay olmasına katkı sağlamaktadır. Bunun yanında komisyoncuların üretim bölgelerine yakın yerlerde bulunmaları özellikle taşıma ve nakliye fiyatlarını da azaltacağı için ürünlerin daha ucuza mal olmasına da katkı sağlamaktadır. Komisyoncuların taze meyve ve sebze alımında dikkat ettikleri en son kriterin ürün kalitesi olmasının temel nedeninin ise, satın alınan ürünlerin kalitelerinin birbirine yakın olması düşünülebilir.

Akkılıç (2003) tarafından yapılan bir çalışmada, komisyoncuların ürün satın alma kararlarını etkileyen unsurların başında sırasıyla ürünlerin uzun süre dayanıklı olması, ürünlerin belirli bir standarda sahip olması, yüksek kar elde etme ve ürünlerin dış görünüşlerinin iyi olmasının geldiği tespit edilmiştir. Söz konusu araştırmanın sonuçları bu çalışmada elde edilen bulgular ile paralellik göstermemektedir. Bunun temel nedeninin farklı bölgelerde faaliyet gösteren komisyoncuların alım ve satımını yaptıkları ürünlerin tür ve niteliklerinin farklı olmasından kaynaklandığı düşünülebilir.

Araştırmada komisyoncuların ürün satışlarında fiyatları en fazla etkileyen unsurların başında sırasıyla rekabet, mal miktarı, nakliye, kalite ve temizlik faktörlerinin geldiği belirlenmiştir. Komisyoncuların alınan vergiler, diğer yasal kesintiler ve faaliyetlerini gerçekleştirmede kullandıkları diğer giderler nedeniyle ürünleri en iyi fiyata satmaları ve kar oranını maksimize etmeleri oldukça

önemlidir. Yapılan benzer çalışmalarda da komisyoncuların yapılan yasal kesintilerin oranını orta veya yüksek düzeyde buldukları belirlenmiştir (Sayılı ve Civelek, 2012). Bu nedenle rekabet unsurunun komisyoncuların yaptıkları satışları etkileyen en önemli unsur olması beklenen bir sonuçtur. Literatürde yer alan bilgileri incelediğimiz zaman da, toptancı hallerinde arz talep sistemine göre fiyatların belirlenmesinin komisyoncular arasındaki rekabeti etkileyen bir unsur olduğu görülmektedir (Canik ve Alparslan, 2010).

Araştırmaya katılan komisyoncuların faaliyet gösterdikleri toptancı hallerinde en çok belediyeden kaynaklanan sorunların olduğu, bu sorunları çevre düzenlemesi, toptancı halinin küçük olması ve yeni hal yasasının getirdiği bazı değişikliklerden kaynaklanan sorunların takip ettiği belirlenmiştir. Bunun yanında araştırmaya katılan komisyoncuların %44,2'sinin faaliyet gösterdikleri toptancı hallerinde herhangi bir sorun olmadığını düşündükleri tespit edilmiştir.

Toptancı hallerinin taze sebze ve meyve pazarlamasında önemli bir yeri olduğu göz önünde bulundurulduğunda (Çeltikçi, 2008), Yeni Hal Yasasının amacına uygun bir biçimde uygulanabilmesi için komisyoncuların mevcut yasadan haberdar olmaları oldukça önemlidir. Araştırmada komisyoncuların da tamamına yakın bir bölümünün yeni hal yasasından haberdar oldukları tespit edilmiştir. Buna karşılık komisyoncuların genellikle basın yayın, hal yönetimi, belediye, resmi gazete ve bakanlık gibi haber kaynaklarını sıklıkla kullanmadıkları belirlenmiştir. Oysa Kahraman (2012) tarafından yapılan çalışmada toptancı hallerinde faaliyet gösteren komisyoncuların büyük bir bölümünün yeni hal yasasından haberdar oldukları tespit edilmiştir (Kahraman, 2012). Tokat ilindeki toptancı hallerinde yapılan benzer bir çalışmada da komisyoncuların yeni yasadan genel olarak haberdar oldukları tespit edilmiştir. Aynı araştırmada komisyoncuların yeni hal yasasına ilişkin bilgileri genellikle televizyonlardan veya çevrelerindeki yakınlarından öğrendikleri tespit edilmiştir (Sayılı ve Civelek, 2012). Yapılan diğer bir araştırmada ise toptancı hallerinde faaliyet gösteren komisyoncuların çoğunluğunun yeni Hal Yasasından haberdar olmadıkları tespit edilmiştir (Gözener ve Cinemre, 2011).

Araştırmadaki komisyoncuların toptancı hallerine ilişkin yeni yasal düzenlemenin sonuçları hakkındaki düşüncelerinin çelişkili olduğu tespit edilmiştir. Nitekim araştırmaya katılan komisyoncuların %41,9'unun yeni Hal Yasası hakkındaki düşüncelerinin olumlu, %41,9'unun olumsuz ve %16,3'ünün ise belirsiz olduğu tespit edilmiştir. Bu sonucun ortaya çıkmasında komisyoncuların yeni Hal

Yasasından haberdar olma düzeylerinin düşük olmasının yattığı düşünülebilir. Yapılan benzer bir çalışmada, toptancı hallerinde faaliyet gösteren komisyoncuların yeni Hal Yasasının genellikle olumsuz etkileri olacağını düşündükleri tespit edilmiştir (Kahraman, 2012). Bu araştırma sonuçları bizim çalışma bulgularımız ile paralellik göstermektedir.

Toptancı hallerinde görev yapan yöneticilere göre, sistemin birçok kişi tarafından bilinmemesinin önemli bir sorun oluşturduğu tespit edilmiştir. Yine toptancı hallerinde görevli yöneticilere göre yeni Hal Yasasının aksaklıklarının başında alt yapı eksikliği, evrak kalabalığı, geçiş süreci olduğu için her halde uygulanmaması, İnternet sayfasının sorunlu olması ve Rüsüm gelirlerinde 1/15 oranında düşüş meydana gelmesinin olduğu tespit edilmiştir. Geçmiş yıllarda yapılan toptancı halleri hakkındaki komisyoncu düşüncelerini ele alan araştırmalar incelendiğinde, çıkarılan yeni yasaların toptancı hallerindeki birçok sorunu çözmeye yardımcı olamadığı tespit edilmiştir. Konu ile ilgili olarak çıkarılan yasaların özellikle kayıt dışılığı önleme, ürün kalitesini arttırma, vergi kaybını en aza indirme, tüketiciye sağlıklı ürünler sağlama ve tüketiciye daha ucuz ürünler sağlama konusunda yetersiz olduğu belirtilmiştir. Bunun yanında komisyonculara göre yapılan yasal düzenlemelerin sonuçlarının etkisiz olacağı veya kısmen etkili olacağı tespit edilmiştir. (Çetin, 2009). Dolayısıyla yapılan yeni yasal düzenlemelerin yanında geçmiş yıllarda yapılan çeşitli yasal düzenlemeler gibi toptancı hallerinin işleyişine ilişkin birçok fonksiyonu geliştirmede yetersiz kaldığı ifade edilebilir. Gözener ve Sayılı (2011) tarafından yapılan araştırmada, komisyoncuların %10.87'sinin yeni Hal Yasası dâhilinde rüsüm miktarında hiçbir değişme olmayacağını belirttikleri, %36.96'sının %20, %28.26'sının %50 ve %23.91'inin ise %100 artacağını ifade ettikleri tespit edilmiştir. Kahraman (2012) tarafından yapılan araştırmada da yeni Hal Yasasının beklenen faydaları sağlamadığı ifade edilmiştir. Sayılı ve Civelek (2012) tarafından Tokat ilindeki toptancı hallerinde yapılan benzer bir çalışmada ise, komisyoncuların yeni Hal Yasasının olumlu etkileri olacağını düşündükleri, ancak denetim yetersizlikleri nedeniyle yeni Hal Yasasının amacına ulaşmasının mümkün olmadığını belirttikleri tespit edilmiştir.

Toptancı halleride görev yapan yönetici görüşlerine göre, yeni Hal Yasasından sonra toptancı hallerindeki kayıtlarda ve künyelerde meydana gelen aksaklıkların arttığı belirlenmiştir. Söz konusu aksaklıkların temel nedeni olarak ise yöneticilerin %81,8 gibi yüksek bir oranının internet sisteminin yavaş olmasını gösterdikleri belirlenmiştir. Bunun yanında toptancı hallerinde görev yapan

yöneticilerin büyük bir bölümünün yeni Hal Yasasının düzenli bir biçimde uygulandığını düşündükleri tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgulara göre her ne kadar yeni Hal Yasası düzenli bir biçimde uygulanmaya çalışılsa da bazı aksaklıkların hala devam ettiği, bunun yanında yeni Hal Yasasının beraberinde getirdiği bazı yeniliklerde (internet sistemi) bazı aksaklıkların bulunduğu ifade edilebilir.

Üretici ve tüketiciler ile taze sebze ve meyve ticaretini meslek olarak yapanların çıkarlarını eşit ve dengeli bir biçimde koruma amacı taşıyan yeni Hal Yasası, hallerin alt yapısının güçlendirilmesinden, denetimlerin yoğunlaştırılmasına, kurallara uymayanlara yönelik yaptırımların arttırılmasına kadar bir bütün olarak kayıtlı ekonomiyi özendirmeye yönelik bir dizi önlem içermesine rağmen, yapılan hal kanunları çerçevesinde taze sebze ve meyve pazarlama sistemi halen etkin bir yapıya sahip olamamıştır (Sayılı ve Civelek, 2012). Araştırmamızda elde edilen bulgular da bu düşünceyi desteklemektedir.

Sonuç olarak, araştırmaya katılan komisyoncuların büyük bir bölümünün yeni Hal Yasasından haberdar oldukları, buna karşılık yeni Hal Yasası hakkındaki düşüncelerinin bazı çelişkili sonuçlar ortaya koyduğu, söz konusu yasaya ilişkin düşüncelerinin kısmen olumlu ya da belirsiz olduğu belirlenmiştir. Komisyoncuların yeni Hal Yasasına ilişkin düşüncelerinin belirsiz veya olumsuz olmasının temelinde yeni Hal Yasasına ilişkin düzenlemeleri yeterli düzeyde anlamamaları veya uygulamalarının yattığı düşünülebilir. Toptancı hallerinde görevli olan yöneticilerin düşüncelerine göre yeni Hal Yasasına ilişkin düzenlemelerin tam olarak bilinmemesinin de bu sonucun ortaya çıkmasında etkili olduğu söylenebilir. Bunun yanında yöneticilere göre yeni Hal Yasası ile birlikte alt yapı eksikliği, evrak kalabalığı, geçiş süreci olduğu için her halde uygulanmaması, internet sayfasının sorunlu olması ve rüsum gelirlerinde 1/15 oranında düşüş meydana gelmesi gibi aksaklıkların görülmesi yeni Hal Yasasının bazı sorunları da beraberinde getirdiğinin göstergesidir. Özellikle yeni Hal Yasası gereği bazı işlemlerin internet üzerinde yapılması rağmen internet sistemindeki sorunların toptancı hallerinin işleyişini aksattığı, bu sebeple sorunların çözümü üzerine yoğunlaşılması gerektiği düşünülmektedir. Yapılan benzer çalışmalarda da yeni Hal Yasasının mevcut sorunları tam olarak çözmemenin yanında birtakım yeni sorunları da beraberinde getirdiği belirtilmiştir. Bu bağlamda hem literatürde yer alan araştırma sonuçları hem de bu çalışmada elde edilen bulgular değerlendirildiği zaman, yeni Hal Yasasının getirdiği

yeniliklerin toptancı hallerinin sorunlarını tam olarak çözmekten uzak olduğu, bunun yanında toptancı hallerinin çalışma biçimini bazı açılardan olumsuz yönde etkilediği ifade edilebilir.

9. ÖNERİLER

Araştırmada elde edilen bulgular ve literatürde yer alan benzer çalışma sonuçlarının ışığında aşağıdaki önerilerde bulunulabilir.

1. Toptancı hallerinin çalışma biçimlerine ilişkin düzenlemelerin yer aldığı yeni hal yasasının amacına uygun bir biçimde işlemesi için toptancı hallerinde faaliyet gösteren komisyoncular ile hal yöneticilerinin yeni hal yasası konusunda bilgi düzeylerinin artırılması gereklidir. Bu bağlamda başta yerel yönetimler olmak üzere toptancı hallerindeki komisyon ve yöneticilere yönelik bilgilendirme çalışmaları yapılmalıdır. Hatta bilgilendirme çalışmalarına ek olarak, yasaların hazırlanma süreçlerinde uzman kişilerin (hal yönetimleri, komisyoncular, belediye yetkilileri, zabıta vb.) görüşleri dikkate alınmalıdır.
2. Toptancı hallerinde yeni hal yasasının getirdiği bazı yeni uygulamaların kontrol edilmesi ve yeni hal yasasına göre hallerdeki sistemin düzgün bir biçimde işlemesi için gerekli denetimlerin yapılması faydalı olacaktır.
3. Yönetici ve komisyoncu görüşlerine göre yeni hal yasasının toptancı hallerinin çalışma biçimlerini olumlu yönlerden etkileme düzeyinin düşük olduğu ifade edilmiştir. Bu nedenle yeni hal yasasının gerekli makamlar tarafından tekrar gözden geçirilmesi, aksaklığa neden olan unsurların en aza indirilmesi hatta komisyoncu ve yönetici görüşlerine göre yeni bir hal yasasının düzenlenmesi oldukça önemlidir.

KAYNAKÇA

- AİB (Akdeniz İhracatçı Birlikleri). 2014. Yaş Meyve Sebze İhracatçıları Birliği Değerlendirme Raporu: Türkiye Geneli (2013/2014 Ocak-Mart Dönemi). Akdeniz İhracatçı Birlikleri Genel Sekreterliği, Mersin.
- 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.
- Albayrak, M. 2009. Yaş Meyve Ve Sebze Pazarlama Merkezleri: Toptancı Haller-Pazarlar (Dünya, Avrupa Birliği ve Türkiye'den Örneklerle Yapısı Ve İşleyişi). <http://www.tepge.gov.tr/Dosyalar/Yayinlar/4572fd42c8224685ad461b5906211b75.pdf> adresinden 13.04.2014 tarihinde erişilmiştir.
- Anonim. 2011. <http://www.sanayi.gov.tr/Pages.aspx?pageID=555&lng=tr> (27.11.2011)
- Bayuk, M. N. 2000. Türkiye'de Yaş Meyve-Sebze Ticareti ve Toptancı Halinin İşleyişi. Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi (Basılmamış), Trabzon.
- Canik, F., Alparslan, Y. 2010. Türkiye'de yaş meyve ve sebze pazarlaması ve toptancı haller. **Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü**, 11(2): 1-8
- Çanakçı, M., Akıncı, İ. 2007. Antalya ili sera sebze yetiştiriciliğinde modern ve geleneksel sera işletmelerinin 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 (Basılmamış), Antalya.

- Çetin, B. 2009. Yeni Perakendecilik Sisteminde Toptancı Hallerinin İzlemesi Gereken Stratejiler. İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No: 2009-44, İstanbul.
- Çobanoğlu, F., Karaman, A.D., Tunalioglu, R., Aydoğdu, F. 2010. The Evaluation of Agricultural Products Grown in Aydın Province And Turkey in Respect of The Rapid Alert System For Food And Feed (Rassf) Activities. 1st International Congress on Food Technology; November 03-06, 2010 Antalya / Turkey.
- Emeksiz, F., Albayrak, M., Güneş, E., Özçelik, A., Özer, O.O., Taşdan, K. 2014. Türkiye’de Tarımsal Ürünlerin Pazarlama Kanalları Ve Araçlarının Değerlendirilmesi.
http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/7968ad196a5085f_ek.pdf?tipi=14 adresinden 14.04.2014 tarihinde erişilmiştir.
- Gözener, B., Sayılı, M. 2011. Tokat ili merkez ilçede toptancı halindeki komisyoncuların yeni hal yasası hakkındaki görüşleri. **GOÜ Ziraat Fakültesi Dergisi**, 28(2): 227-235.
- GTHB (Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı). 2014. Bitkisel Üretim Genel Müdürlüğü BÜGEM Faaliyetleri.
<http://www.tarim.gov.tr/BUGEM/Belgeler/veriler/OCAK.pdf> adresinden 02.04.2014 tarihinde erişilmiştir.
- Gül, M., Akpınar, M.G. 2006. Dünya ve Türkiye meyve üretimindeki gelişmelerin incelenmesi. **Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi**, 19(1): 15-27.
- Gürbüz, A. 2008. Türkiye’de Yaş Meyve Ve Sebze Üretimi, İhracatı, Karşılaşılan Sorunlar Ve Çözüm Önerileri. Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi (Basılmamış), Konya.
- Kadanalı, E., Dağdemir, V. 2013. Yaş meyve ve sebze pazarlamasında aracılar bakımından en uygun kanalın 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 (Basılmamış), İzmir.
- Karabulut, C. 2012. 2012 Yılı Ekonomik Raporu. Aydın Ticaret Borsası, Aydın.
- Korkmaz, M., Nargül, S., Akman, G. 2011. Adana ili toptan sebze ve meyve fiyatlarının çeşitli faktörlere göre değerlendirilmesi. **Akademik Bakış Dergisi**, 26: 1-13.
- MEB. 2011. Pazarlama ve Perakende: Sebze ve Meyve Satışı. Milli Eğitim Bakanlığı Eğitim Modülü, Ankara.
- Niyaz, Ö.C., Demirbaş, N. 2011. Türkiye yaş meyve üretim ve ihracatının son on yıllık döneminin değerlendirilmesi. **Tarım Ekonomisi Dergisi**, 17(1): 37-45.
- Özdemir, S. 2008. Türkiye’nin Avrupa Birliği Ülkelerine Yaş Meyve-Sebze İhracatı Ve Avrupa Birliği Çevre Politikalarından Kaynaklanan Teknik Engeller. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi (Basılmamış), Adana.
- Özsu, B. 2005. Toptancı Halleri Sektör Profili. İstanbul Ticaret Odası Avrupa Birliği ve Uluslararası İşbirliği Şubesi Raporu, İstanbul.
- Polat, Ö. 2010. Adana İli Yaş Sebze ve Meyve Toptan Fiyatlarının Analizi. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi (Basılmamış), Adana.
- Resmi Gazete. 2010a. İyi Tarım Uygulamaları Hakkında Yönetmelik. Sayı: 27778.
- Resmi Gazete. 2010b. Sebze Ve Meyveler İle Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun. Sayı:27533.
- Saner, S. 2012. RASFF ve Resmi Kontroller. <http://www.isaturkey.com/rassf-isa.pdf> adresinden 20.04.2014 tarihinde erişilmiştir.

- Sayılı, M., Civelek, O. 2012. Tokat İli Merkez İlçede Yaş Sebze ve Meyve Toptancı Halinin Yapısı, Sorunları Ve Çözüm Önerileri. Tarımsal Ekonomi ve Politika Geliştirme Enstitüsü (TEBGE). Ankara.
- Sayın, C., Mencet M.N., 2007. Hal Yasası'nın Yaş Meyve ve Sebze Pazarlamasındaki Etkinliğinin Tartışılması. **GAP V. Tarım Kongresi**, Şanlıurfa.
- Tahhuşoğlu, Ö. 2007. Hatay İli'nde Yaş Sebze Meyve Dış Satımının Yapısı ve Geliştirme Olanakları. Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi (Basılmamış), Adana.
- Tuncer, B. 2005. Yaş Meyve Sebze İhracatında Dağıtım Kanalları ve Bir Uygulama. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi (Basılmamış), Eskişehir.
- TCEB (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı). 2013. Yaş Meyve ve Sebze Sektörü. İhracat Genel Müdürlüğü Tarım Ürünleri Daire Başkanlığı Sektör Raporları, Ankara.
- TCEB (Türkiye Cumhuriyeti Ekonomi Bakanlığı). 2014. Yaş Meyve ve Sebze Sektörü. İhracat Genel Müdürlüğü Tarım Ürünleri Daire Başkanlığı Sektör Raporları, Ankara.
- Türkiye Gıda ve İçecek Sanayii Dernekleri Federasyonu. 2011. Çiftlikten Çatala Gıda Güvenliği. Editörler: Avcı, E., Maraş, N., Mert, İ. Elma Teknik Basım, Ankara.
- Uslu, Ş., Akçadağ, M. 2012. İlaç sektöründe tersine lojistik ve dağıtımın rolü: bir uygulama. **Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi**, 5(1): 149-158.
- WWF (Doğal Hayatı Koruma Vakfı). 2013. İyi Tarım Uygulamaları El Kitabı. WWF-Türkiye, İstanbul.

- Vaughan, B., Zeigler, A., Wall, G. D., Robinson, M. D., Hodge, W. A., Bonsi, C. O., Baharanyi, N. R., Hill, W. A. (2014). Case Study of a Food Safety/Good Agricultural Practices (GAPs) Educational program for small and limited resource produce farmers. **Professional Agricultural Workers Journal**, 1(2): 1-7.
- 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 Soru Formu

Açıklama

Aydın ili yaş meyve ve sebze toptancı hallerinin incelenmesi için hazırlanan bu anket sadece yüksek lisans tezim için kullanılacaktır. Bu çalışmada Aydın il merkezi ve ilçelerinde mevcut toptancı hallerin hâlihazırdaki durumu ve değişen hal yasası ile meydana gelecek değişiklikler incelenecektir.

Sorulara vereceğiniz samimi ve dürüst cevaplar araştırmanın bilimsel niteliği açısından son derece önemlidir. Zaman ayırdığınız ve katkılarınız için çok teşekkür ederim.

Saygılarımla,
Mehmet Hakan COŞKUN
Yüksek Lisans Öğrencisi
Adnan Menderes Üniversitesi
Ziraat Fakültesi/Tarım Ekonomisi

Tarih :/04/2012

Anketör : Mehmet Hakan COŞKUN

Toptancı Hal :

Dükkan No :

Komisyoncu Adı Soyadı :

Telefon No :

A. Kişisel Bilgiler

1.Doğum Tarihi/yıl	2.Doğum yeriniz	3.Eğitiminiz İlk/Orta/Lise/Yüksek	4.Ailedeki birey sayısı	5.Mesleki Deneyiminiz	6.Bundan önceki mesleğiniz

7.Pazarlama konusunda herhangi bir eğitim aldınız mı? Aldıysanız nasıl ve nereden aldınız?

B. İş Yeri Bilgileri

1.Dükkan büyüklüğü(m ²)	2.Şahsi depo(m ²) (soğuk-doğal)	3.Bilgisayar	4.Forklift	5.Yükleme-boşaltma (rampa)	6.Tartı/kantar

7.İş yerinizi nasıl işletiyorsunuz?

Kendi hesabıma Komisyon üzerine Ortaklık (1,2,3)

8.Çalışan eleman sayısı? 1 2 3 4+

9.Çalışan eleman sayısının mevsimsel (yaz-kış) dağılımı? Yaz.....

Kış.....

10.Bulduğunuz Toptancı Hali içindeki mevcut iş yeri sayınız? 1 2 3

3+

11.Üretim ve tüketim bölgeleriyle haberleşme durumunuz? (sıralayınız)

İnternet Telefon Faks Diğer

C. Pazarlama

1.Yılda ortalama kaç gün/ay faaliyet gösteriyorsunuz?

2.Ürün temin yerleriniz?

Doğrudan üretici Başka bir komisyoncu Kooperatif Diğer

3.Ürün portföyü ve yaş meyve ve sebzenin getirildiği yerler?

MEYVE (%)				

SEBZE (%)				

4.Yaş meyve ve sebze alacağımız yeri belirlerken aşağıdaki kriterlerin en çok hangilerine dikkat edersiniz? (en önemli etmeden en önemsiz doğru sıralayınız 1,2,3,4,5)

	Üretimin sadece o bölgede olması
	Ürünün daha ucuza/uygun fiyata temin edilmesi
	Ulaşım imkanlarının elverişli olması
	Ürüne istenilen zamanda ulaşılması
	Ürün kalitesi

5.Ürün temininde karşılaştığımız sorunlar nelerdir?

6.Üreticilerle ilgili şikayetleriniz?

7.Aldığımız ürün bedellerini ödeme şekli?

Peşin Vadeli Takas Diğer Vadeli ise ortalama kaç gün

8.Yaş meyve ve sebze getirilirken kullanılan araçlar nelerdir? (sıralayınız 1,2,3,4,5)

Kamyon Kamyonet Pikap Traktör Frigorifik araç Diğer

9.Bu araçların mülkiyet durumları?

Kendi aracı Kiralık Her ikisinde

10.Ortalama kaç araçla faaliyet gösteriyorsunuz? (günlük, aylık) Yaz.....

Kış.....

11.Yaş meyve ve sebze pazarladığınız yerler?

- Semt pazarı Seyyar satıcı Manav Oteller Restoranlar Market Süper market (Kipa,Tansaş, Migros) Diğer

12.Uyguladığınız komisyon oranları?

- 8 <8

13.Sattığınız ürün bedellerinin ödeme şekli?

- Peşin Vadeli Takas Diğer Vadeli ise ortalama kaç gün

14.Satış yaptığınız alıcılarla ilgili şikayetleriniz?

15.Alıcılarınıza ürünü pazarlarken sattığınız ürünlerin fiyatını etkileyen unsurlar nelerdir? (en önemli etmeden en önemsiz doğru sıralayınız 1,2,3,4,5,6,7)

	Hale gelen mal miktarı
	Nakliye
	Malın çeşidi
	İşçilik
	Kalite ve temizlik
	Rekabet
	Diğer

16.Yasal kesinti hakkında ne düşünüyorsunuz? (Belediye Rüsümü, KDV, Stopaj, Bağ-Kur)

17.Sizce hal dışı (gayri resmi) satışların nedenleri nelerdir?

D.Hal Yasası Değişikliği 5957 Sayılı Kanun

1.Bulduğunuz Toptancı Hal ile ilgili sorunlarınız? Kısaca açıkla mısınız?

- Hal içi ve dışı çevre düzenlemesi Halin merkeze uzaklığı Kanun Belediye Diğer

2.5957 sayılı ‘Sebze ve meyveler ile yeterli arz ve talep derinliği bulunan diğer malların ticaretinin düzenlenmesi hakkında kanun’ ile ilgili haberiniz oldu mu?

- Evet Hayır

3. Haberiniz olduysa kimden veya nereden duydunuz?

- Basın/yayın Hal yönetimi Belediye Resmi gazete Diğer

4.Yeni hal yasasının komisyoncular üzerinde olumlu etkileri olacağına inanıyor musunuz?

5.Yeni hal yasası sonrasında olası sorunlarınız ve çözüm önerileriniz nelerdir?

Ek 2: Yönetici Anket Formu

Açıklama

Aydın ili yaş meyve ve sebze toptancı hallerinin incelenmesi için hazırlanan bu anket sadece yüksek lisans tezimi için kullanılacaktır. Bu çalışmada Aydın il merkezi ve ilçelerinde mevcut toptancı hallerin hâlihazırdaki durumu ve değişen hal yasası ile meydana gelecek değişiklikler incelenecektir.

Sorulara vereceğiniz samimi ve dürüst cevaplar araştırmanın bilimsel niteliği açısından son derece önemlidir. Zaman ayırdığınız ve katkılarınız için çok teşekkür ederim. :

...../05/2012

Saygılarımla,

Mehmet Hakan COŞKUN

Yüksek Lisans Öğrencisi

Adnan Menderes Üniversitesi

Ziraat Fakültesi/Tarım Ekonomisi

Anketör: Mehmet

Hakan COŞKUN

..... Belediyesi Toptancı Hali			
1.Toplam iş yeri (adet)		8.Merkezi hoparlör sistemi	
2.Faaliyette olan iş yeri sayısı		9.Fiyat panosu (doğal-dijital)	
3.Toptancı hal alanı (m ²)		10.Bilgisayar sistemi	
4.Kantar (adet)		11.Müzayede	
5.Zabıta sayısı		12.Depolama	
6.Kontrol ve denetim noktası		13.Tasnifleme	
7.Laboratuvar (adet)		14.Ambalaj	

15.Bulduğunuz Toptancı Hali kaç ay faaliyet göstermektedir ve en çok hangi ürünler işlem görmektedir?

16.Kamuoyunda “Hal Kanunu” olarak bilinen 5957 sayılı “Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanundan haberiniz var mı?

Evet Hayır

17.Cevabınız evetse kimden veya nereden duydunuz?

Basın/Yayın Resmi Gazete Belediye Diğer

18.Hal kayıt sisteminde, kayıt ve künye uygulaması ile ilgili aksaklıklar var mı?

Evet Hayır

19.Evet ise ne gibi sıkıntılar var?

20.Yeni Hal Yasası uygulanıyor mu?

Evet Hayır

21.Yeni Hal Yasasının olumlu yanları?

22.Yeni Hal Yasasının olumsuz yanları?

23.Yeni hal yasası ile ilgili belirtmek istediğiniz sorunlarınız veya önerileriniz nelerdir? (hal,yasa)

EK-3

5957 Sayılı Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Dzenlenmesi Hakkında Kanun

Tarım ürünleri içerisinde yer alan bazı sebze ve meyveler ile çeşitli mallarda arz talep derinliği bulunması nedeniyle söz konusu mal ve ürünlerin ticaretine ilişkin bazı düzenlemeler yapılmıştır. Bu düzenlemelerin en önemlisi 5957 sayılı kanundur. Bu kanunda sebze ve meyveler ile piyasada arz talep derinliği bulunan çeşitli ürünlerinin ticareti ile ilgili esaslar belirlenmiştir.

Yeterli arz talep bulunan malların dışında kalan ürünlerin ticareti ile ilgili yasal düzenleme, 11.03.2010 tarih ve 27533 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan kanununun 4. Maddesinde belirtilmiştir. söz konusu madde ve maddeye ilişkin bilgiler şu şekildedir;

MADDE 4 – (1) Aşağıda belirtilen mallar bildirim tabidir:

- a) Sınai üretimde kullanılmak üzere satın alınan mallar.
 - b) İhraç edilmek üzere satın alınan mallar.
 - c) İlgili mevzuatı çerçevesinde ithal edilen mallar.
 - ç) 1/12/2004 tarihli ve 5262 sayılı Organik Tarım Kanunu kapsamında organik tarım faaliyetleri esaslarına uygun olarak üretilen ham, yarı mamul veya mamul haldeki sertifikalı ürünler.
 - d) Üretici örgütlerince toptancı hali dışında satılan mallar.
 - e) (Mülga: 28/3/2013-6455/67 md.)
 - f) İyi tarım uygulamaları kapsamında sertifikalandırılan ürünler.
 - g) Fatura veya müstahsil makbuzu ile üreticilerden satın alınan mallar.
- (2) Toptancı haline bildirim, Bakanlıkça belirlenecek usul ve esaslar çerçevesinde birinci fıkranın (a), (b), (ç), (d), (e), (f) ve (g) bentlerinde belirtilen malların

üretildiği yerdeki toptancı haline, (c) bendinde belirtilen malların ise malın girdiği gümrük kapısının bulunduğu yerdeki toptancı haline yapılan beyan işlemidir.

(3) Toptancı hali bulunmayan yerlerde hale bildirim işlemleri Bakanlıkça tespit edilecek belediye toptancı haline yapılır.

(4) Henüz satışa konu olmayan ve depolarda muhafaza edilmek üzere gönderilen ya da buralarda muhafaza edilen mallar da üretildiği yerdeki toptancı haline bildirilir.

(5) Malların toptan alım ve satımı toptancı hallerinde yapılır. Ancak, bu maddenin birinci fıkrasının (a), (b), (c), (ç), (d) ve (f) bentlerinde belirtilen toptan alım ve satımlar ile perakende ya da toptancı halinde toptan olarak satmak veya münhasıran kendi tüketiminde kullanmak üzere fatura veya müstahsil makbuzu ile üreticilerden yapılan toptan alımlar toptancı haline bildirilmek kaydıyla toptancı hali dışında da yapılabilir. Elektronik ticaret yoluyla yapılan satışlar da bu madde kapsamındadır.

(6) Malların perakende satışını yapanlar, bunların toptancı halinden satın alındığını veya toptancı haline bildirildiğini belgelemek zorundadır.

(7) Herhangi bir toptancı halinden satın alındığı veya herhangi bir toptancı haline bildirildiği belgelenen malların satışı engellenemez, bu mallar üzerinden mükerreren hal rüsumu alınmaz ve bunlar toptancı haline girmeye zorlanamaz.

(8) Toptancı hallerinde veya üretici örgütlerine satılan zirai ürün bedelleri üzerinden 31/12/1960 tarihli ve 193 sayılı Gelir Vergisi Kanununun 94 üncü maddesinin birinci fıkrasının (11) numaralı bendi uyarınca yapılacak vergi tevkifat oranı, ticaret borsalarında tescil ettirilerek satın alınan zirai ürün bedelleri üzerinden yapılan tevkifat oranı olarak uygulanır.

(9) Bakanlıkça, piyasada yeterli arz ve talep derinliği bulunduğu belirlenen diğer mallar hakkında da bu Kanun hükümleri uygulanır.

(10) Belediyeler, malların toptan ve perakende alım satımına ilişkin hükümlerin uygulanmasını sağlamak amacıyla gerekli her türlü önlemi almakla yükümlüdür (Resmi Gazete, 2010b).

EK-4**5957 Sayılı Yeni Yasada Toptancı Hallerinin Yapısı ve İşleyişi ile İlgili Yapılan Düzenlemeler**

Toptancı hallerinin yeni yapıları ve işleyişleri ile ilgili kanun maddeleri 26.03.2010 tarih ve 27533 sayılı resmi gazetenin 3., 5. ve 6. Maddelerinde belirtilmiştir. Söz konusu maddeleri şu şekilde sıralamak mümkündür;

MADDE 3 – (1) Toptancı halleri; imar planlarında belirlenmiş alanlarda, halin sınıfına, büyüklüğüne ve işlem hacmine göre yönetmelikle belirlenen müzayede, depolama, tasnifleme ve ambalajlama tesisleri ile laboratuvar ve soğuk hava deposu gibi diğer asgarî koşulları taşıyan projeler çerçevesinde gerçek veya tüzel kişiler ile belediye sınırları içinde belediyeler, büyükşehir belediye sınırları içinde büyükşehir belediyeleri tarafından kurulur. Gerçek veya tüzel kişiler tarafından toptancı hali kurulması ilgili belediyenin iznine tabidir.

(2) Halin kuruluşu, en geç bir ay içinde ilgili belediye tarafından Bakanlığa bildirilir.

(3) Toptancı hallerinin kuruluşunda ve başka bir alana taşınmasında; malların arz ve talep derinliğinin bulunması, üretici ve tüketicinin korunması, toptancı hali sayısı ve bunların birbirlerine yakınlığı, üretici yoğunluğu ve tüketici piyasasının büyüklüğü, toptancı hali kurulacak yerin coğrafi konumu, mesken ve işyerlerine, gıda güvenilirliği bakımından risk oluşturan tesis ve benzeri yerlere uzaklığı ve ulaşım imkânları ile toptancı halinin çevreye, altyapıya ve trafiğe getireceği yükler dikkate alınır.

(4) Şehir içinde kalan, çevreye, altyapıya ve trafiğe yük getiren, ulaşım imkânları ve alan büyüklüğü yetersiz olan ve uygun çalışma ortamı bulunmayan toptancı halleri başka bir alana taşınabilir.

(5) İmar planlarında toptancı hal yeri olarak belirlenmiş alanlar başka bir amaçla kullanılamaz ve bu alanların çevresi toptancı halinin faaliyetini engelleyecek veya insan sağlığına zarar verecek şekilde iskâna açılmaz.

(6) İmar planında toptancı hal yeri olarak belirlenmiş alanlarda bulunan mülkiyeti Hazineye ait taşınmazlar toptancı hali kurulmak üzere; belediyelere bedelsiz

olarak, üretici örgütlerine 2/7/1964 tarihli ve 492 sayılı Harçlar Kanununun 63 üncü maddesinde yer alan harca esas değeri, diğer gerçek veya tüzel kişilere ise rayiç bedeli üzerinden doğrudan satış yoluyla devredilir. Bu şekilde devredilen yerlerin, amacı dışında kullanılması, hukuken geçerli bir mazeret olmaksızın belirlenen sürede tesisin inşaatına başlanılmamış olması, inşaatı tamamlanmamış olması veya inşaatı tamamlanmasına rağmen faaliyete geçmemiş olması hâllerinde geri alınacağına yönelik olarak tapu kütüğüne şerh konulur ve bu şartların gerçekleşmesi durumunda taşınmazlar geri alınır.

(7) İmar planında toptancı hal yeri olarak belirlenmiş alanlarda özel mülkiyete ait arazilerin bulunması halinde, bu araziler rızaen satın alma veya kamulaştırma yolu ile iktisap edilir. Bu yerler için kamu yararı kararı ilgili belediye tarafından verilir. Kamulaştırma işlemleri, belediyeler tarafından yürütülür. Özel toptancı halleri için yapılan kamulaştırma işlemlerinde kamulaştırma bedeli işletmeci tarafından belediyeye ödenir.

(8) İmar planlarında ayrılmış hal yerleri toptancı hali kurulmak üzere belediyeler tarafından yap-işlet, yap-işlet-devret ve üst hakkı tesisi modelleri ile gerçek veya tüzel kişilere devredilebilir.

(9) Bu maddede öngörülen şartları taşımadığı Bakanlık veya belediyece tespit edilen toptancı halleri belediyece kapatılır. Halin kapatılışı, en geç bir ay içinde ilgili belediye tarafından Bakanlığa bildirilir.

(10) Toptancı hallerinin kurulmasına ve kapatılmasına ilişkin usul ve esaslar, ilgili bakanlıkların uygun görüşleri ve meslek kuruluşlarının görüşleri alınarak Bakanlıkça çıkarılacak yönetmelikle düzenlenir (Resmi Gazete, 2010b)

MADDE 5 – (1) Üreticilerce kurulan tüzel kişilikler, Bakanlıktan üretici örgütü belgesi almak kaydıyla üretici örgütü olarak kabul edilir.

(2) Üretici örgütleri, ortak veya üyeleri ile ortak veya üyeleri dışındaki üreticiler ile diğer üretici örgütlerine ait malların toptan veya perakende olarak alım ve satımını yapabilirler.

(3) Komisyoncular, alıcı ve satıcı arasında aracılık etmek, onların haklarını gözetmek, meslekî bilgi ve deneyimlerine dayanarak piyasanın durumu hakkında en doğru bilgileri aktarmak ve piyasanın oluşumuna katkı sağlamakla görevlidir.

(4) Komisyoncular aracılık faaliyetleri sırasında kendi kusurlarından kaynaklanan veya kötü niyete dayanan her türlü eylemlerinden sorumludur. Komisyoncuların sorumluluklarını düzenleyen diğer mevzuat hükümleri saklıdır.

(5) Komisyoncuların satış bedeli üzerinden alacakları komisyon oranı, yüzde sekizi aşmamak üzere taraflarca serbestçe tespit edilir. Bakanlık bu oranı yarıya kadar indirmeye yetkilidir. Fiilen aracılık hizmeti verilmedikçe komisyon ücreti alınmaz.

(6) Komisyoncular teslim aldıkları malları cinslerine, doğal özelliklerine, standartlarına, gıda güvenilirliğine ve kalitesine ilişkin şartlara göre özenle korumak ve gerekli bilgileri vermek, kanunî kesintileri satış bedelinden düşükten sonra mal bedelini satış tarihinden itibaren on beş iş günü içinde üreticiye veya üretici örgütüne ödemek zorundadır.(Ek cümle: 28/3/2013-6455/68 md.) Vadeli satışlarda bu süre otuz iş günü olarak uygulanır.

(7) Teslim alınan malların satış bedeli ile satın alınan malların alış bedelinden kanuni kesintiler dışında başka bir kesinti yapılamaz.

(8) Malların toptan satışı; üreticiler, üretici örgütleri, komisyoncular ve tüccarlar tarafından yapılır.

(9) Hiçbir ayırım yapılmaksızın bütün gerçek veya tüzel kişiler, toptan satış miktarından az olmamak kaydıyla toptancı hallerinden mal satın alabilir.

(10) Ticari uygulamalar göz önünde bulundurularak ilgili yönetmelikle belirlenen durumlar dışında, sekizinci fıkrada sayılan kişiler toptancı halleri içinde kendi aralarında mal alamaz, satamaz veya devredemez.

(11) Perakende satış yapan üreticiler hariç toptan veya perakende satış yapan diğer satıcılar; malları cinsine, doğal özelliklerine, kalite ve standartlarına göre sınıflandırmak, gıda güvenilirliğine, teknik ve hijyenik şartlara uygun olarak ürünün özelliğine göre satışa sunmak ve satışa sunulan malların izlenebilirliğine yönelik bilgileri içeren ve Bakanlık ile Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığınca belirlenecek teknik özelliklere sahip künyelerin kap veya ambalajlarının üzerinde bulundurulmasını sağlamak zorundadır.

(12) Mal bedelinin tam ve zamanında üreticiye ve üretici örgütüne ödenmesine ilişkin ispat yükümlülüğü meslek mensuplarına aittir.

(13) Bakanlık, gerekli görülmesi hâlinde, tarafların haklarının korunması ve yükümlülüklerinin tespit edilmesi, sözleşmelerin tarafların aleyhine dengesizliğe yol açmayacak ve iyi niyet kurallarına uygun düşecek biçimde düzenlenmesinin sağlanması amacıyla, üreticiler ile meslek mensupları arasında veya meslek mensuplarının kendi aralarında yaptığı alım satım işlemlerini düzenleyen sözleşmelerde bulunması gerekli asgarî şartları ve bilgileri belirlemeye yetkilidir.

(14) Üretici örgütlerinin asgarî ortak veya üye sayıları ile bunların niteliklerine, taşınması gereken asgarî şartlara, ilgilendirilecekleri toptancı hallerine, yapacakları satışlara, sorumluluklarına, üretici örgütü belgesinin verilmesine ve iptaline, meslek mensuplarında aranılacak niteliklere, aracılık faaliyetlerine, haklarına, uymakla yükümlü oldukları kurallara ve üretici örgütleri ile meslek mensuplarına dair diğer hususlara ilişkin usul ve esaslar ilgili bakanlıkların uygun görüşleri ve meslek kuruluşlarının görüşleri alınarak Bakanlıkça çıkarılacak yönetmelikle düzenlenir (Resmi Gazete, 2010b)

MADDE 6 – (1) Fiyatların, malların arz ve talebine bağlı olarak serbest rekabet şartlarına göre oluşması esastır.

(2) Meslek mensupları, serbest rekabeti engellemek amacıyla kendi aralarında veya üreticilerle ticarî anlaşmalar yapamaz, uyumlu eylemde bulunamaz ve hâkim durumlarını kötüye kullanamaz.

(3) Bakanlık ve belediyeler, serbest rekabetin ortadan kaldırılmasına, engellenmesine ve bozulmasına yönelik eylemleri önlemek için gereken tedbirleri almakla görevli ve yetkilidir. 7/12/1994 tarihli ve 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun ilgili hükümleri saklıdır.

(4) Üretici ve tüketicilerin hak ve menfaatlerinin korunması ve piyasada açıklığın sağlanması amacıyla, toptancı hallerinde alım satıma konu olan malların cins, miktar ve fiyatları ile Bakanlıkça uygun görülecek diğer hususlar, toptancı hallerince elektronik ortamda kayıtları tutularak uygun görülen sistem ve araçlarla kamuoyuna duyurulur.

(5) Ticarete konu malların ayıklanması, sınıflandırılması, hazırlanması, ambalajlanması, işaretlenmesi ve etiketlenmesine; taşıma ve muhafazasında kullanılan kap ve nakil vasıtalarına; gıda güvenilirliğine ve kalitesine ilişkin standartlar Bakanlıkça uygun görülmesi halinde ilgili mevzuatı çerçevesinde hazırlanıp mecburî uygulamaya konulur. (Ek cümle: 28/3/2013-6455/69 md.) 11/6/2010 tarihli ve 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu hükümleri saklıdır (Resmi Gazete, 2010b).

ÖZGEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Mehmet Hakan COŞKUN
Doğum Yeri ve Tarihi : Edirne – 22.04.1986

EĞİTİM DURUMU

Lisans Öğrenimi : Anadolu Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler
Fakültesi İktisat Bölümü
Yüksek Lisans Öğrenimi : Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi
Tarım Ekonomisi Bölümü
Bildiği Yabancı Diller : İngilizce

BİLİMSEL FAALİYETLERİ

- a) Makaleler
-SCI
-Diğer
- b) Bildiriler
-Uluslararası
-Ulusal
- c) Katıldığı Projeler

İŞ DENEYİMİ

Çalıştığı Kurumlar ve Yıl : Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2012

İLETİŞİM

E-posta Adresi : hakancoskun2635@hotmail.com
Tarih : Temmuz, 2014