

**ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Murat DAĞTEKİN

TRABZON İLİNDE SU ÜRÜNLERİ ÜRETİMİ VE PAZARLAMA YAPISI

TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

ADANA, 2008

ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

TRABZON İLİNDE SU ÜRÜNLERİ ÜRETİMİ VE
PAZARLAMA YAPISI

Murat DAĞTEKİN
YÜKSEK LİSANS TEZİ
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI

Bu teztarihinde Aşağıdaki Jüri Üyeleri Tarafından Oybirliği İle Kabul Edilmiştir.

Prof.Dr.Faruk EMEKSİZ Yrd.Doç.Dr.Caner E. ÖZYURT Yrd.Doç.Dr.Müge KANTAR
DANIŞMAN ÜYE ÜYE

Bu tez Enstitümüz Tarım Ekonomisi Anabilim Dalında hazırlanmıştır.

Kod No:

Prof. Dr. Aziz ERTUNÇ
Enstitü Müdürü

Bu çalışma Çukurova Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Birimi tarafından desteklenmiştir. Proje No: ZF-

Not: : Bu tezde kullanılan özgün ve başka kaynaktan yapılan bildirişlerin, çizelge, şekil ve fotoğrafların kaynak gösterilmeden kullanımı, 5846 sayılı Fikir ve Sanat Eserleri Kanunundaki hükümlere tabidir.

ÖZ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**TRABZON İLİNDE SU ÜRÜNLERİ ÜRETİMİ VE
PAZARLAMA YAPISI**

Murat DAĞTEKİN

**ÇUKUROVA ÜNİVERSİTESİ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
TARIM EKONOMİSİ ANABİLİM DALI**

Danışman: Prof.Dr. Faruk EMEKSİZ

Yıl: 2008, Sayfa:115

Jüri : Prof.Dr.Faruk EMEKSİZ

Yrd.Doç.Dr.Caner E. ÖZYURT

Yrd.Doç.Dr.Müge KANTAR DAVRAN

Bu araştırmada, Trabzon ilindeki su ürünleri üretim ve pazarlama yapısı incelenmiştir. Su ürünlerini yetiştiricilik ve avcılık/balıkçılık yoluyla sağlayan işletmelerin üretimlerini nasıl gerçekleştikleri, sahip olunan veya olunamayan olanaklar ve üretim esnasında yaşanan sorunlar ortaya çıkarılmıştır. Aynı zamanda ürünün üreticiden tüketiciye kadar olan tüm aşamalardaki yolları incelenerek, Trabzon ilindeki su ürünleri pazarlama yapısı ve organizasyonunun etkinliği hakkında bilgiler edinilmeye çalışılmıştır.

İşletmelerin üretim yapıları incelenirken işletme sahiplerinin eğitim ve öğrenim durumları, sosyal güvenlik kuruluşuna üyelikleri, mesleğin tercih edilme sebepleri, üretimde karşılaşılan problemler, örgütlenme durumları, yatırım yapabilme olanakları, yatırım yapılan alanlar, işletmelerde çalışan personel, işletmelerin geleceğe bakış açıları, pazarlama kanalları, araçlar, pazarlama organları, pazarlama marjı pazarlama organizasyonunun etkinliği vb. birçok faktör incelenmiştir.

Araştırma sonucunda pazarlama hizmetleri, rekabet ve finansman açısından yetersizlikler olduğu, pazarın saydam olmadığı ve pazarlama marjının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Araştırma alanında pazarlama organizasyonu etkin olmadığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Trabzon, su ürünleri, pazarlama organizasyonu

ABSTRACT

MSc THESIS

FISHERY PRODUCTION AND MARKETING STRUCTURE IN TRABZON

Murat DAĞTEKİN

**DEPARTMENT OF AGRICULTURAL ECONOMICS
INSTITUTE OF NATURAL AND APPLIED SCIENCES
UNIVERSITY OF ÇUKUROVA**

Supervisor : Prof.Dr.Faruk EMEKSİZ

Year: 2008 Pages:115

Jury : Prof.Dr.Faruk EMEKSİZ

Assoc.Prof.Dr.Caner E. ÖZYURT

Assoc.Prof.Dr.Müge KANTAR DAVRAN

In this study, Trabzon province's fishery and marketing structures were investigated. How the maritime lines provide fishery products by aquaculture and catching, possessed or not possessed facilities and the encountered problems during the production process were revealed. Also, the data was gathered related to aquaculture marketing structure and organization in Trabzon province by analyzing the paths of product from the producers to consumers in all stages.

While the manufacturing structure of the industries were being analyzed , quite a few factors were taken into consideration like, industry owners' educational background, the social institution membership, preference reasons for the job, the encountered problems in production, organizational status, possibilities for investment, invested areas, the staff who works in industry, expectation and views for the future, marketing channels, marketing brokers, marketing groups and efficiency of marketing organization.

By the research result, it was found that marketing services were inadequate in terms of competition and financing, marketing news wasn't announced and marketing margin was high. It was ascertained that marketing organization were inactive in the research area.

KeyWords: Trabzon, fishery, marketing organization

TEŞEKKÜR

Tez alışmamn seiminden, araştırmanın yürütölmesi ve tamamlanmasına kadar her türlü desteğini gördüğüm danışman hocam Sayın Prof. Dr. Faruk EMEKSİZ'e ve çalışmalarda yardımını esirgemeyen değerli arkadaşlarım Orhan AK ve Erdal ÜSTÜNDAĞ'a ayrıca çalışmama imkân sağlayan Trabzon Su Ürünleri Merkez Araştırma Enstitüsü Müdürlüğüne teőekkürlerimi sunuyorum.

Bu günlere gelmemde büyük emekleri olan başta annem Raziye DAĞTEKİN ve babam Ahmet T. DAĞTEKİN olmak üzere aileme sonsuz teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER	SAYFA
ÖZ.....	I
ABSTRACT	II
TEŞEKKÜR	III
İÇİNDEKİLER.....	IV
SİMGELER VE KISALTMALAR	VIII
ÇİZELGELER DİZİNİ.....	IX
ŞEKİLLER DİZİNİ.....	XI
1. GİRİŞ.....	1
1.1. Konunun Önemi.....	1
1.2. Araştırmanın Amacı	6
1.3. Araştırmanın Kapsamı.....	6
2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR.....	8
3. MATERYAL VE YÖNTEM.....	11
3.1. Materyal.....	11
3.2. Yöntem.....	12
3.2.1. Örnek Büyüklüğünün Belirlenmesinde Uygulanan Yöntem.....	12
3.2.2. Verilerin Analizinde Uygulanan Yöntem.....	15
4. BULGULAR VE TARTIŞMA.....	17
4. 1. Dünyada ve Türkiye'de Su Ürünleri Sektörü.....	17
4.1.1. Dünyada Su Ürünleri Üretimi ve Ticareti.....	17
4.1.2. Türkiye’de Su Ürünleri Üretimi, Tüketimi ve Ticareti.....	19
4.1.2.1. Türkiye’de Su Ürünleri Üretimi.....	19
4.1.2.1.(1). Yetiştiricilik Yoluyla Yapılan Üretim... ..	19
4.1.2.1.(2). Avcılık Yoluyla Yapılan Üretim.....	21
4.1.2.2. Türkiye’nin Su Ürünleri İthalat ve İhracatı.....	24
4.1.2.3. Türkiye’de Su Ürünleri Tüketimi.....	26
4.1.3. Sektöre Yönelik Desteklemeler/Sübvansiyonlar.....	27
4.2. Trabzon İlinde Su Ürünleri Üretimi ve Potansiyeli	28
4.2.1 Balıkçılık/Avcılık Hakkında Genel Bilgiler.....	28

4.2.2. Yetiştiricilik Hakkında Genel Bilgiler.....	28
4.3. Trabzon İlinde Su Ürünleri Yetiştiriciliği Yapan İşletmelerin Yapısı ..31	
4.3.1. İşletmecilerin Yaşları ve Öğrenim Durumlar	31
4.3.2. İşletmelerin Hukuki Yapısı ve Mülkiyet Durumları.....	32
4.3.3 İşletmelerin Personel Durumları, Mesleki Yeterlilikleri ve Sektöre Girişim Sebepleri.....	32
4.3.4. Üreticilerin Yetiştiricilik Dışındaki Gelir Kaynakları.....	34
4.3.5. İşletme Kapasitesini Arttırma İmkânları.....	35
4.3.6. İşletmelerin Ortalama Üretim Miktarları.....	35
4.3.7. Üretimde Karşılaşılan Problemler.....	36
4.3.8. İşletmecilerin Sektöre ve Geleceğe Bakış Açısı.....	38
4.4. Trabzon İlinde Avcılık Yoluyla Üretim Yapan İşletmelerin Yapısı.....	38
4.4.1. İşletmeciler ve İşletme Sahipleri Hakkında Tanıtıcı Bilgiler.....	38
4.4.2. İşletmelerin Av Araç ve Gereçlerine Ait Bilgiler.....	41
4.4.3. İşletmelerde Çalışan Personel Hakkında Bilgiler.....	44
4.4.4. İşletme Sahiplerinin Sosyal Güvenlik, Mülkiyet Durumları.....	46
4.4.5. Tekne Sahiplerinin Örgütlenme (Kooperatifleşme) Durumu....	47
4.4.6. İşletmelerin Balıkçılık Dışındaki Gelir Kaynakları.....	49
4.4.7. İşletmelerin Yatırım Durumları ve Sektörün Geleceği ile İlgili Düşünceleri	50
4.4.8. Üretimde Karşılaşılan Sorunlar	52
4.5. Trabzon İlinde Su Ürünleri Pazarlama Yapısı ve Pazarlama Etkinliği.....	53
4.5.1. Pazarlama Kanalları.....	53
4.5.1.1. Avcılık Yoluyla Yapılan Üretimdeki Pazarlama Kanalları	54
4.5.1.2. Yetiştiricilik Yoluyla Yapılan Üretimdeki Pazarlama Kanalları.....	57
4.5.2. Aracılar.....	60
4.6.2.1. Yerel Tüccarlar.....	60
4.6.2.2. Komisyoncular	61
4.5.2.3. Balık Unu-Yağı Fabrikaları.....	61

4.5.2.4. Su Ürünleri İşleme Tesisleri ve Soğuk	
Hava Depoları	63
4.5.2.5. Lokantalar.....	64
4.5.2.6. Perakendeciler.....	65
4.5.2.7. Marketler.....	65
4.5.2.8. Balık Yemi Fabrikaları.....	65
4.5.2.9 Diğer Hayvansal Yem Üretimi Yapan Fabrikaları	65
4.5.3. Pazarlama Organları.....	66
4.5.4. Balık Fiyatının Oluşumu.....	67
4.5.4.1. Avcılık Yoluyla Üretilen Su Ürünlerinde Fiyat	
Oluşumu.....	68
4.5.4.2. Yetiştiricilik Yoluyla Üretilen Su Ürünlerinde Fiyat	
Oluşumu.....	70
4.5.5. Seçilmiş Bazı Türlerde Pazarlama Marjı.....	70
4.5.6. Pazarlama Organizasyonunun Etkinliğinin Değerlendirilmesi.....	72
4.5.6.1. Pazarlama Hizmetleri.....	72
4.5.2.1.(1). Toplama.....	72
4.652.1.(2). Dağıtım.....	73
4.5.2.1.(3). İşleme (Pazara Hazırlama).....	75
4.5.2.1.(4).(Depolama.....	76
4.5.2.1.(5). Paketleme ve ambalajlama.....	77
4.5.6.2. Pazarlama Marjı.....	78
4.5.6.3. Dereceleme ve Standardizasyon.....	78
4.5.6.4. Finansman.....	79
4.5.2.5. Pazarın Saydamlığı	80
4.5.2.6. Rekabet.....	81
4.5.7. İşletmelerin Pazarlamada Karşılaştığı Sorunlar	82
4.5.7.1.Yetiştiricilik İşletmelerinin Pazarlamada Karşılaştığı	
Sorunlar	82
4.5.7.2. Avcılık İşletmelerinin Pazarlamada Karşılaştığı	

Sorunlar.....	83
5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER.....	85
KAYNAKLAR.....	89
ÖZGEÇMİŞ.....	94
EKLER.....	95

SİMGELER VE KISALTMALAR

- AB : Avrupa Birliği
ABD : Amerika Birleşik Devletleri
°C :Santigrat derece
ÇED :Çevresel Etki Değerlendirmesi
DPT : Devlet Planlama Teşkilatı
FAO : Dünya Gıda ve Tarım Örgütü
gr :Gram
HACCP: Kritik Kontrol Noktalarında Tehlike Analizi
IALA : Uluslararası Fener Otoriteleri Birliği
KKTC :Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti
Kg :Kilogram
M.Ö. :Milattan Önce
m : Metre
TKB : Tarım ve Köyişleri Bakanlığı
TÜİK :Türkiye İstatistik Kurumu
YTL :Yeni Türk Lirası

ÇİZELGELER DİZİNİ

SAYFA

Çizelge 1.1. Su ürünlerini oluşturan canlı grupları ve ekonomik olarak yararlanan türler	3
Çizelge 1.2. Balık ve Diğer Etlerdeki Besin Değerleri.....	3
Çizelge 3.1. Tabakalarda Yapılan Örneklemeler.....	14
Çizelge 4.1. Dünya Su Ürünleri Üretimindeki Önemli 10 Ülke, 2005.....	18
Çizelge 4.2. Türkiye’de Son Yıllardaki İç Sularda Yetiştiriciliği Yapılan Türlerin Üretim Miktarları (Ton/Yıl).....	21
Çizelge 4.3. Türkiye’de Son Yıllarda Denizde Yetiştiriciliği Yapılan Türlerin Üretim Miktarları (Ton/Yıl).....	21
Çizelge 4.4. Denizlerde Son Yıllarda Avcılık Yoluyla Üretimi Yapılan Önemli Türlerinin Üretim Miktarları (Ton).	23
Çizelge 4.5. Türkiye Denizlerinde Ki Başlıca Ekonomik Türlerin Avlandığı Bölgeler ve Avcılık Yöntemleri.....	24
Çizelge 4.6. Türkiye’nin Son Yıllardaki Su Ürünleri İthalat Ve İhracat Rakamlar..	25
Çizelge 4.7. Türkiye’nin En Çok Su Ürünleri İthalat Ve İhracatı Yaptığı 10 Ülke, (2006).....	26
Çizelge 4.8. Türkiye’de Su Ürünleri Sektörüne Yapılan Desteklemeler, (YTL).....	27
Çizelge 4.9. Türkiye’de 2006 Yılı Su Ürünleri Yetiştiriciliğinde İlk 8 İlin Üretim Miktarları Ve Ulusal Üretimdeki Payları.....	29
Çizelge 4.10. Trabzon İlinde Kültür Balığı Yetiştiriciliği Yapan İşletmelerin İlçelere Göre Dağılımı İşletmenin Bulunduğu Yer ve Kapasiteleri (Ton/Yıl).....	30
Çizelge 4.11. İşletmelerin Üretimde Karşılaştıkları Problemler, (%).....	36
Çizelge 4.12. Avcılıkta Kullanılan Teknelerin Motor Güçlerine Göre Oransal Olarak Dağılımı, (%).....	36
Çizelge 4.13. Kıyı Balıkçılığı Yapan Teknelerde Bulunan ve Avcılıkta Kullanılan	

Ağların Oransal Dağılımı (%).....	43
Çizelge 4.14. Trabzon İlinde Avcılık Yoluyla Su Ürünleri Üretimi Yapan İşletmelerde Çalışan Personel Sayısı.....	44
Çizelge 4.15. İşletme Sahiplerinin Personel Ücretini Ödeme Biçimlerinin Oransal Dağılımı, (%).....	45
Çizelge 4.16. İşletme Sahiplerinin Sosyal Güvenlik Kuruluşuna Kayıtlı Olma Durumları.....	64
Çizelge 4.17. İşletmelerin, Balıkçılıktan Elde Ettiği Gelirle Yatırım Yapabilme Oranları, (%).....	50
Çizelge 4.18. Trabzon İlindeki Su Ürünleri Avcılığı Yapan İşletmelerin Pazarlama Kanallarının Oransal Dağılımı, (%).....	55
Çizelge 4.19. Trabzon İlindeki Su Ürünleri Yetiştiriciliği Yapan İşletmelerin Pazarlamada Kullandıkları Kanallarının Oransal Dağılımı, (%).....	58
Çizelge 4.20. Trabzon İlinde Hamsinin Pazarlama Marjı.....	72
Çizelge 4.21. Trabzon İlinde İstavritin Pazarlama Marjı.....	72
Çizelge 4.22. Avcılık Yoluyla Üretim Yapan İşletmelerin Balık Nakil Araçlarına Sahip Olma Durumlarının Oransal Dağılımı, (%).....	74
Çizelge 4.23. Araştırma Alanındaki İşleme Tesislerinde Uygulanan Yöntemler.....	77
Çizelge 4.24.. Ticari Önemi Yüksek Olan Bazı Türlerin Asgari Avlanma Boyları ve Ağırlıkları.....	97

ŞEKİLLER DİZİNİ

SAYFA

Şekil 4.1. Türkiye’de son 20 yıl içerisinde yetiştiricilik yoluyla yapılan su ürünleri üretimi.....	20
Şekil 4.2. Türkiye’nin son 20 yıldaki iç su ve deniz avcılık üretimi	22
Şekil 4.3. Üreticilerin Yaş Dağılımı.....	30
Şekil 4.4 İşletme sahiplerinin mesleğe başlama nedenlerinin oransal dağılımı...	33
Şekil 4.5. İşletme sahiplerinin yetiştiricilik dışındaki gelir kaynakları, (%).....	34
Şekil 4.6. İşletme sahiplerinin yaş durumlarının oransal dağılımı, (%).....	39
Şekil 4.7. İşletme sahiplerinin baba mesleklerinin oransal dağılımı, (%).....	41
Şekil 4.8. İşletme sahiplerinin balıkçılık dışı gelir kaynaklarının dağılımı, (%).....	49
Şekil 4.9. İşletme sahiplerinin imkânları olduğunda av donanımlarında geliştirmek istedikleri alanlar.....	51
Şekil 4.10. İşletme sahiplerinin av donanımları geliştirme amaçları.....	51
Şekil 4.11. Avcılık yoluyla üretimin pazarlama kanalları	57
Şekil 4.12. Yetiştiricilik yoluyla üretimini pazarlama kanalları.....	60
Şekil 4.13. Trabzon balık hali müzayede alanından bir görüntü.....	67
Şekil 4.14. Rungis/Fransa balık halinden bir görüntü.....	68
Şekil 4.15. Araştırma alanında taşımanın yoğun olarak yapıldığı araçlardan bir görüntü.....	76
Şekil 4.16. Avcılık işletmelerinin pazarlamasa karşılaştığı sorunların oransal dağılımı, (%).....	85

1.GİRİŞ**1.1.Konunun Önemi**

Tarım sektörü, uzun yıllar ekonominin lokomotifi olmuş, ancak son yıllarda önceliğin sanayi sektörüne kayması sonucu Türkiye ekonomisindeki göreceli önemi azalmıştır. Bununla birlikte ulusal gelirimizin yaklaşık %12'sini ve istihdamın yaklaşık %23'ünü oluşturması nedeniyle ekonomik olduğu kadar sosyal sektör özelliği de taşımaktadır (Anonymous, 2008l).

Tarım sektörünün alt sektörü olan su ürünleri sektörü hayvansal protein ihtiyacımızın karşılanmasında önemli bir yer tutmaktadır. Su ürünleri yüksek protein, yüksek enerji, mineral maddeler, birçok vitamin ve sindirilebilirlik gibi özellikler açısından üstün nitelikli bir gıdadır. Su ürünleri, gerek halkımızın protein gereksinimlerinin karşılanmasına, gerekse beslenme alışkanlıklarının sağlıklı doğrultuda değiştirilmesine katkıda bulunabilecek bir kaynaktır (Doğan, 2002a).

Dünyada bilimsel açıdan beslenmenin önemini anlamış olan uluslar hayvansal protein kaynaklarını arttırmak ve çeşitlendirmek için denizlerden yararlanmanın yollarını sürekli aramakta ve geleceğe bugünden yatırım yapmaktadırlar (Seyis, 2003).

Su ürünleri; denizler, iç sular ve suni olarak yapılmış havuz, baraj, gölet, dalyan ve çiftlik gibi tesislerde tabii veya suni olarak istihsal edilen, su bitkileri, balıklar, süngerler, yumuşakçalar, kabuklular, memeliler, sürüngenler gibi suda yaşayan, yumurtaları da dahil tüm canlılar ve bunlardan imal edilen ürünler olarak tanımlanmaktadır (Anonymous, 2008a).

Su ürünleri yetiştiriciliği veya akuakültür ise su canlılarının (balıklar, çift kabuklular, yumuşakçalar, eklembacaklılar, algler ve diğerleri) en azından hayatlarının belirli bir safhasında stoklama, besleme, büyütme, üretme, ıslah ve muhafaza amacıyla kontrollü şartlar altında yetiştirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Anonymous, 2008a).

Tarih boyunca medeniyetler genellikle su kaynaklarının yakınlarına kurulmuştur. İnsanlar, gıda, ulaşım ve benzeri alanlarda ekonomik değeri olan bu kaynağa sahip olmak ve kontrol etmek için çabalamıştır. Bu bölgelere sahip olanlar, su kaynaklarından çeşitli su ürünleri avlama ve üretme yolları aramışlar, büyük medeniyetler kurmuşlar ve çevrelerine de hâkimiyetini kabul ettirmişlerdir (Karakaş, 2005).

Su ürünleri üretimi, balıkçılık (avcılık) ve yetiştiricilik yoluyla sağlanmaktadır. Balıkçılık, tarihin ilk dönemlerinden bu yana, ekonomik olarak anlamlı, evrensel boyutta uygulanan, toplama ve avcılık yöntemiyle yiyecek üretiminin günümüzde kalan tek örneğidir. Günümüzden 8000 yıl önce İberya yarımadasının kuzeyinde yaşayan insanların, bol balık bulunan mevsimlerde kıyılarda, diğer mevsimlerde ise denizin iç kesimlerinde ve derinlerde avcılık yaptığı bilinmektedir. M.Ö. 500 yıllarında, Fenikeliler ve Kartacalıların açık deniz balıkçılığı yaptıkları, balık filetoalarını saklayabildikleri ve Batı Akdeniz'den Yunanistan'a deniz balığı filetoaları taşıdıkları bildirilmiştir (Gordon, 1983; Karakaş, 2001). Bu durum, balık avcılığı tarihinin çok eskilere gittiğini göstermektedir. Balık avcılığının yanı sıra kültür balıkçılığı da insanlığın ilk uğraşlarından birisidir. Doğu ve güney ülkelerinde tarım arazilerini sulamak amacıyla yapılan kanal ve göletlerde balık yetiştiriciliği başlamış, daha sonra özel olarak yapılmış havuzlarda kültür balıkçılığı yapılmış, hatta balıkçılığa ait bazı yasalar da çıkartılmıştır (Çelikkale ve ark. 1999).

Su ürünlerini oluşturan canlı grupları toplamda 170.000 türle ifade edilmektedir. Bunlardan ekonomik değeri olan sadece 500 türdür (Çizelge 1.1).

Çizelge 1.1. Su Ürünlerini Oluşturan Canlı Grupları ve Ekonomik Olarak Yararlanılan Türler.

Canlı Grubu	Yaklaşık Tür Sayısı	Ekonomik Tür Sayısı
Balıklar	21.000	275-300
Omurgasızlar	160.000	130
Algler	4.500	50
Memeliler	124	25
Kurbağalar	5	3
Toplam	186.000	500

Kaynak: Anonymous, 2001.

Balık eti, beslenme değeri ve özellikle protein kalitesi bakımından mükemmel bir gıdadır. Ayrıca enerji değerinin düşük oluşu ona diyetetik açıdan özellik kazandırmaktadır. Balık etlerinde vitaminler, mineral maddeler ve diğer gıda faktörlerinde bol miktarlarda bulunmaktadır. Balık etinin kimyasal içeriği diğer etlerle kıyaslamalı olarak aşağıda verilmiştir (Çizelge 1.2.).

Çizelge 1.2’de görüldüğü gibi balık etinin protein değeri diğer etlerdeki protein değeri düzeyindedir. Bu ette diğer etlere kıyasla mineral maddeler daha fazla enerji ise daha azdır. Balık etinin yağ içeriği balıkların beyaz veya kara etli oluşuna ayrıca mevsimsel değişimler de yağ içeriğini etkilemektedir (Göğüş ve Kolsarıcı, 1992).

Çizelge 1.2. Balık ve Diğer Etlerdeki Besin Değerleri.

Etin cinsi	Su (%)	Protein (%)	Yağ (%)	Mineral Mad. (%)	Enerji k.cal/100 gr)
Balık Eti	77,2	19,0	2,5	1,3	98
Tavuk Eti	75,8	22,8	0,9	1,2	100
Sığır Eti (Yağsız)	71,2	21,1	6,2	1,1	140
Sığır Eti (Yağlı)	61,0	19,1	18,5	1,0	243
Koyun Eti	62,8	18,5	17,5	1,0	231

Kaynak: Göğüş ve Kolsarıcı, 1992.

Günümüzde, dünya balıkçılık (avcılık) kaynakları üretimi 100 milyon tonun üzerindedir. Yapılan son çalışmalar, avcılık yoluyla bu miktarın aşılmasının mevcut stoklar ile mümkün olmadığını göstermektedir. Üretimi arttırmanın ancak yetiştiricilik yoluyla mümkün olabileceği öngörülmektedir (Anonymous, 2008b).

Elde edilen ürünün iyi bir pazarlama organizasyonu ile satılması stoklar üzerindeki mevcut av baskısını azaltmada etkili olacaktır. Halen ülkemizde su ürünleri pazarlama yapısına ilişkin yapılan sınırlı sayıda çalışmalara rastlanılmaktadır.

Shang (1994), yetiştiriciliği multidisipliner bir bilim dalı olarak kabul etmiştir. Bu nedenle başarıya ulaşmak için yalnızca uygun biyo-teknik ve çevresel koşullar yeterli olmayıp sosyo-ekonomik olabilirlik de önem taşımaktadır. Ekonomik araştırmalar hem yetiştiricilere karar verme mekanizmalarında yardımcı olmakta, hem de sektöre ilişkin politikaların şekillendirilmesinde yöneticilere yol göstermektedir.

Ülkemizde halen su ürünleri sektöründe kurumsal ve yapısal olarak büyük bir dağınıklık gözlenmektedir. Uzun vadeli su ürünleri politikası bulunmamaktadır. Bunun sonucunda rasyonel kaynak kullanımını engellemektedir.

Su ürünleri yetiştiriciliği açısından zengin su kaynaklarına sahip olan ülkemizin bu potansiyelinin, yeni teknolojiler kullanılarak verimli bir şekilde değerlendirilmesi, ekonomik ve sosyal açıdan önemlidir.

Trabzon ili avcılık yoluyla yapılan üretim açısından çok önemli olan bölgelerden birisidir. Trabzon iline kayıtlı olan ve gırgır avcılığı yapan büyük teknelerin sayısının fazla olması da bunun diğer bir göstergesidir.

Trabzon ilinde yetiştiricilik potansiyeline bakıldığında denizde kafes balıkçılığı için büyük bir potansiyele sahip alanlar bulunmaktadır. Trabzon ilinde Akçaabat, Yomra ve Arsin ilçeleri bu yönüyle en uygun alanlar olarak görülmektedir. Denizde yapılan üretimde tür çeşidi de iç sulara oranla fazladır. Bununla birlikte iç sularda 12-18 ay arasında porsiyonluk boya getirilen alabalık, denizde 5-6 ay gibi kısa sürede porsiyonluk boya gelmektedir. Ayrıca Karadeniz Bölgesinde kafeste su ürünleri yetiştiriciliğine uygun alanların sadece Ordu, Trabzon ve Rize’de şekillendiği göz önünde bulundurulduğunda mevcut

potansiyelin önemi daha da fazla ortaya çıkmaktadır.

Güneş (1996), pazarlamayı malların ve hizmetlerin üreticiden tüketiciye ulaşımı aşamasında arz, talep, fiyat ve masraf faktörlerinin, çeşitli zaman, yer ve şekildeki durumlarını inceleyen bir bilim olarak açıklamıştır.

Günümüz koşullarında önemli olan bir ürünün üretilmesi veya üretiminin artırılmasından çok bu ürünün gereksinim duyulan yer, zaman ve şekilde tüketiciye ulaştırılmasıdır. Üretici ile tüketici arasındaki mal ve hizmet hareketleriyle ilgili bu tür faaliyetlerin tümünü ifade eden pazarlama, üretim kadar hatta ondan da daha büyük önem taşıyan olaylar zinciridir. Üretimin sürekliliği, geliştirilmesi ve artırılması her şeyden önce pazarlamanın başarısına bağlıdır. Çünkü ürünler tüketilmedikçe veya gerektiği şekilde tüketiciye ulaştırılmadığı sürece ekonomik anlamda mal olma niteliğini kaybedebileceği gibi üretimine de devam edilmeyecektir (Karataş, 1995).

Üretilmiş olan ürünler son tüketiciye ulaşmaya kadar çeşitli yollar izlerler, çeşitli araçlar ile karşılaşır ve değişik şekillerde işlenirler. Ürünlerin üretimlerinden itibaren içinden aktıkları ve işleme, depolama, paketleme, elden ele geçme gibi değişik olaylar ile karşılaştıkları bu yollar ve yerler toplu olarak “pazarlama kanalları” olarak adlandırılırlar (Güneş, 1996).

Pazarlama kanalları, bir ürünün pazarında yer alan üretici ve araçların yanı sıra genel ekonomik yapı açısından da oldukça önemlidir. Tarım kesiminde faaliyet gösteren üreticiler genellikle pazarlama imkânları kısıtlı olan küçük işletmelerdir. Pazarlama kanallarının etkinliği sayesinde bu kısıtlı imkânlar ortadan kalkabilmekte, üreticiler yerel pazarlar dışındaki pazarlara kolaylıkla ulaşabilmektedir.

Ülkemizde tarımsal ürünlerin pazarlama sistemi üründen ürüne farklılık göstermektedir. Kamu kuruluşları ve kooperatifler kimi ürünlerin pazarlama kanallarında yer alırken, sistem genellikle özel sektör ağırlıklı işlemektedir.

Türkiye’de tarımsal yapıdaki bozukluklar, tarımsal ürünlerin pazarlama organizasyonuna da yansımakta ve genellikle çok sayıda aracının yer aldığı uzun pazarlama kanalları ile pazarlama hizmetlerinin yetersiz yerine getirildiği, yüksek pazarlama marjlarının görüldüğü bir pazarlama sistemi ortaya çıkmaktadır. Ayrıca standardizasyon, ambalajlama, etiketleme, kalite yönetim sistemleri ve HACCP

gibi konularda bilgi yetersizliği, yasal altyapı ve uygulamalardan kaynaklanan önemli sorunlar bulunmaktadır.

Bugünkü küresel ekonomi koşullarında araçlar gerek yurtiçi gerekse yurtdışı piyasalarda faaliyet gösterebilirler. Dolayısıyla pazarlama kanalları da sadece yurtiçi piyasalardaki değil, aynı zamanda uluslararası piyasalardaki tüketici ya da alıcılara da ürün sağlayabilecek şekilde yapılandırılmalıdır. Böylece herhangi bir ürünün pazar alanı genişletilerek pazarlama imkânları da artırılabilir (Emeksiz ve ark., 2005).

Dünya nüfusunun giderek arttığı ve besleme sorunlarının çoğaldığı günümüzde yeterli gıda temin etmenin yanı sıra kaliteli ve güvenli gıda üretimi de büyük önem taşımaktadır. Daha kaliteli bir üretim için, günümüzde işletmeler adeta bir seferberlik başlatmışlar ve bu amaca erişmek için eski alışılmış yöntemleri terk ederek yeni düşünce ve yöntemler benimsemişlerdir.

Su ürünlerinde birincil amaç ürünlerin bozulmadan tazeliğini yitirmeden üreticilerin kullanımına sunmak olduğundan su ürünleri pazarlamasında dağıtım zincirinin iyi organize edilmiş olması gerekmektedir (Doğan, 2002b).

1.2. Araştırmanın Amacı

- Trabzon ilinde su ürünleri üretimi yapan işletmelerin mevcut üretim yapılarının ortaya konulması,
- Üretimde karşılaşılan sorunların tespit edilerek, varsa çözüm yollarının gösterilmesine yardımcı olunması,
- Yöre ve bölge ekonomisine katkılar sağlayabilmesi,
- Pazarlama organizasyonunun etkin olup olmadığının belirlenmesi,
- Su ürünleri pazarlamasında mevcut bilgi yetersizliğine bölge bazında son verilmesi ve bu yönüyle kullanılabilir yararlı bir kaynak olması amaçlanmıştır.

1.3 Araştırmanın Kapsamı

Araştırma Trabzon ilinde su ürünleri üreticilerini (avcılık ve yetiştiricilik yoluyla su ürünleri üretimi yapan işletmeler) ve pazarlama kanallarında yer alan

kurum ve kuruluşları (Balık hali, komisyoncu, balık unu ve yağı fabrikaları vs.) kapsamaktadır. Araştırmada 2007 yılında Trabzon ilinde su ürünleri faaliyetleri incelenmiştir.

Araştırma başlıca 5 bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde konunun önemi, kapsamı ve amacı üzerinde durulmuştur.

İkinci bölümde bu konuda daha önce yapılmış çalışmalar hakkında kısa bilgiler verilmiştir.

Üçüncü bölümde araştırmada kullanılan materyal, materyalin sağlandığı kaynaklar ve materyalin elde edilme yöntemleri üzerinde durulmuştur.

Dördüncü bölümde ise araştırma bulgularına yer verilmiş olup, Türkiye'nin su ürünleri ekonomisi, yıllar itibarıyla su ürünleri üretimi, tüketimi, değerlendirilmesi, Trabzon ilindeki yetiştiricilik ve avcılık yoluyla su ürünleri üretimi yapan işletmelerin üretim ve pazarlama yapıları üzerinde durulmuştur.

Beşinci bölümde sonuç ve öneriler sunulmuştur.

2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Çakır (1988), “İzmir’de Su Ürünlerinin Pazarlanması ve Tüketimi” adlı yüksek lisans çalışmasında, İzmir’de pazarlama sistemi içinde yer alan üreticiler, araçlar ve tüketicileri incelemiştir.

Karataş (1995), “Adana İli Karataş İlçesinde Su Ürünleri Üretimi ve Pazarlama Yapısı” adlı çalışmasında üretimin daha iyi değerlendirilmesi için teknik ve mali destekte bulunulması gerektiğini ve üretim sonrası dereceleme, sınıflandırma, depolama ve paketleme hizmetlerinde yetersizlikler bulunduğunu tespit etmiştir.

Doğan (1997), “Su Ürünleri Sektörü Türk Ekonomisinin Neresinde” adlı çalışmasında pazarlamanın ve fiyatlandırmanın sağlıklı yapılabilmesi için satışların, balık hallerinde iyi bir organizasyon içerisinde müzayede şeklinde yapılması gerektiğini belirtmiştir.

Zengin ve Tabak (1997), “Doğu Karadeniz Bölgesindeki Balık İşletmelerinin Yapısal Özellikleri” adlı çalışmalarında 1995 yılı itibariyle iç sularda ve denizde kültür balıkçılığı yapan 121 işletme incelenmiştir. İşletmelerin %90’nunun 10-30 ton/yıl kapasiteli aile işletmeleri olduğu belirlenmiştir. Tatlı sularda kapasitenin %76.80’ninin, denizlerde ise %87.30’nunun kullanıldığı bildirilmiştir.

Güngör (1998), “The Production and Marketing of Fishery Products: A Case Study In The North-West Region of Turkey” adlı çalışmasında, avcılıktan itibaren deniz ürünlerinin tüketim aşamasına kadar olan süreçteki pazar ve pazarlamanın koşulları ve sorunlarını incelemiş, balıkçıların pazarlama sektöründe hizmet veren komisyonculara ekonomik olarak bağımlı olduklarını belirlemiştir. Balıkçıların sorunlarının çözümünde güçlü bir kooperatifçiliğin rolü vurgulanmıştır.

Çelikkale ve ark., (1999), “Türkiye Su Ürünleri Sektörü Potansiyeli Mevcut Durumu Sorunları ve Çözüm Önerileri” adlı eserde Türkiye su potansiyeli belirtilerek iç sular ve denizler ayrı ayrı ele alınmıştır. Türkiye balıkçılığının gelişim süreci ve avcılık konuları irdelenmiş, mevcut sorunlar belirlenmiş ve çözüm önerileri sunulmuştur. Ayrıca su ürünleri sektöründe sosyo-ekonomik yapı ve balıkçılığımızdaki yanlış uygulamalar ortaya konmuştur.

Üstündağ ve ark. (2000), tarafından 1998-2000 yılları arasında yürütülen “Karadeniz’de Su Ürünleri Yetiştiriciliği Yapan İşletmelerin Yapısal Analizi ve Verimliliğinin Değerlendirilmesi” adlı projede su ürünleri yetiştiriciliği yapan işletmelerin sahip olduğu imkânlar ile teknik ve ekonomik problemler belirlenmiştir.

Doğan (2002), “Su Ürünleri Sektörünün, Tarım Sektörü İçindeki Yeri ve Önemi” adlı çalışmasında su ürünleri işleme ve değerlendirme tesislerinin yalnızca AB üyesi ülkeler için değil, iç tüketim ve diğer ülkeler de dikkate alınarak teknik ve hijyen standartlar bakımından yeterli düzeye getirilmesi gerektiğini ve su ürünleri ihracatını arttırıcı tedbirler alınarak bu anlamda kalite ve markanın öne çıkarılarak, dış pazarlarda daha etkin olunacağını belirtmiştir.

Doğan (2003), “Türkiye’de Su Ürünleri Yetiştiriciliği ve Pazarlaması” adlı çalışmasında yetiştiricilik; üretim ve pazarlama sistemi hakkında bilgiler vermiştir.

Seyis (2003), “Türkiye’de Su Ürünleri Pazarlama Sistemi ve Balık Hallerinin Fonksiyonel Durumu” adlı doktora tezinde balık hallerini incelemiş, balık hallerinin fiziksel yapı ve teknik olanaklar açısından uygun hale getirilmesi gerektiğini belirtmiştir.

Altınışık (2006), “Çanakkale İli Deniz Balıkçılığının Sosyo-Ekonomik Durumu ve Pazarlama Yapısı” adlı yüksek lisans tezinde Çanakkale ili balıkçıların sosyal ve ekonomik yapıları ortaya konmuştur. Ayrıca pazarlamada yaşanan mevcut sıkıntılara değinmiştir.

Çeliker ve ark. (2006), ”Karadeniz Bölgesi’nde Su Ürünleri Avcılığı Yapan İşletmelerin Sosyo-Ekonomik Analizi” adlı projede balıkçılar arasında oto-kontrolün sağlanabilmesi için avlak deniz sahalarının belirlenerek kullanım hakkının kooperatiflere devredilmesi, belirlenecek bazı türlerde stok büyüklüğü tespitini takiben kaynak paylaşımı uygulanması, balık işleme tesislerindeki, özellikle balık unu tesislerindeki plansız büyümenin önlenmesi önerilerini dile getirmişlerdir. Öte yandan, 1380 sayılı Su Ürünleri Kanununun günümüz koşullarına göre düzenlenerek koruma-kontrol görevlilerinin yetkilerinin artırılması, avlanma periyotları, yasakları ve cezai hükümlerinin yeniden gözden geçirilmesi gerektiği belirtilmiştir.

Özen (2006), “Tekirdağ İli Deniz Balıkçılığının Sosyo-Ekonomik Durumu ve Pazarlama Yapısı” adlı yüksek lisans tezinde Türkiye’de henüz tatmin edici su

ürünleri politikalarının gelişmediğinden, aşırı avcılıktan, stokların belirlenmesinin gerekliliğinden ve pazarlamadaki mevcut problemlerden bahsetmiştir.

Avan (2007), “Manyas Gölü Balıkçılığının Sosyo-Ekonomik Analizi” adlı yüksek lisans tezinde Manyas gölü balıkçılığının sosyal ve ekonomik yönlerini incelemiştir. Balıkçıların bilinçlendirilmesi ve avcılık kurallarının uygulanmasının gerekliliği hakkında görüşler belirtmiştir.

Knudsen ve Toje (2008), “Post-Soviet Transformations In Russian and Ukrainian Black Sea Fisheries: Socio-economic Dynamics and Property Relations” adlı çalışmalarında, aynı ekosistemde ancak piyasa ekonomisi ve planlı bir ekonomik sisteme sahip iki farklı siyasi yapıdaki ülkenin, bu sistemlerin belirlediği yapı içerisindeki balıkçılığı incelenmiş ve balıkçılıktaki kötüye gidişin farklı sistemler için farklı sonuçlar ve beklentiler ortaya koyduğunu göstermiştir. Her iki sistem için de sorunların çözümü ve balıkçılığın geliştirilmesi için farklı öneriler sunmuştur.

Çeliker ve ark. (2008), “Ege Bölgesinde Su Ürünleri Avcılığı Yapan İşletmelerin Sosyo-Ekonomik Analizi” adlı projede işletme sahiplerinin sosyal ve ekonomik durumlarını incelemiştir. Avlanabilir stok miktarı hakkında yeterli bilginin olmadığı, denetimlerin yetersizliği, sürdürülebilir balıkçılık açısından mevcut durumun uygun olmadığı gibi konulara değinmiştir.

3. MATERYAL VE YÖNTEM**3.1. Materyal**

Trabzon ili 664 km² yüzölçüme sahiptir. Doğu Karadeniz Dağlarının oluşturduğu yayın ortasındaki Kalkanlı dağlık kütesinin kuzeye bakan yamaçlarında 38° 30' - 40° 30' doğu meridyenleri ile 40° 30' - 41° 30' kuzey paralelleri arasında yer almaktadır. Kuzeyinde Karadeniz, güneyinde Gümüşhane ve Bayburt, doğusunda Rize, batısında Giresun illeri bulunmaktadır.

Trabzon ilinin batısındaki Foldere ve Değirmendere'nin doğusunda kalan Karadere ve Solaklı dereleri kaynaklarını Horos, Soğanlı ve Haldizen Dağları'ndan almaktadır. Foldere, Değirmendere, Karadere ve Solaklı Deresi'nin yukarı havzaları güneyde birbirleriyle kavuşurken, daha küçük havzalar halindeki Kalenima Deresi, Yanbolu Deresi, Küçükdere ve Manahos Deresi, kısa boyları ve hızlı akışlarıyla oldukça dar vadiler meydana getirirler. Trabzon'daki göller: Uzungöl (heyelan seti gölü), Balıklı Göl, Kara Göl, Sera Gölü (heyelan seti gölü) ve Haldizen Dağları'ndaki büyüklü, küçüklü diğer buzul gölleri ile Aygır Gölü'dür (Anonymous, 2008c).

Bu araştırmanın materyalini Trabzon ili sınırları içerisinde su ürünleri üretimi (yetiştiricilik ve avcılık yoluyla) yapan işletmeler ve su ürünleri pazarlamasında aktif rol alan komisyoncularla yapılan anketler ile balık-unu yağı fabrikaları ve işleme tesislerinden görüşme yoluyla alınan birincil veriler oluşturmuştur. Ayrıca Trabzon balık hali ve Trabzon Tarım İl Müdürlüğü kayıtları ile Türkiye İstatistik Kurumunun konuyla ilgili istatistik verilerinden faydalanılmıştır. Bunun yanı sıra daha önce konuyla ilgili yapılmış olan çalışmalardan elde edilen ikincil veriler de kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan ana materyali, tekne sahipleri, yetiştiricilik yapan işletmeler ve komisyoncularla yüz yüze yapılan görüşmeler sonucu doldurulan anket formlarından elde edilen birincil veriler oluşturmuştur.

Anket formları tekne sahibi, yetiştiricilik işletmeleri ve komisyoncu anketi olmak üzere 3 çeşit düzenlenmiştir.

Tekne ve yetiştiricilik anketlerinde üretimin teknik özellikleri, donanımları, üretim yapısı, üretimde ve pazarlamada karşılaşılan sorunlar, pazarlama yöntemleri, avlanan veya yetiştirilen balıkların tür, miktar ve fiyat oluşumu gibi sorulara yer verilmiştir.

Komisyoncu anketinde ise ürünün pazarlama yapısını ve pazarlama organizasyonunun etkinliğinin tespitine yönelik sorular yer almıştır.

Pazarlama kanallarında önemli yere sahip olan balık unu-yağı fabrikaları ve işleme tesisleriyle görüşme yoluyla üretim ve pazarlama yapıları hakkında bilgiler alınmıştır.

Ayrıca su ürünleri üretiminin yoğun olduğu ekim, kasım ve aralık aylarında üretim miktarı en fazla olan iki önemli türün (hamsi ve istavrit) haftalık olarak perakendeci ve komisyoncu/toptan satış fiyatları takip edilmiştir.

Trabzon Tarım İl Müdürlüğü, Trabzon balık hali ve TÜİK' ten elde edilen veriler ise ikincil verileri oluşturmuştur.

3.2. Yöntem

3.2.1. Örnek Büyüklüğünün Belirlenmesinde Uygulanan Yöntem

Trabzon ilinde faal olarak üretim yapan 62 adet yetiştiricilik işletmesinden işletme büyüklükleri ve coğrafi konumları göz önünde bulundurularak toplam işletmelerin %32'sini kapsayacak biçimde tesadüfi olarak seçilen 20 adet işletmeyle anket uygulaması yapılmıştır (*İşletmeler arasında homojenlik olduğu için daha fazla işletme ile anket yapılmamıştır*).

İşletmeler, Trabzon Tarım İl Müdürlüğü kayıtlarında bulunan resmi üretim kapasiteleri göz önünde bulundurularak 3 gruba ayrılmıştır. İşletmeler nispi oranlarına göre üretim kapasitesi ≤ 10 ton/yıl olanlar I.Grup, 11-29 ton/yıl olanlar II. Grup ve ≥ 30 ton/yıl olanlar III. Grup olarak değerlendirilmiştir. I. Gruptan 8, II. ve III. Gruptan 6 şar tane işletmeye üretim ve pazarlama yapısının incelenmesi amacıyla anket uygulaması yapılmıştır.

Trabzon'da avcılık yoluyla üretim yapan 1133 adet tekneden örnekleme yapıldığında, tekne sahipleriyle yapılan ön görüşmeler sonucunda, bütününde

karakteristik olarak birbirinden farklı, fakat Trabzon'daki balıkçılığın bütünü temsil edebilecek özellikteki balıkçı merkezleri ve tekne büyüklüğü esas alınarak, tabakalı örnekleme yöntemi uygulanmıştır.

Bu amaçla, önce Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü'nden avlama ruhsatı almış ve balıkçı barınaklarına kayıtlı olan 1133 teknenin örnekleme yapılmasında, elde edilen dağılımın varyansına göre; balıkçılık faaliyeti, balıkçı teknesi sayısı ve balıkçı teknesi özellikleri bakımından Trabzon'daki balıkçılığı temsil edebilecek 6 balıkçı merkezi belirlenmiştir. Belirlenen bu noktadaki barınaklarda kayıtlı bulunan 1133 adet avlama teknesinden çekilecek örneğin büyüklüğü aşağıda verilen formül ile hesaplanmıştır (Yurtsever, 1984):

$$n = \frac{N \sum (N_h S_h^2)}{N^2 D^2 + \sum N_h S_h^2}$$

Formülde;

n : Toplam örnek sayısı

N: Toplam işletme sayısı

N_h: Söz konusu tabakadaki işletme sayısı

S_h : Söz konusu tabakanın standart sapması

S_h² : Söz konusu tabakanın varyansı

D² : *d² / Z²*

d: 0.10 *X değerine eşit olup, popülasyon ortalamasında izin verilen hata,

Z: %95 güven sınırına göre normal dağılım tablosundaki Z değeri.

Örnek olarak belirlenecek tekneler “tabakalı tesadüfi örnekleme” yöntemiyle ve I. Grup (<12 m), II. Grup (12-20 m), III. Grup (20-30 m) ve IV. Grup (>30 m) şeklinde, 4 grup altında derlenerek su ürünleri üretimi ve pazarlama yapısı incelenmiştir.

$$\begin{aligned} \text{I. Grup (<12m)} \quad & 1133 (1041. (1,41)^2) \\ n = \frac{\quad}{1133^2 \cdot 0.04 + 1041. (1,41)^2} & = 44 \text{ Tekne} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{II. Grup (12-20m)} \quad & 1133 (31. (2,89)^2) \\ n = \frac{\quad}{1133^2 \cdot 0.04 + 31 (2,89)^2} & = 6 \text{ Tekne} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{III. Grup (20-30m)} \quad & 1133 (42. (2,48)^2) \\ n = \frac{\quad}{1133^2 \cdot 0.04 + 42. (2,48)^2} & = 6 \text{ Tekne} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{IV. Grup (>30m)} \quad & 1133 (19. (5,47)^2) \\ n = \frac{\quad}{1133^2 \cdot 0.04 + 19. (5,47)^2} & = 12 \text{ Tekne} \end{aligned}$$

Tabakalı Tesadüfi Örnekleme Yöntemi'ne göre ilgili formülün uygulanmasıyla Çizelge 3.1.'de belirtilen sonuçlar elde edilmiştir.

Çizelge 3.1. Tabakalara Göre Hesaplanan Örnek Sayıları.

Gruplar	Tekne Boyu (m)	(N)	Örnek Sayısı (n)	Örnek Oranı (%)
I. Grup	<12	1041	44	4
II. Grup	12-20	31	6	19
III. Grup	20-30	42	6	14
IV. Grup	>30	19	12	63
Toplam	-	1133	68	100

3.2.2. Verilerin Analizinde Uygulanan Yöntem

Yapılan anketlerden elde edilen veriler, SPSS (versiyon 13.00), STATISCA (versiyon 7.00) ve MS Excel paket programlarında değerlendirilmiş olup, çizelgeler ve şekiller halinde düzenlenmiştir. Veriler mutlak ve oransal olarak hesaplanmış ve değerlendirilmiştir. Veriler arasındaki anlamlı ilişki olup olmadığının tespiti için korelasyon analizi yapılmış ve yorumlanmıştır. Ayrıca pazarlama organizasyonu fonksiyonel ve kurumsal yaklaşımla incelenmiştir.

Fonksiyonel yaklaşım, tarım ürünlerinin üreticiden tüketiciye akışı sırasında yapılan faaliyetlere göre pazarlamanın incelenmesine denir. Bu faaliyetler pazarlama fonksiyonları ya da hizmetleri olarak adlandırılır. Bu faaliyetler kooperatifler veya özel pazarlama firmaları tarafından yürütülür. Fonksiyonel yaklaşımla bu hizmetleri maliyetlendirmek ve karşılaştırmak daha kolay olmaktadır. Pazarlama fonksiyonlarını 3 grupta toplamak mümkündür (İnan, 2006) .

- ✓ Değişim ile ilgili fonksiyonlar: Satın alma ve satış gibi faaliyetlerdir.
- ✓ Fiziksel fonksiyonlar: İşleme, depolama ve taşıma gibi teknik hizmetlerdir.
- ✓ Pazarlamayı kolaylaştırıcı fonksiyonlar olan finansman, dereceleme, standardizasyon, kalite kontrolü, risk taşıma, reklam ve pazar bilgilerini yayma vb. pazarlama etkinliğini yükselten ve maliyetleri düşüren hizmetlerdir.

Kurumsal yaklaşımda ise pazarlamada görev alan kişi ya da işletmelerin faaliyetleri incelenir. Bunlar çeşitli araçlar ve aracı kurumları, tarım ürünlerini işleyen ve pazarlamada görev alan kuruluşlardır. Bunlar 5 grupta toplanabilir (İnan, 2006) .

- ✓ Tüccar vb. araçlar (perakendeciler ve toptancılarıdır).
- ✓ Ajans araçlar (komisyoncu, broker vb.).
- ✓ Spekülatif araçlar.
- ✓ Pazarlamayı kolaylaştıran örgütler.
- ✓ İşleyiciler

Bu çalışmada her iki pazarlama yaklaşım biçimleri de ele alınmıştır. Fonksiyonel yaklaşımla pazarlama hizmetlerinin yapılış şekilleri, kurumsal

yaklaşım ile pazarlamada görev alan kişi ve kuruluşların faaliyetli incelenmiştir. Elde edilen bulgulara göre pazarlama sisteminin etkinliği değerlendirilmiştir.

Bir ürünün üreticinin işletmesinden çıkış fiyatı ile son tüketicinin o ürün için ödediği fiyat arasındaki farkı ifade eden pazarlama marjının hesaplanmasında ise literatürde 3 yöntemden bahsedilmektedir (Aboot, 1966 ve Mittendorf, 1967: Emeksiz 1994'den).

- ✓ Bir parti ürün, seçilen tipik bir pazarlama kanalından geçip son tüketiciye ulaşmaya kadar izlenir.
- ✓ Temsil edici bir pazarlama kanalı seçilerek, her pazarlama aşamasındaki aracının satış tutarından tedarik masrafları çıkarılır. Aradaki fark miktara bölünür. Bu şekilde elde edilen marjlar toplanarak toplam pazarlama marjı bulunur.
- ✓ Her pazarlama aşamasındaki temsil edici fiyat serilerinden yararlanarak, değişik pazarlama aşamalarındaki fiyatlar karşılaştırılır (Emeksiz, 1994). Çalışmada bu yöntemlerden sonuncusu uygulanıp yorumlanmıştır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA**4. 1. Dünyada ve Türkiye'de Su Ürünleri Sektörü****4.1.1. Dünyada Su Ürünleri Üretimi ve Ticareti**

Dünyada 2005 yılı toplam su ürünleri üretimi 157.498.913 tondur. Bu üretimin %66'sı (93.253.346 ton) avcılık, %34'ü (48.149.792 ton) kültür balıkçılığı, %10'luk kısmı (16.095.775 ton) ise su bitkileri ile sağlanmıştır. Dünya toplam su ürünleri üretimi içinde avcılığın payı sürekli düşmektedir. Deniz ve okyanuslardan avcılık yoluyla elde edilebilecek üretim miktarının en fazla 100 milyon ton olabileceği düşünülmektedir. Bu nedenle artan su ürünleri talebinin karşılanmasında kültür balıkçılığına olan ihtiyaç her geçen gün artmaktadır (Anonymous, 2008b).

En önemli su ürünleri üreticisi ülke Çin'dir. Çin, toplam dünya üretiminin %35.9'nu gerçekleştirmektedir. Aynı zamanda dünyada yetiştiricilik yoluyla yapılan üretimin de %70.7'sini, avcılık yoluyla yapılan üretimin %17.9'nu tek başına sağlamaktadır. Bunun dışında Peru, Japonya ve Hindistan'da önemli düzeyde üretime sahiptir (Çizelge 4.1.).

Yetiştiricilik ve avcılık dâhil olmak üzere 2005 yılı su ürünleri dış ticareti yaklaşık 58.2 milyar \$ kadardır. En önemli ihracatçı Çin, ithalatçı ise Japonya'dır. Çin iç tüketiminin fazlalığı nedeniyle ürettiği miktarın çoğunu kendisi tüketmektedir. Dünyada en fazla dış ticarete konu olan su ürünleri ise karides, tuna ve salmondur (Anonymous, 2008b).

En önemli ithalatçılar gelişmiş ülkelerdir. AB, ABD ve Japonya toplam ithalatın %75.7'sini gerçekleştirmektedir. Bu ülkelerin ihracat payı %29.5'dir. Burada ortaya çıkan ithalat fazlasının nedeni sayılan ülkelerin kişi başına tüketimlerinin yüksek olmasıdır. Çünkü bu ülkeler aynı zamanda toplam üretimin %32.1'ini gerçekleştirmektedir (Anonymous, 2008b).

Çizelge 4.1. Dünya Balıkçılık Üretimindeki Önemli 10 Ülke, (2005).

Ülke	Toplam Üretim		Yetiştiricilik		Avcılık	
	Ton	%	Ton	%	Ton	%
Dünya	142.084.414	100	48.413.635	100	93.670.779	100
Çin	51.005.810	35.9	34.204.551	70.7	16.801.259	17.9
Peru	8.001.024	5.6	9.416	0.0	7.991.608	8.5
Japonya	6.156.918	4.3	1.313.703	2.7	4.843.215	5.1
Hindistan	6.065.280	4.3	2.202.630	4.5	3.862.650	4.1
ABD	5.442.869	3.8	460.998	1.0	4.981.871	5.3
Endonezya	5.324.340	3.7	1.076.749	2.2	4.247.591	4.5
Şili	4.663.030	3.3	631.634	1.3	4.031.396	4.3
Rus.Fed.	3.746.537	2.6	90.449	0.2	3.656.088	3.9
Tayland	3.605.544	2.5	724.228	1.5	2.881.316	3.0
Norveç	3.374.614	2.4	512.101	1.1	2.862.513	3.0
Filipinler	3.168.557	2.2	1.220.452	2.5	1.948.105	2.0

Kaynak: Anonymous, 2008b.

Dünya deniz ürünleri üretiminin %61'i Pasifik'ten, %28'i Atlantik'ten, %6'sı Hint Okyanusu'ndan ve %3'ü de Akdeniz-Karadeniz'den elde edilmektedir. Akdeniz havzası, balıkçılık alanı olarak çok verimli bir bölge olmamasına rağmen ılıman iklim kuşağında yer aldığından, su ürünleri yetiştiriciliği için en uygun koşullara sahip, ekonomik yönden yüksek değerde deniz ürünlerini bünyesinde barındıran özel bir alan olarak tanımlanabilir (Karakas, 2005).

4.1.2. Türkiye’de Su Ürünleri Üretimi, Tüketimi ve Ticareti**4.1.2.1. Türkiye’de Su Ürünleri Üretimi**

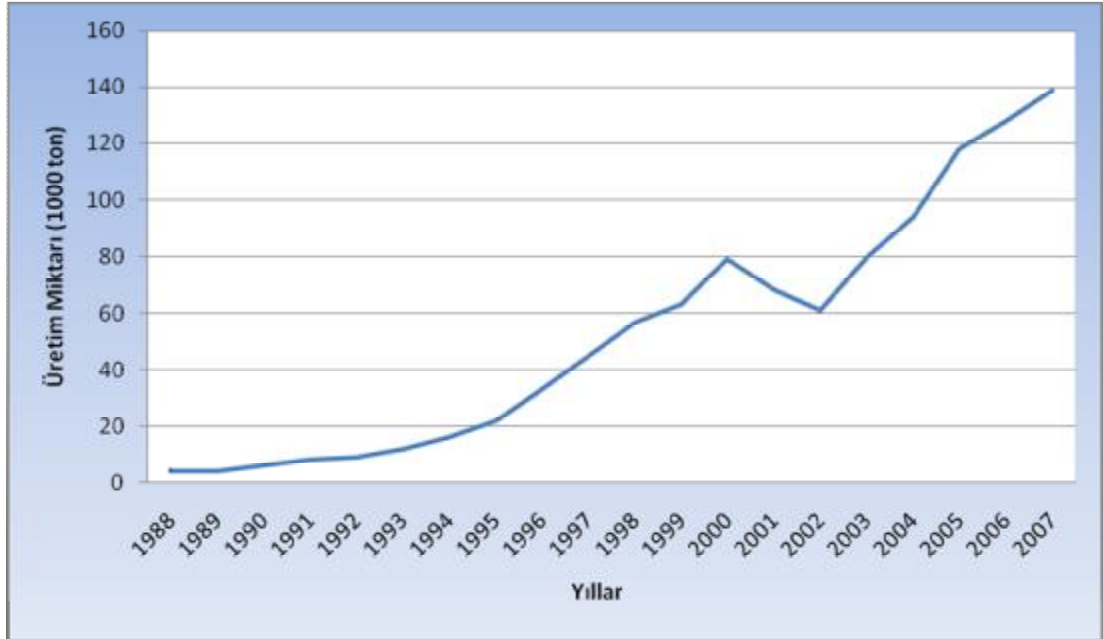
Türkiye üç tarafı farklı ekolojik özellikteki üç denizle çevrili, 8.333 km’lik deniz kıyı uzunluğu, 178.000 km uzunluğunda 33 adet büyük akarsuyu, 200’ün üzerinde doğal gölü, 168 adet baraj gölü ve 750’den fazla göleti ile zengin bir su ürünleri üretim potansiyeline sahiptir (Anonymous, 2007a). Bu zengin potansiyeline rağmen, üretim nispeten azdır. 2007 yılı istatistiklerine göre Türkiye’nin su ürünleri üretimi toplam 772.000 ton olup, üretimin 632.000 tonu avcılıktan, 140.000 tonu yetiştiricilikten sağlanmıştır (Anonymous, 2008d).

4.1.2.1.(1). Yetiştiricilik Yoluyla Yapılan Üretim

Türkiye’de özel sektör tarafından su ürünleri yetiştiriciliğine 1968 yılında Sakarya Akyazı’da kurulan Gökkuşuğu Alabalığı işletmesi ile başlanmıştır (Soylu, 1988). Kamu olarak ilk üretim, Konya-Konuklar Devlet Üretim Çiftliği ve Eskişehir Çifteler’de kurulan tesisler tarafından yapılmıştır. Denizde ilk ciddi kültür balıkçılığı tesisi ise, Yaşar Holding öncülüğünde 1985 yılında İzmir-Çeşme’de çipura ve levrek yavru üretimi ve yetiştiriciliği amacı ile kurulmuştur (Çelikkale ve ark., 1999).

Su ürünleri yetiştiriciliği 1970’li yıllardan itibaren tüm dünyada hızlı bir gelişim göstermiştir. Günümüzde, dünya genelinde yıllık üretimi 50 milyon tona ulaşan su ürünleri yetiştiriciliği, toplam su ürünleri üretiminin 1/3’ünden fazlasını sağlamaktadır (Anonymous 2008b).

Su ürünleri yetiştiriciliği, ülkemizde de dünyadaki trende benzer bir şekilde hızla büyümektedir. 1988 yılında üretim sadece 4.000 ton iken, 2007 yılı sonunda bu rakam 140.000 tona ulaşmıştır. Üretim, sadece 2000-2001 krizinin olduğu dönemde düşüş yaşamıştır. Diğer tüm dönemlerde yetiştiricilik üretimi artış göstermiştir (Şekil 4.1.).



Şekil 4.1. Türkiye’de Son 20 Yıl İçerisinde Yetiştiricilik Yoluyla Yapılan Su Ürünleri Üretimi, (Anonymus, 2007a; Anonymus, 2008d).

Yetiştiriciliğin su ürünleri üretimindeki payı da avcılık üretimine göre değişmektedir. 2006 yılında toplam üretimdeki payı %22 civarında iken, 2007 yılı sonunda bu oran %18’e inmiştir. Bunun sebebi avcılık üretiminin 2007 yılında çok yüksek olmasıdır (Anonymus 2007a; Anonymus, 2008d).

Türkiye’de iç su ürünleri üreten 1.072 adet, deniz ürünleri üreten 296 adet olmak üzere toplam 1.368 adet yetiştiricilik işletmesi faaliyet göstermektedir (Anonymus, 2008e).

Yetiştiricilik yoluyla yapılan üretimin büyük kısmı denizde kurulan kafes işletmelerinden sağlanmaktadır. Yetiştiriciliği en fazla yapılan türler levrek, çipura ve alabalıktır. Ayrıca doğadan yakalanarak besiciliği yapılan mavi yüzgeçli orkinos miktarı da büyük önem arz etmektedir. Yetiştiriciliği en fazla yapılan türlerin son 8 yıldaki üretim miktarları Çizelge 4.2 ve Çizelge 4.3’de verilmiştir (Anonymus, 2008a).

Çizelge 4.2. Türkiye’de Son Yıllarda İç Sularda Yetiştiriciliği Yapılan Türlerin Üretim Miktarları (Ton/Yıl).

Balık türü	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Alabalık	42.572	36.827	33.707	39.674	43.432	48.033	56.026	58.433
A. sazan	813	687	590	543	683	571	668	600

Kaynak: Anonymous, 2008a.

Çizelge 4.3. Türkiye’de Son Yıllarda Denizde Yetiştiriciliği Yapılan Türlerin Üretim Miktarları (Ton/Yıl).

Balık türü	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Alabalık	1.961	1.240	846	1.194	1.650	1.249	1.633	2.740
Çipura	15.460	12.939	11.681	16.735	20.435	26.297	28.463	33.500
Levrek	17.877	15.546	14.339	20.982	26.297	37.290	38.408	41.900
Midye	321	5	2	815	1.513	1.500	1.545	1.100
Karides	27	-	-	-	-	-	-	-
Diğer	-	-	-	-	-	2.000	2.200	1.600

Anonymous, 2008a.

Su ürünleri yetiştiriciliği sektöründe yaşanan gelişmelerle birlikte, Türkiye, Akdeniz havzası ve AB ülkeleri arasında önemli bir konuma gelmiştir. Türkiye, Avrupa’daki çipura ve levrek pazarında %25 paya sahiptir. Bu yönüyle bölgesel politikaların oluşturulmasında etkin bir rol oynamaktadır (Anonymous, 2008e).

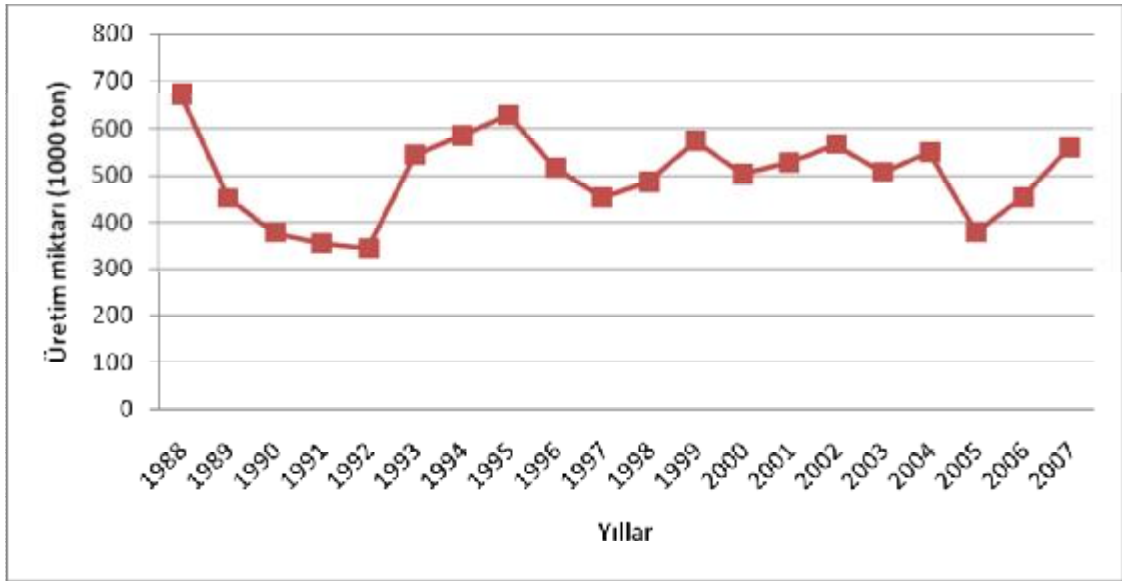
Deniz balıklarının yavru yetiştiriciliğine yönelik kuluçkahanelerin kurulması ve bunların işletmelerin ihtiyacına cevap verecek düzeye erişmesiyle 2000 yılından itibaren doğal stoklara zarar veren doğadan balık toplama yöntemi tamamen yasaklanmıştır. Bunun sonucunda AB ülkelerine yavru balık ihraç edilir seviyeye ulaşılmıştır (Anonymous, 2008j).

4.1.2.1.(1). Avcılık Yoluyla Yapılan Üretim

Türkiye’de su ürünleri üretiminin büyük bölümü avcılıktan, avcılıkla elde edilen üretim de büyük oranda denizlerden sağlanmaktadır. Deniz balıkları avcılığı, esasen kıyı balıkçılığına dayanmaktadır. Alt yapı çalışmaları henüz tamamlanamadığından, bugüne kadar açık deniz balıkçılığı mümkün olamamıştır.

Denizlerden avcılıkla elde edilen üretim; kirlilik, ekolojik değişimler ve aşırı avcılık nedeniyle son yıllarda büyük dalgalanmalar göstermektedir (Doğan, 2002).

Türkiye'nin son 20 yıldaki avcılık üretim miktarı incelendiğinde genelde inişli çıkışlı bir grafik görülmektedir (Şekil 4.2.). Bunun oluşmasında ekolojik değişimler, av baskısı, predatör ve zararlı türlerdeki artış, hastalık v.b. faktörlerin etkisi vardır.



Şekil 4.2. Türkiye'nin Son 20 Yıldaki İç Su ve Deniz Avcılık Üretimi, (Anonymous, 2008d).

Türkiye'de avcılık yoluyla üretimin gerçekleştirilmesinde kullanılan 17.621 adet tekne vardır (Anonymous, 2007a). Türkiye'de avcılık yoluyla su üretiminin büyük kısmı denizlerden sağlanmaktadır. İç sularda yapılan avcılığın miktarı düşüktür. Denizde avlanan en önemli tür hamsidir. 2007 yılı verilene göre denizlerde yapılan avcılığın %74'ü hamsiden sağlanmıştır (Anonymous, 2008d), (Çizelge 4.4.).

Denizlerde avcılık yoluyla üretim yapmak amacıyla türlere özgü çeşitli avcılık yöntemleri uygulanmaktadır. Pelajik türlerin (hamsi, istavrit, sardalya, palamut) avcılığının büyük kısmı gırgır ağlarıyla yapılmaktadır. Demersal türlerin (mezgit, bakalorya, barbunya, kalkan) avcılığında dip trolü ve dip uzatma ağları, bentik canlıların (karides, deniz salyangozu, kum midyesi) avcılığında ise yoğun

olarak direçler kullanılmaktadır. Aşağıda bazı ekonomik türlerin avcılığında kullanılan avcılık yöntemleri gösterilmiştir (Anonymous, 2007a), (Çizelge 4.5.).

Çizelge 4.4. Denizlerde Son Yıllarda Avcılık Yoluyla Üretimi Yapılan Önemli Türlerin Üretim Miktarları, (Ton).

Balık türü	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Bakalorya	20.810	10.500	7.500	4.380	4.100	3.460	3.337
Barbunya	2.455	2.395	1.400	1.848	2.825	2.617	2.091
Çaça	1.000	2.050	6.025	5.411	5.500	7.311	11.921
Hamsi	320.000	373.000	295.000	340.000	138.569	270.000	385.000
İstavrit	26.190	26.482	28.000	27.405	27.528	25.927	32.021
Kefal	22.000	12.000	11.000	12.424	10.560	8.915	8.291
Kalkan	2.455	459	300	376	649	807	769
Kırlangıç	200	271	230	241	313	560	339
Kolyoz	4.500	1.500	1.480	1.402	2.001	2.760	2.263
Lüfer	13.060	25.000	22.000	19.901	18.357	8.399	6.858
Mezgit	10.000	8.808	8.000	8.205	8.309	9.112	12.940
M.yüz.ork.	2 100	2 300	3 300	1 075	990	806	918
Yaz. ork.	-	-	-	568	507	1 230	785
Palamut	13.460	6.286	6 000	5.701	70.797	29.690	5.965
Sardalya	10.000	8.684	12.000	12.883	20.656	15.586	20.941
Tekir	1.570	1.450	1.050	961	1.207	1.256	1.732
Tirsi	690	862	1 100	1.172	2.176	1.738	2.252
Tombik	-	-	-	284	1.020	1.031	993
Uskumru	550	486	350	568	781	783	1 076

Kaynak: Anonymous, 2008d.

Çizelge 4.5. Türkiye Denizlerindeki Başlıca Ekonomik Türlerin Avlandığı Bölgeler ve Avcılık Yöntemleri.

Türler	Bölgeler	Uygulanan avcılık yöntemleri
Hamsi	Karadeniz-Marmara	Gırgır + Orta su trolü/Çift tekne (Sadece Samsun bölgesinde)
İstavrit	Karadeniz-Marmara-Ege	Gırgır
Sardalya	Marmara-Ege-Akdeniz	Gırgır
Palamut	Karadeniz-Marmara	Gırgır+Uzatma (Salma)
Çaça	Doğu Karadeniz (Samsun)	Orta su trolü/Çift tekne
Mezgit	Karadeniz	Dip trolü+Dip uzatma ağı
Bakalorya	Marmara-Ege-Akdeniz	Dip trolü+Dip uzatma ağı
Barbunya /Tekir	Karadeniz-Marmara-Ege- Akdeniz	Dip trolü+Dip uzatma ağı
Kalkan	Karadeniz	Dip trolü+Dip uzatma ağı
Karides	Marmara-Ege-Doğu Akdeniz (İskenderun körfezi)	Beam trol (Direç) (Marmara) Dip trolü+Karides trolü (Akdeniz)
Deniz salyangozu	Karadeniz-Marmara	Direç+Dalarak toplama
Kum midyesi	Batı Karadeniz	Hidrolik direç

Kaynak: Anonymous, 2007a.

4.1.2.2. Türkiye'nin Su Ürünleri İthalat ve İhracatı

Türkiye'nin 2006 yılı su ürünleri ithalat miktarı 53.563 ton, ihracat miktarı ise 41.973 tondur. Fakat ihraç edilen ürünler ekonomik değer olarak daha büyük öneme sahiptir. İthalatı gerçekleştirilen su ürünlerine 83.409.842 \$ karşılığında ödeme yapılmıştır. İhracatı gerçekleştirilen ürünlerden ise 233.385.315 \$ gelir elde edilmiştir. En fazla gelir getiren ihraç ürünlerin başında levrek ve mavi yüzgeçli orkinos yer almaktadır. Türkiye 2006 yılında levrek ihracatından 51.059.623 \$, mavi yüzgeçli orkinos ihracatından ise 42.632.787 \$ gelir elde etmiştir (Anonymous, 2007a), (Çizelge 4.6.).

Çizelge 4.6. Türkiye'nin Son Yıllardaki Su Ürünleri İthalat ve İhracat Rakamları.

Yıllar	İTHALAT		İHRACAT	
	Miktar (ton)	Değer (\$)	Miktar (ton)	Değer (\$)
2002	22.532	18.754.783	26.860	96.726.389
2003	45.606	32.636.120	29.937	124.842.223
2004	57.694	54.240.304	32.804	180.513.989
2005	47.676	68.558.341	37.655	206.039.936
2006	53.563	83.409.842	41.973	233.385.315

Kaynak: Anonymus, 2007a.

Türkiye'nin ithalat yaptığı ülkelerin arasında Norveç 1. sırada yer almaktadır. Bu ülkeden yapılan ithalatın büyük kısmını uskumru balığı oluşturmaktadır. En fazla ihracat yapılan ülke ise Japonya'dır. Bu ülkeye en fazla ihraç edilen türlerin başında orkinos ve deniz salyangozu gelmektedir. İhraç edilen en önemli tür olan levrek ise çoğunlukla AB ülkelerini pazarlanmaktadır. En önemli alıcı ülkeler İtalya, Hollanda ve İspanya'dır. Aşağıda en fazla ithalat ve ihracatın yapıldığı ülkeler hakkında bilgiler verilmiştir (Çizelge 4.7.).

Çizelge 4.7. Türkiye'nin En Çok Su Ürünleri İthalat ve İhracatı Yaptığı 10 Ülke, (2006).

İTHALAT			İHRACAT		
Ülke	Miktar (ton)	Değer (\$)	Ülke	Miktar (ton)	Değer (\$)
Norveç	13.014	31.280.857	Japonya	5.410	66.972.267
Fas	16.239	9.063.960	İtalya	11.567	46.237.639
Yunanistan	1.748	6.503.480	Hollanda	4.400	29.692.897
Hindistan	1.859	2.639.617	İspanya	5.120	28.246.663
İspanya	2.003	2.575.917	Yunanistan	5.589	27.864.851
Tayland	685	1.452.590	Almanya	2.747	8.717.501
Singapur	214	1.143.202	G.Kore	1.202	6.565.474
Çin	1.219	1.046.060	Lübnan	1.874	4.188.980
Gürcistan	5.086	819.377	Fransa	815	1.946.733
İtalya	344	608.276	K.K.T.C.	698	1.854.962

Kaynak: Anonymous, 2007a.

4.1.2.3. Türkiye'de Su Ürünleri Tüketimi

Türkiye'de şehirleşme ve sanayileşme ile kentsel yerleşimin gelir düzeyinin artması sonucu işlenmiş gıda sektörü de sürekli olarak gelişmektedir. İç pazar satışlarının artmasına ek olarak yüksek ve modern teknolojilerin kullanılmasıyla ihracat olanakları da sürekli olarak gelişmektedir. Kentleşmeyle beraber sosyo-ekonomik gelişmelerin sonucu olan gelir ve tüketim alışkanlıklarının değişmesine paralel olarak su ürünleri tüketim düzeyi de artmaktadır. Ancak bu artış bugünkü düzeyi ile de henüz istenilen seviyede değildir.

Ülkemizde kişi başına düşen su ürünleri tüketimi miktarı çok düşük seviyededir. Su ürünlerinin tüketimi daha çok kıyı bölgelerinde yoğunlaşmıştır. Kişi başına düşen yıllık su ürünleri tüketimi, 1989 yılında 6,3 kg iken, 1995 yılında 9,8 kg olmuş, 2000 yılında 7,9 kg'a düşmüştür. 2006 yılına gelindiğinde kişi başına tüketim 8,1 kg'a yükselmiştir. Bu rakamlar, dünya ortalaması olan 13,3 kg'ın çok altında kalmıştır (Anonymous, 2007a).

Su ürünleri işleme sanayimizin gelişmesi ve ürünlerin raf ömrünün uzamasına yönelik uygulamalar halkımızın balık ve diğer su ürünlerini istedikleri mevsimde tüketebilmesini sağlamıştır. Buna ek olarak yetiştiricilik de bir alternatif arz kaynağı olarak ortaya çıkmış ve halkımızın su ürünleri ihtiyacının giderilebilmesine katkıda bulunmuştur (Dağtekin ve Ak, 2007).

4.1.3. Sektöre Yönelik Desteklemeler/Sübvansiyonlar

Devlet tarafından uzun vadeli bir destek programı çerçevesinde su ürünleri sektörüne kredi desteği, vergi indirimi ve yakıt sübvansiyonu biçimlerinde destekler verilmektedir.

Çizelge 4.8.'de görüldüğü gibi su ürünleri sektörüne verilen destek miktarları ortalama olarak 2005 yılında 141.174.280 YTL; 2006 yılında ise 147.388.426 YTL düzeyinde olmuştur. Bu desteklemelerin özellikle sektörün her alanına yönelmiş olması üretim artışını ve kaynakların uygun kullanılmasını kolaylaştırmaktadır.

Çizelge 4.8. Türkiye’de Su Ürünleri Sektörüne Yapılan Desteklemeler, (YTL).

Destek Mekanizması	2005	2006
Hazır/Konserve Su Ürünleri İçin İhracat Giderleri Desteği	1.274.288	1.269.840
Balıkçı Tekneleri (Yakıt) İçin Vergi İndirimi Desteği	91.7200.000	99.664.052
Yetiştiricilik Destekleri	47.000.000	44.800.000
Balıkçılar ve Yetiştiriciler İçin Sübvansiyon Edilmiş Kredi Destekleri	1.179.992	1.654.534
TOPLAM	141.174.280	147.388.426

Kaynak: Anonymous, 2008f.

4.2. Trabzon İlinde Su Ürünleri Üretimi**4.2.1. Balıkçılık/Avcılık Hakkında Genel Bilgiler**

Trabzon ilinde avcılık yoluyla su ürünleri üretimi yapan 1133 adet tekne bulunmaktadır (Anonymous, 2007c). Bu tekneler ilin çeşitli bölgelerinde bulunan 10 tane balıkçı barınağı ile 14 tane barınma (çekek) yerinde şekillenmişlerdir. Balıkçı barınakları Of, Araklı, Trabzon Limanı, Faroz, Akçaabat, Yoroz, Çarşıbaşı, Vakfıkebir, Beşikdüzü ve Yeniay şeklindedir. Çekek yerleri ise Kıyıcık, Soğuksu, Kalecik, Arsin, Yomra, Darıca, Akçakale, Salacık, Mersin, Keremköy, Yalıköy, Adacık, Balıklı ve Çamburnu'dur.

Trabzon'daki avcılık yoluyla yapılan üretim miktarının büyük oranı Çarşıbaşı, Akçaabat, Araklı ve Faroz balıkçı barınağına kayıtlı tekneler tarafından sağlanmaktadır. Bunun oluşumunda barınaklara kayıtlı tekne sayısının fazla olması ve büyük avcılık filosuna sahip teknelerin bu bölgelerde yoğun olmasıdır. Trabzon ilindeki teknelerin büyük çoğunluğunu 12 metreden küçük kıyı balıkçıları (1041 adet) oluşturmaktadır (Anonymous, 2007c). Üretim açısından özellikle tekne boyu 30 metreden büyük olan tekneler çok fazla önem arz etmektedir.

4.2.2. Yetiştiricilik Hakkında Genel Bilgiler

Trabzon ilindeki tatlı su yetiştiricilik işletmeleri genelde dere yatakları üzerine kurulmuştur. Üretiminin büyük bir miktarını oluşturan ağ kafes işletmeleri ise Yomra'da yoğunlaşmıştır. Trabzon'da iç sularda balık yetiştiriciliği ilk olarak 1976 yılında Albako tarafından yapılmıştır (Anonymous, 2007b). Ağ kafeslerde yetiştiriciliğe 2004 yılında başlanmıştır. Türkiye su ürünleri yetiştiriciliğinde Trabzon ili 8. sırada olup, 2006 yılında 2463 ton üretim yapılmıştır (Anonymous, 2007a), (Çizelge 4.9.)

Çizelge 4.9. Türkiye’de 2006 yılı su ürünleri yetiştiriciliğinde ilk 8 ilin üretim miktarları ve ulusal üretimdeki payları.

İl	Miktar (ton)	Payı (%)
Muğla	58.987	45.74
İzmir	17.569	13.62
Aydın	4.592	3.56
Kayseri	3.995	3.09
Bilecik	3.683	2.85
Burdur	2.779	2.15
Antalya	2.469	1.94
Trabzon	2.463	1.91

Kaynak: Anonymous, 2007a.

Trabzon İlinde yetiştirilen türlere bakıldığında tatlı suda ve denizde Gökkuşluğu Alabalığı (*Oncorhynchus mykiss*) yetiştiriciliğinin hâkim olduğu gözlenmektedir. Bunun yanı sıra 2007 yılı içerisinde denizde yetiştiricilik yapan işletmelerde levrek (*Dicentrarchus labrax*) yetiştirilmeye başlanmıştır.

Trabzon ilinde aktif olarak üretim yapan 62 işletme bulunmaktadır. Bu işletmelerden 2 tanesi sadece yavru balık yetiştiriciliği amacıyla kurulmuştur. İç sularda üretim yapan işletmelerin büyük kısmı Maçka ilçesinde; denizde üretim yapan işletmeler Yomra ilçesinde faaliyet göstermektedir. İşletmelerin uygun kaynakların bulunduğu bölgelere yoğunlaştığı görülmektedir. Çoğu işletme 10 ton/yıl üretim kapasitesine sahiptir (Çizelge 4.10.). Bu işletmeler genellikle küçük aile işletmesi biçimindedir.

Çizelge 4.10. Trabzon İlinde Kültür Balığı Yetiştiriciliği Yapan İşletmelerin İlçelere Göre Dağılımı ve Kapasiteleri, (ton/yıl).

Bulunduğu Yer	Tatlı Suda Yetiştiricilik (Adet)	Denizde Yetiştiricilik (Adet)	I.Grup ≤10 ton	II.Grup 11-30 to	III.Grup >30 ton	Yavru Yet. İşl.
Merkez	3	-	3	-	-	-
Akçaabat	4	-	3	1	-	-
Araklı	2	-	1	-	1	-
Arsin	2	-	1	1	-	-
Çaykara	7	-	4	1	2	-
Düzköy	2	-	2	-	-	-
Hayrat	1	-	1	-	-	-
Maçka	20	-	11	5	2	2
Sürmene	4	-	4	-	-	-
Şalpazarı	3	-	2	1	-	-
Tonya	4	-	1	3	-	-
Vakfikebir	3	-	2	1	-	-
Yomra	4	3	3	1	3	-
Toplam	59	3	38	14	8	2

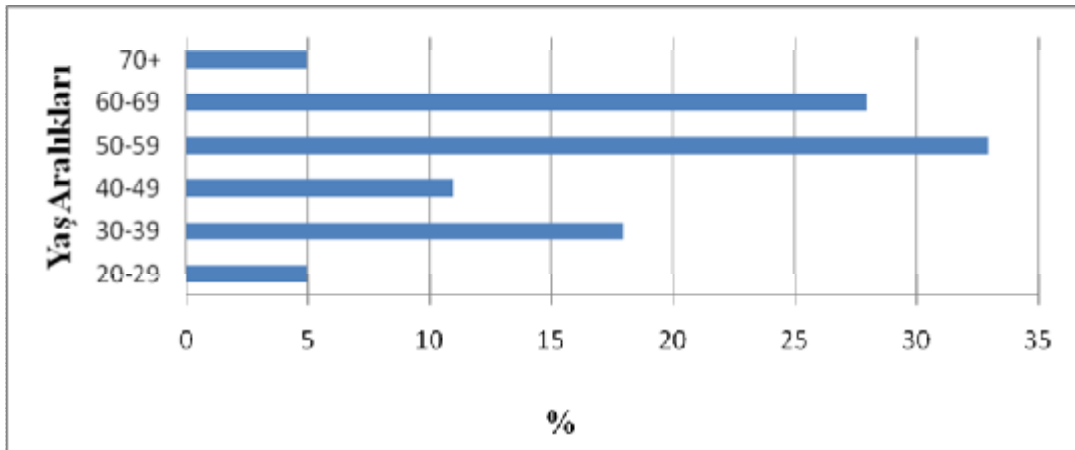
Kaynak:Anonymous, 2007b.

13.4.2007 tarih ve 2007/20 sayılı Hayvancılığın Desteklenmesi Hakkında Uygulama Esasları Tebliği uyarınca Tarımsal Üretimi Destekleme Genel Müdürlüğü tarafından Trabzon ilinde 46 adet işletme yavru ve ürün desteğinden faydalanmıştır. İşletmeler, 1.569.186,5 kg ürün karşılığında 1.019.970 YTL; 12.098.000 adet yavru balık üretimi karşılığında ise 604.900 YTL destekten faydalanmıştır. Trabzon Tarım İl Müdürlüğü'nden faal olduğuna dair kaydı bulunan işletmelerden %74'ü bu destekten yararlanmıştır. Bu destekler sayesinde üretimdeki girdi maliyetleri düşmüş, karlılık artmış ve daha fazla destek alabilmek için işletmeler üretimi artırma yollarına başvurmuşlardır (Anonymous, 2007b).

4.3. Trabzon İlinde Su Ürünleri Yetiştiriciliği Yapan İşletmelerin Yapısı

4.3.1. Üreticilerin Yaşları, Öğrenim ve Sosyal Güvenlik Durumları

Araştırma alanındaki üreticilerin yaşları 29 ile 72 yaşında olup, çoğu 50-59 yaş aralığında dağılım göstermektedir (Şekil 4.3.). Emre ve ark. (2007), tarafından yapılan çalışmada Akdeniz Bölgesindeki alabalık işletme sahiplerinin yaşlarının 19 ile 79 arasında değiştiği bildirilmiştir. Akdeniz Bölgesindeki işletme sahiplerinin yaşlarının büyük olmasının sebebi olarak mesleğin ikinci bir meslek olması gösterilmiştir. Araştırma alanı ile Akdeniz Bölgesi karşılaştırıldığında üreticiler bu yönüyle benzerlik taşımaktadır.



Şekil 4.3. Üreticilerin Yaş Dağılımı.

Üreticilerin eğitim durumlarına bakıldığında %61'inin ilkokul, %22'sinin ortaokul ve %17'sinin lise mezunu oldukları belirlenmiştir. Emre ve ark. (2007), Akdeniz Bölgesi'ndeki işletme sahiplerinin %39,9'unun ilkokul, %38,4'ünün ortaokul ve %19,7'sinin üniversite mezunu olduğunu bildirmişlerdir. Araştırma alanındaki üreticilerin eğitim durumlarının Akdeniz Bölgesindeki üreticilerin seviyelerine göre düşük olduğu görülmektedir.

İşletme sahiplerinin tamamının sosyal güvencesi bulunmaktadır. İşletme sahiplerinin %61'nin BAĞ-KUR, %33'nün emekli olduğu ve %6'sının SSK'lı olduğu tespit edilmiştir. Avcılık sonucu üretim yapan üreticilerin aksine

yetiştiricilerin sosyal güvenlik kuruluşlarına üye olmakta daha hassas olduğu görülmektedir.

4.3.2. İşletmelerin Hukuki Yapısı ve Mülkiyet Durumları

İşletmelerin tamamına yakını özel şahıs işletmesi (%90) biçiminde kurulmuştur. Şirket tarzında kurulan işletmelerin oranı %10'dur. Şirket biçiminde kurulan işletmelerin genellikle Trabzon ve Rize'deki üreticilerin bir araya gelerek kurdukları belirlenmiştir.

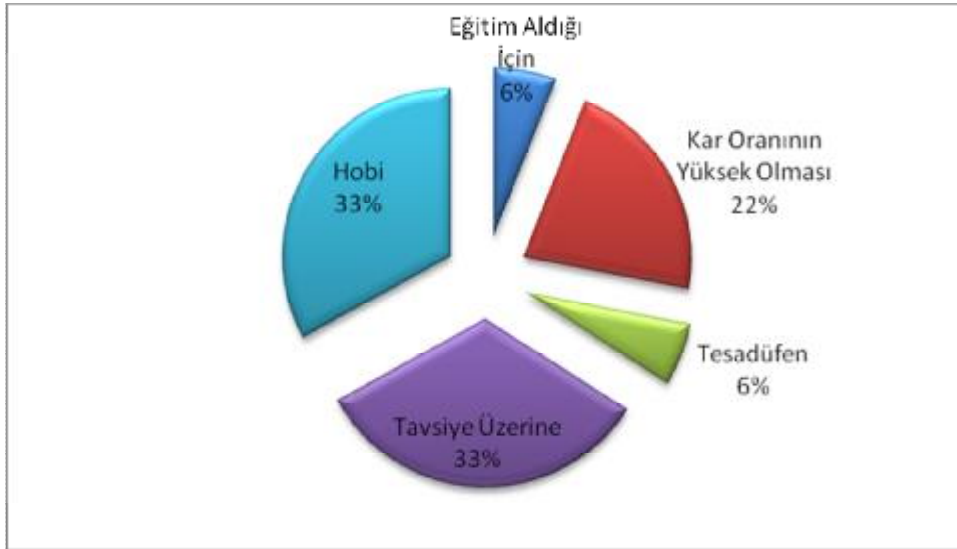
İşletme sahiplerinin %75'i, işletme sahasının mülkiyetine sahiptir. Geriye kalan işletmeler ise tesisin kurulduğu alanı kiralama yoluna gitmişlerdir. Kiralama yöntemine başvuran işletmelerin bir kısmı özel şahıstan (%5) bir kısmı ise devlet kuruluşundan kiralama (%20) yoluyla kurulmuştur. Rad (1999)'a göre Türkiye genelinde mevcut alabalık işletmelerinin kurulduğu arazilerin %72'sinin öz mülk olduğu bildirilmiştir. Üstündağ ve ark. (2000), Karadeniz Bölgesindeki işletmelerin %79'unun özel şahıs işletmesi olduğunu bildirmiştir. Trabzon'daki işletmelerin mülkiyet durumları, Türkiye genelinden yüksek ama Karadeniz Bölgesinden düşük bir orana sahiptir.

4.3.3. İşletmelerin Personel Durumları, Mesleki Yeterlilikleri, Sektöre Girme Sebepleri

İşletmelerdeki personel durumu incelendiğinde küçük işletmelerin aile işgücünü kullandıkları ve ortalama 2 kişi çalıştırdıkları belirlenmiştir. Personel sayısı 1-2 kişi arasında değişen işletmelerin oranı %60 seviyesindedir. Yıllık üretim kapasitesi 100 ton/yıl üzerinde olan işletmelerde personel sayısı artmaktadır. Havuzda yetiştiricilik yapan işletmelerde 4-6 personele gereksinim bulunmaktadır. Denizde üretim yapan ve yıllık üretim kapasiteleri 400 ton/yıl olan işletmeler 10-15 kişi arasında değişim gösteren sayıda personel çalıştırmaktadır. Turistik bölgelerdeki işletmelerin kendilerine ait tesisleri bulunmaktadır. Bu tesislerde ayrıca personel istihdamı yapılmaktadır.

Üstündağ ve ark. (2000), yaptıkları çalışmada Karadeniz Bölgesindeki işletmelerde 1-2 personel çalıştıran işletmelerin %62 düzeyinde olduğunu belirtmiştir. Rad (1999), ülkemizdeki küçük alabalık işletmelerinde aile işgücünün önemli seviyede olduğunu bildirmiştir. Emre ve ark. (2007), Akdeniz Bölgesindeki 198 işletmenin 88 tanesinin ortalama 2 personel çalıştırıldığını fakat işletme büyüklüğüne göre personel sayısının arttığı ve bir işletmede 86 personel çalıştırıldığını bildirmiştir. Bu işletmede çalışan personel sayısı diğer bölgelerdeki ve araştırma alanındaki işletmelere göre çok fazladır. Çalışmada personel sayısının niçin bu kadar fazla olduğu hakkında bilgi verilmemiştir.

İşletmelerde çalışan personelin %35'lik kısmının mesleki eğitim (su ürünleri fakülteleri, meslek yüksek okulları vs.) aldığı; %65'lik kısmının ise mesleki açıdan herhangi bir eğitim almadığı tespit edilmiştir. Küçük işletmeler personel çalıştırırken onların mesleki eğitim alma durumuna çok fazla dikkat etmemektedirler. Fakat büyük işletmeler nitelikli personel alımı eğilimindedir.



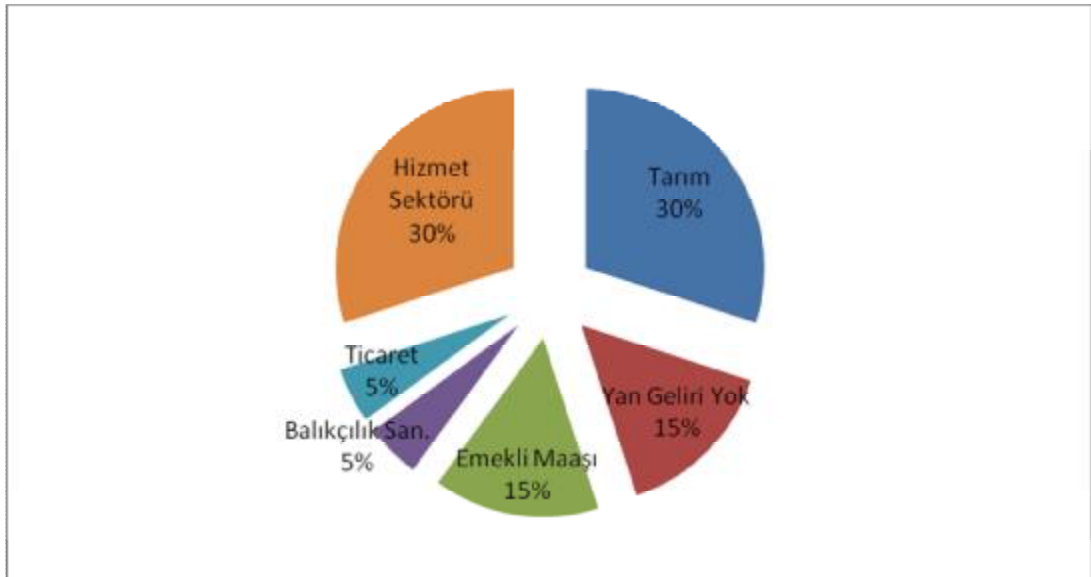
Şekil 4.4 İşletme Sahiplerinin Mesleğe Başlama Nedenleri.

Şekil 4.4.'de görüldüğü gibi işletme sahiplerinin yetiştiriciliği tercih etme sebepleri incelenmiştir. Üreticilerin büyük kısmı hobi olarak veya birilerinin tavsiyesi üzerine bu sektöre girdiklerini beyan etmişlerdir. Bir kısım üretici kar oranının yüksek olması, tesadüfen ve konuyla ilgili mesleki eğitim almış olmaları gibi

nedenlerden dolayı sektöre yatırım yapmıştır. Dolayısıyla bilinçli olarak sektöre yatırım yapan girişimcilerinin oranı oldukça düşüktür. Bu durum her ne kadar üretimde başarılı olursa da sektörle ilgili mesleki eğitim alındığında başarının çok yüksek oranlarda olabileceğini göstermektedir. Çünkü üreticiler deneme yanılma yöntemleriyle çeşitli aşamalardan geçmişlerdir.

4.3.4. Üreticilerin Yetiştiricilik Dışındaki Gelir Kaynakları

Araştırma alanındaki üreticilerin hizmet sektörü, tarım, ticaret, emeklilik maaşı ve balıkçılık yan sanayisinden gelen kaynaklarla gelir elde etmektedirler. Üreticilerin çok küçük bir kısmı (%15) herhangi bir yetiştiricilik dışı gelire sahip değildir. İşletmelerin büyük bir kısmının turizmin geliştiği bölgelere yoğunlaştığı, (Maçka-Uzungöl) üreticilerin üretim dışında hizmet sektörüne yönelmelerini sağlamıştır. Bu tür işletmeler, yetiştiricilik dışında hizmet sektörü ile ek gelir elde etmektedirler. İşletmelerin bu sayede ürününü istenilen değer üstünde sattıkları ve pazarlamada problem yaşamadıkları belirlenmiştir (Şekil 4.5.). İşletme büyüklüğü ile yetiştiricilik dışı gelir kaynakları arasında anlamlı bir ilişki belirlenmiştir ($P<0,05$).



Şekil 4.5. İşletme Sahiplerinin Yetiştiricilik Dışındaki Gelir Kaynakları, (%).

4.3.5. İşletme Kapasitesinin Arttırılma İmkânları

İşletmeler bazen artan talep karşısında bazen de büyüme amacıyla işletme kapasitelerini arttırma eğilimindedirler. İşletmelerin büyük bir kısmının (%70) teknik açıdan kapasitelerini arttırma imkânlarının olduğu belirlenmiştir. Bunun yanında %30'luk kısmın ise imkânlarının olmadığı tespit edilmiştir. Bu tür işletmelerin bazıları kuruluş aşamasında gelecekteki büyümeyi göz önünde bulundurmamışlardır. Bazı işletmelerde sit alanı olan bölgelerde kurulmuştur. Bu durum kapasite artırımına engel bir unsurdur.

Üreticilerin %60'lık kısmının kapasite artırımına gitmeyi düşündükleri belirlenmiştir. Kapasite artırımına gitmek isteyen işletmelerin çoğunluğunun yıllık üretim kapasitesi 10 ton/yıl üstündedir.

Üreticilere üretim kapasitelerini hangi oranlarda arttırmak istedikleri sorulmuştur. İşletmeler, mevcut kapasitelerinin %20 ile %500 arasında değişen oranlarda arttırıma gitmek istediklerini bildirmişlerdir. Hatta bazı işletmelerin bunun için gerekli müracaatlarda bulunduğu belirlenmiştir. İşletmelerin bu oranlarda arttırıma gitmeleri gelecekte Trabzon'daki üretimin yaklaşık %50 düzeyinde artacağı anlamına gelmektedir. Kuşkusuz üreticilerin bu derecede kapasite arttırma eğiliminde olmalarında karlılığın yanında son 5 yılda Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından üretimi teşvik amacıyla verilen desteklerin etkisi büyüktür. Bu tür destekler işletmelerin yaptıkları faaliyetlerde kolaylıklar getirmiştir.

4.3.6. İşletmelerin Ortalama Üretim Miktarları

Araştırma alanındaki işletmeler farklı oranlarda üretim kapasitelerini kullanmaktadırlar. Bazı işletmeler fiili üretim kapasitesinin üstüne çıkmaktadır. Bunun yanında bazı işletmelerde daha az üretim yapabilmektedir. Üretim kapasitesi fiili kapasitesinin altına düşen işletmelerin üretimlerinde hastalık ve çevresel etkenler nedeniyle azalmalar meydana gelmiştir. Üretim kapasitesi 10 ton/yıl olan işletmelerin kapasitelerinin %91'ni kullandıkları belirlenmiştir. Bunun yanında üretim kapasitesi 11-30 ton/yıl arasında olan işletmelerin kapasitelerinin %82'sini

kullanmaktadır. Üretim kapasitesi 30 ton/yıl olan işletmelerde ise kapasite kullanımı düşmektedir. Bu gruptaki işletmelerin %63 oranında kapasitelerini kullandıkları belirlenmiştir.

4.3.7. Üretimde Karşılaşılan Problemler

İşletmelerin üretimin çeşitli aşamalarında değişik problemlerle karşılaştıkları görülmüştür. Üretimde karşılaşılan problemler; hastalık, bulanıklık, su sıcaklığının değişimi, doğal afetler, katkı maddeleri, tarımsal amaçlı gübrelemeler ve suyun debisinin azalmasıdır. Bunun yanında üretimde herhangi bir sorun yaşamayan işletmelerin %15 seviyesinde olduğu belirlenmiştir Bu tür işletmelerin su kaynağına yakın olduğu ve yüksek kesimlerde bulunmadığı görülmüştür. Üretimde herhangi bir problem yaşamayan işletmelerin üretim kapasitesi 10 ton ve altındadır. Üretim kapasitesi 10 tonun üzerinde olan işletmelerin ise tamamı üretimin değişik aşamalarında çeşitli problemlerle karşılaşmaktadır.

Çizelge 4.11. İşletmelerin üretimde karşılaştıkları problemler, (%).

Sorun Alanları	I. Grup		II. Grup		III. Grup	
	%	Adet	%	Adet	%	Adet
Üretimde Hiçbir Sorunla Karşılaşmayanlar	28	2	-	-	-	-
Hastalık	14	1	14	1	33	2
Bulanıklık	57	4	71	5	50	3
Su Sıcaklığının Değişimi	-	-	14	1	83	5
Doğal Afetler	-	-	-	-	50	3
Katkı Maddeler (Evsel vs.)	14	1	14	1	-	-
Tarımsal Amaçlı Gübrelemeler	-	-	42	3	16	1
Suyun Debisinin Azalması	28	2	-	-	16	1

Çizelge 4.11'de görüldüğü gibi I.Grupta bulunan işletmeler, en büyük problemi bulanıklık (%57) ve suyun debisinin azalması (%28) nedeniyle

yaşamaktadırlar. Bunun yanında hastalık ve katkı maddelerinden (evsel vs.) dolayı üretimde problemler yaşanmaktadır.

II. Grup'ta bulunan işletmelerin üretim esnasındaki en büyük problemlerini bulanıklık (%71), tarımsal amaçlı gübrelemeler (%42) oluşturmaktadır. Bunun yanında üreticiler hastalık, su sıcaklık değişimi ve katkı maddeleri gibi sorunlar yaşamaktadır.

III. Grupta bulunan işletmeler ise su sıcaklık değişiminden (%83) dolayı sorunlar yaşamaktadır. Bunun dışında bulanıklık, doğal afetler, hastalık, suyun debisi ve tarımda yapılan gübrelemeler üretimdeki problemlerdir. Su sıcaklık değişiminde daha çok denizde üretim yapan, kaynağa uzak veya yüksek kesimlerde bulunan işletmelerin şikâyeti söz konusudur. Katkı maddesi sorunu yaşayan işletmelerin yerleşim merkezlerinin altında bulunan işletmeler olduğu görülmüştür.

Üretimde karşılaşılan problemler işletmelerin başarı performansını önemli derece etkileyebilmektedir. Bu problemlerin bazılarının aşılması mümkündür. Fakat bazı durumlarda bunun önlemini almak güçtür. Örneğin suyun debisi, doğal afetler ve su sıcaklığının değişimi bu faktörlerin arasındadır.

Bunların dışında su ürünleri yetiştiriciliği ile ilgili yönetmeliklerde belirtilen şartlardan şikayetçi olan işletmelerde mevcuttur (Ek-1).

Üstündağ ve ark. (2000), çalışmalarında Karadeniz'de bulunan işletmelerin en fazla su problemi (%24), hastalık (%15) ve doğal şartlar (%6) nedeniyle üretimde sorunlar yaşadıkları bildirilmiştir. (Balcı ve ark. 2002), çalışmalarında Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgesindeki işletmelerin %28'sinde su miktarında azalma, %25'inde bulanıklık, %5'inde sıcaklık artışı %2'sinde doğal afetlerden kaynaklanan problemler yaşandığını bildirmişlerdir. Emre ve ark. (2007), ise Akdeniz Bölgesinde yapılan çalışmada işletmelerin en fazla %67,02 bulanıklık ve %31,91'nin suyun debisinden (suyun azalması/çoğalması) dolayı sorun yaşadıkları bildirilmiştir.

Araştırma alanındaki işletmelerin diğer bölgelerdeki işletmelere oranla üretimde daha fazla problem yaşadıkları görülmektedir. Bu durumların özellikle son yıllarda su kaynakları üzerinde yapılan çalışmaların, bilinçsizce yapılan tarımsal gübrelemeler, doğal afetler ve iklim değişikliklerinin etkisi vardır.

4.3.8. İşletmecilerin Sektöre ve Geleceğe Bakış Açısı

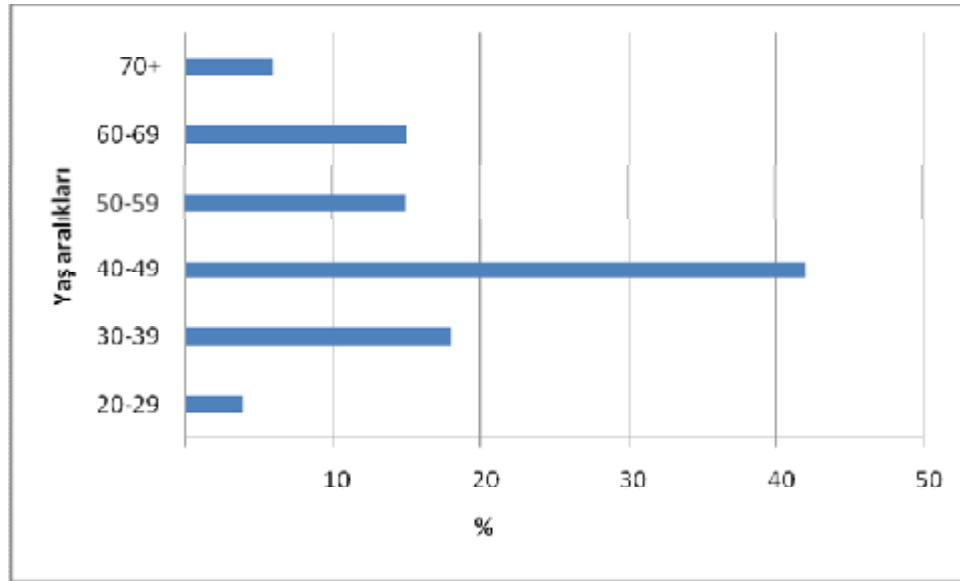
İşletmeler, sürekli büyüyen bir sektör olması nedeniyle yetiştiricilik açısından sektörün geleceğine olumlu bakmaktadırlar. İşletmelerin bu bakış açısının en basit göstergelerinden biri de sektörden kazandıklarını, yine sektöre aktarmalarıdır. İşletme sahiplerinin %55'lik kısmı işletmeyi büyütürken üretim miktarını arttırma eğilimindedirler. Bunun yanında işletmecilerin %25'lik kısmı ise yeni işletmeler kurmayı düşünmektedirler. Bu yönüyle bakıldığında önümüzde dönemlerde büyük bir üretim artışının olabileceğini söylemek mümkündür. Ancak işletmecilerin üretimi arttırırken veya yeni işletmeler kurarken üretimde karşılaşılabilecek olası sorunları göz önünde bulundurmadıkları izlenimine varılmıştır. Bu nedenle gelecekte yaşanacak olası sorunlar üreticilerin bu faktörleri dikkate almamaları nedeniyle daha fazla etkileyecektir.

4.4. Trabzon İlinde Avcılık Yoluyla Üretim Yapan İşletmelerin Yapısı**4.4.1. İşletmeciler Hakkında Tanıtıcı Bilgiler**

İşletme sahiplerinin 20 ile 73 yaşları arasında değişim gösterdikleri belirlenmiştir. İşletmecilerin %42'si 40-49 yaş aralığında dağılım göstermektedir. Bunu 30-39 yaş grubundaki üreticiler izlemektedir (Şekil 4.6.). Uzmanoğlu ve Soylu (2006), yaptıkları çalışmada Karasu (Sakarya) Bölgesi balıkçıların yaşlarının 32-76 arasında değiştiğini ve ortalama yaşın ise 51 olduğunu bildirmişlerdir. Aynı çalışmada Karasu'daki balıkçıların %35.71'i 40-49 yaşları arasında dağılım göstermektedir. Bunun yanında %21,43'ünün 50-59 yaş aralığında, %17.86'sinin 30-39 ve 60-69 yaş grubunda ve %7.14'ü 70-79 yaşları arasında yer almaktadır. Çeliker ve ark. (2006), tarafından yapılan çalışmada Karadeniz'deki balıkçıların yaşlarının 25-70 arasında değiştiği ve ortalama 46,45 yıl olduğu bildirilmiştir. Çeliker ve ark. (2008) tarafından Ege Bölgesinde yapılan çalışmada ise balıkçıların yaşlarının 19 ile 73 arasında değiştiği ve ortalama 45,24 yıl olduğu tespit edilmiştir. Şahinler ve ark. (2005), Samandağ'daki (Hatay) balıkçıların 20 ile 60 yaş grubu

arasında olduğunu ve %60'a yakınının 20-40 yaş aralığında olduğunu bildirmişlerdir. Araştırma alanındaki üreticilerin yaş durumları Karadeniz ve Ege Bölgesine göre diğer balıkçılara benzer yapıda yaş dağılımına, Samandağ'daki balıkçıların ise daha küçük yaş gruplarına sahip oldukları görülmektedir.

Üreticilerin yaşları ile sosyal güvenlik kuruluşlarına üye olmaları arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur ($P<0,05$).



Şekil 4.6. İşletme Sahiplerinin Yaş Durumlarının Oransal Dağılımı, (%).

Öğrenim durumları incelendiğinde %60'nın ilkokul mezunu olduğu belirlenmiştir. Geriye kalan %24'nün ortaokul, %12'sinin lise ve %4'nün ise üniversite mezunu olduğu tespit edilmiştir. Ünal (2006), tarafından yapılan çalışmada İzmir Foça'daki balıkçıların %70'nin ilkokul, %15 ortaokul, %10 üniversite ve %5 lise biçiminde bulunmuştur. Çeliker ve ark. (2006), yapılan çalışmada Karadeniz'deki balıkçıların %58,44'nün ilkokul, %14,94'nün ortaokul, %20,78'nin lise ve %3,57'sinin üniversite mezunu olduğu tespit edilmiştir. Çeliker ve ark. (2008), tarafından yapılan çalışmada Ege Denizi balıkçıların %70,12'sinin ilkokul mezunu olduğu bildirilmiştir. Uzmanoğlu ve Soylu (2006), Karasu'daki işletme sahiplerinin %78,57'sinin ilkokul, %14,29'nun lise, %3,57'sinin ortaokul ve lise mezunu olduğunu bildirmişlerdir. Şahinler ve ark. (2005), Samandağ'daki (Hatay) balıkçıların %7'si ilkokul, %53'ü ortaokul, %26'sı lise ve %14'ü yükseköğretim ya da

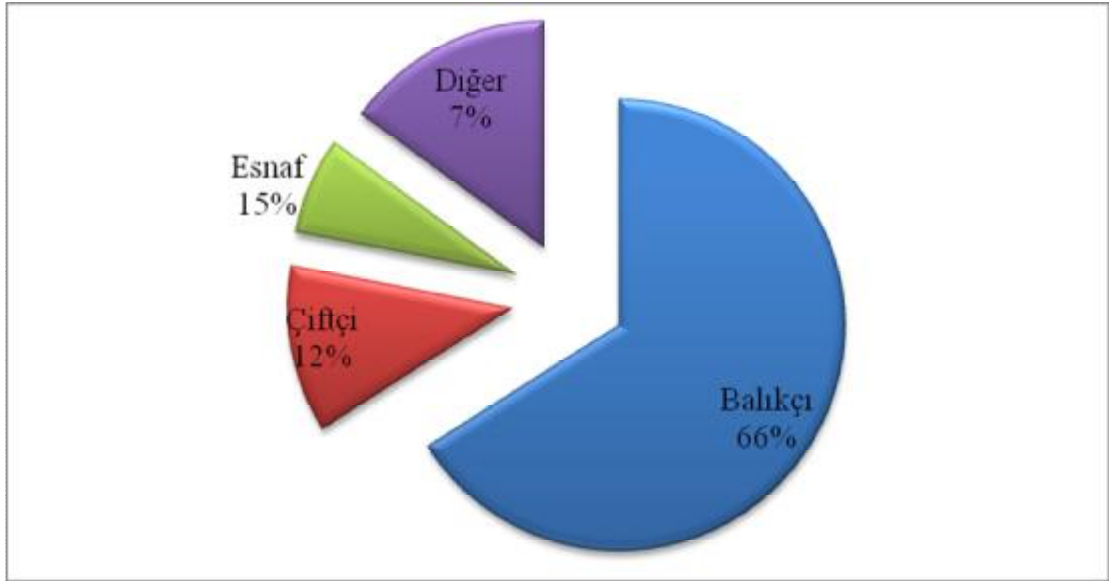
üniversite mezunu olduğunu tespit etmişlerdir. İşletme sahiplerinin eğitim durumlarına bakıldığında bazı bölgelerde (Samandağ) yüksek seviyede olmasına karşın genellikle düşük olduğu ve benzerlik taşıdığı görülmektedir.

Çoğu balıkçının baba mesleklerinin balıkçı olması nedeniyle bu mesleğe yönelmeye başladıkları ve ilkokulu bitirdikten sonra da sektörde yer aldıkları belirlenmiştir. Üniversite mezunu olan tekne sahiplerinin ise emeklilik sonrası sektöre girmiş olan kişilerden oluştuğu ve asıl mesleklerinin balıkçı olmadığı tespit edilmiştir.

Balıkçıların büyük kısmının (%66) balıkçı bir aileden geldikleri görülmüştür. Bunun yanında çiftçi, esnaf ve diğer meslek gruplarına sahip ailelerden gelen kişilerde bulunmaktadır. Baba mesleği balıkçı olmayanların sektöre sonradan girdikleri tespit edilmiştir (Şekil 4.7.). Balıkçıların baba meslekleri ile mesleki tecrübeleri arasında anlamlı bir ilişki vardır ($P<0,05$). Çünkü baba mesleği balıkçı olanlar, küçük yaşlardan itibaren sektörde yer almaktadırlar.

İşletme sahiplerinin balıkçılığı seçmesinde çeşitli faktörler rol oynamaktadır. Sektöre yatırım yapılmasında mesleğin, baba mesleği olması (%60) en önemli faktördür. Balıkçı bir aileden gelmeyen üreticiler, balıkçılığın diğer mesleklere göre başka bir mesleğinin olmaması (%21), gelirinin yüksek olması (%8), yan gelir kaynağı olarak (%6) ve diğer faktörlerden dolayı (%5) balıkçılığı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Balıkçıların mesleki tecrübelerinin yaşlarının büyüklüğüne göre değiştiği görülmektedir. İşletmecilerin balıkçılığı meslek olarak kabul etmelerinde avlamada kullanılan teknenin boyunun etkili olduğu belirlenmiştir ($p<0,05$).

İşletme sahiplerinin mesleki tecrübelerinin yaşlarıyla da orantılı olarak 4 yıl ile 50 yıl arasında değiştiği; ortalama 28,20 yıl olduğu tespit edilmiştir. I. Grup'taki tekne sahiplerinin mesleki tecrübelerinin daha düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun başlıca nedenleri arasında emeklilik sonrası yatırım yapılması veya başka bir mesleğin olmaması münasebetiyle sektöre sonradan girilmesi gösterilebilir.



Şekil 4.7. İşletme Sahiplerinin Baba Mesleklerinin Oransal Dağılımı, (%).

4.4.2. İşletmelerin Av Araç ve Gereçlerine Ait Bilgiler

Avlamada kullanılan tekneler, boy artırımını bir defaya mahsus olmak üzere ve eski tekne ruhsatıyla yeni tekne alabilme olanakları sahiplerdir. Araştırma alanındaki teknelerin yaşları 1 ile 35 arasında değişmektedir. Çeliker ve ark. (2006) tarafından yapılan çalışmada Karadeniz Bölgesinde faaliyet gösteren teknelerin ortalama yaşının 13,33 yıl olduğu bildirilmektedir. Çeliker ve ark. (2008) tarafından Ege Bölgesinde yapılan çalışmada ise avlama teknelerin ortalama yaşının 1 ile 40 arasında değiştiği ve ortalama 16,05 yıl olduğu bulunmuştur.

Araştırma alanındaki kullanılan eski teknelerin çoğunluğunu I. Grup'ta yer almaktadır. Teknenin yaşı avcılık için önemli olan parametrelerin başında yer aldığı için balıkçılar imkân dâhilinde tekneyi yenileme eğilimindedirler. Çünkü tekne yaşı arttıkça teknenin bakım ve onarım giderlerinde artış olmaktadır.

Tekne hacmi, özellikle büyük tekneler açısından birden fazla ağ bulundurulmasını sağladığından önem arz etmektedir. Araştırma alanındaki teknelerin hacimleri, boylarıyla orantılı olarak değişim göstermektedir. 20 metreden küçük teknelerin hacmi 10 gross tonun altındadır. Tekne boyu 20-30 m olan tekneler

10-50 gross ton, 30 metreden büyük olan tekneler ise hacimce 150 gross tondan büyüktür.

Gırgır ağlarıyla avcılık yapan teknelerdeki motor sayısı ve gücü rekabet koşullarını etkilemektedir. Fakat kıyı balıkçılığı yapan tekneler bırakma ağlar kullandıklarından motor sayısı ve gücünün artması masrafları arttırmaktadır. Bu tür işletmeler giderlerin artması nedeniyle motor gücünü arttırma eğiliminde değildirlir. Araştırma alanındaki teknelerin motor güçleri 8 HP ile 2250 HP arasında değişim göstermektedir. Teknelerde bulunan motor sayısı 1 ile 4+2 arasında değişim göstermektedir. Teknelerin motor güçleri Çizelge 4.12’de gösterilmiştir.

Çizelge 4.12. Avcılıkta Kullanılan Teknelerin Motor Güçlerine Göre Oransal Olarak Dağılımı, (%).

Tekne Boyu	Teknelerin motor güçleri (HP)					
I.Grup	100	-	-	-	-	-
II. Grup	-	100	-	-	-	-
III. Grup	-	-	83	17	-	-
IV. Grup	-	-	17	8	25	50

Su ürünleri avcılığında kullanılan ağların türden türe değişim gösterdiği önceki bölümlerde değinilmişti. Araştırma alanında pelajik türlerin avcılığını yapan gırgır teknelerinin tamamında hamsi, istavrit, palamut ağları bulunmaktadır. Bunun yanı sıra bazı teknelerin yaz aylarında Akdeniz’e orkinos avına gittikleri belirlenmiştir. Bu tür işletmeler aynı zamanda orkinos ağı da bulundurmaktadırlar. Büyük ölçekli balıkçılık yapan III. ve IV. Grup’taki büyük teknelerin %22’sinde orkinos ağı mevcuttur.

Kıyı balıkçılığı yapan teknelerin avlama araçları Çizelge 4.13.’de verilmiştir. Avcılık yapılan teknelerde çoğunlukla birden fazla ağ kullanılmaktadır. Üretim ağın çeşitliliği ve fazla olmasıyla orantılıdır. İncelenen işletmelerde barbunya uzatmasının (%73) bulunduğu tespit edilmiştir. Bu ağı palamut, mezgit, kalkan, istavrit balıklarına yönelik uzatmalar izlemektedir. Aslında bu balıkların çoğunluğu teknik

olarak aynı ağla avlanılmakta fakat balıkçılar tarafından en önemli balığın adı ile anılmaktadır.

Çizelge 4.13. Kıyı Balıkçılığı Yapan Teknelerde Bulunan ve Avcılıkta Kullanılan Ağların Oransal Dağılımı, (%).

Ağ Türü	Bulunma oranı (%)
Barbunya ağı	73
Palamut ağı	71
Mezgit ağı	66
Kalkan ağı	50
Seyrek ağ	41
İstavrit ağı	34
Voli ağı	31
Zargana ağı	16
Tirsi ağı	14
Paraketa	5
Olta ve diğer av araçları	5

Açıklama 2. İşletmelerde birden fazla ağ bulunabilmektedir.

Balıkçılıkta kullanılan teknelerin yapım malzemesi ağırlıklı olarak sac veya ahşaptır. Avcılık yapan teknelerde fiber pek tercih edilmemektedir. İncelenen teknelerin de yapım malzemesinin sac veya ahşaptan olduğu tespit edilmiştir. I. ve II. Grup'taki teknelerin tamamının yapım malzemesi ahşap, III. ve IV. Grup'taki teknelerin tamamının yapım malzemesinin ise sac olduğu tespit edilmiştir. Teknenin yapım malzemesi teknenin güvenliği, daha rahat bir avcılık ve dayanma süresinin uzaması gibi birçok parametre açısından önem teşkil etmektedir. Çeliker ve ark.

(2008) tarafından Ege Bölgesinde yapılan çalışmada avlamada kullanılan teknelerin %91,15'nin ahşap olduğunu ve tekne boyu 20 m olan teknelerin bir kısmınınsa ahşap olduğu tespit edilmiştir. Araştırma alanındaki teknelerin daha iyi konumda oldukları görülmektedir. Aynı çalışmada kıyı balıkçılığı yapan teknelerde %56,03 barbunya uzatması ve %22,22 sardalya uzatmasının bulunduğunu bildirmiştir. Araştırma alanındaki kıyı balıkçılarının kullandığı av araçlarının çok çeşitli olduğu ve yüksek oranlarda bulunduğu tespit edilmiştir.

4.4.3. İşletmelerde Çalışan Personel Hakkında Bilgiler

Araştırma alanında büyük tekne sayısının fazla olması nedeniyle diğer illere oranla daha fazla sayıda personel çalıştırılmaktadır. İşletmelerin %77'sinin teknelerinde personel çalıştıkları geri kalanın ise çalıştırmadığı belirlenmiştir. Büyük işletmeler, teknenin dışında da personel çalıştırmak zorundadırlar. Çünkü avın karaya çıkarılması ve taşınması esnasında da personel çalıştırılması gerekmektedir. Trabzon ilindeki işletmelerin 1-35 kişi arasında değişen sayıda personel çalıştırdıkları tespit edilmiştir.

İşletme başına düşen ortalama personel sayısı Çizelge 4.14'de verilmiştir. En fazla personel 30 metreden büyük teknelerde çalıştırılmaktadır. İşletme başına düşen personel yaklaşık 31 kişidir.

Çizelge 4.14. Trabzon İlinde Avcılık Yoluyla Su Ürünleri Üretimi Yapan İşletmelerde Çalışan Personel Sayısı.

Tekne Grupları	İşletme başına düşen ortalama personel sayısı
I.Grup (<12 m)	0,7
II. Grup (12-20 m)	7,33
III. Grup (20-30 m)	18,33
IV. Grup (>30 m)	30,91

Uzmanoğlu ve Soylu (2006), çalışmalarında Karasu'daki balıkçı teknelerinde personel sayılarının 1 ile 8 arasında değiştiğini bildirmişlerdir. Araştırma alanındaki teknelerin büyük olması nedeniyle anılan bölgedeki işletmelerden daha fazla personel çalıştırılmaktadır.

Araştırma alanında balıkçılıktan geçimini sağlayan tayfa sayısı hakkında bilgi önceki bölümde verilmişti. Tayfalar bazen küçük kıyı balıkçılarından oluşmakta bazen de geçimini sadece bu meslekten kazanan kişilerden oluşmaktadır.

Trabzon ilinde incelenen işletmelerdeki personelin hiçbirinin sosyal güvenlik kuruluşuna kaydının yaptırılmadığı tespit edilmiştir. Kişiler isteğe bağlı olarak bir sosyal güvenlik kuruluşuna kaydını kendileri yaptırabilmektedir. Orkinos avcılığı yapan teknelerde tüm yıl boyunca diğer teknelerde ise 7-8 ay ile değişen sürelerde personel çalıştırılmaktadır.

Personel ücretinin ödeme biçimine bakıldığında tamamına yakınının kar payı üzerinden ödendiğini görülmektedir. Kar payı sisteminde tüm yıl içerisindeki değişken masraflar çıkarıldıktan sonra önce kar ikiye bölünür. Yarısı tekneye yarısı diğer çalışanlara olmak üzere paylaşılır. Teknenin reisi ve sahipleri daha yüksek pay almaktadırlar. Bunun yanında bazı işletmeler, aylık maaş ve aynı ücret üzerinden personel ücretini ödemektedirler (Çizelge 4.15.).

Çizelge 4.15. İşletmelerin Personel Ücretini Ödeme Biçimlerinin Oransal Dağılımı, (%).

Tekne boyu	İşletmecilerin Personel Ücretini Ödeme Biçimleri		
	Kar Payı Olarak	Aylık Ücret Üzerinden	Aynı Ücret
I. Grup (<12m)	93	-	7
II. Grup (12-20 m)	100	-	-
III. Grup (20-30 m)	80	20	-
IV. Grup (>30m)	100	-	-

4.4.4. İşletme Sahiplerinin Sosyal Güvenlik, Mülkiyet Durumları

İşletme sahiplerinin %81'nin bir sosyal güvenlik kuruluşuna üyeliği vardır. 12 metreden küçük tekne sahiplerinin %29'u çeşitli kuruluşlardan emekli olan bireylerden oluşmaktadır. Bu gruptaki tekne sahiplerinin önemli bir kısmının (%18) herhangi bir sosyal güvenlik kuruluşuna üyeliği bulunmamaktadır. II. Grup'ta bulunan işletme sahipleri BAĞ-KUR ve SSK'lıdır. III. ve IV. Grupta bulunan işletme sahiplerinin ise tamamı BAĞ-KUR'ludur (Çizelge 4.16.).

Çeliker ve ark. (2008), tarafından yapılan çalışma Ege Bölgesindeki balıkçıların %57,47'sinin sosyal güvencesinin olduğu, geri kalan %42,53'nün sosyal güvencesinin olmadığı bildirilmiştir. Araştırma alanındaki işletme sahiplerinin anılan bölgedeki işletme sahiplerine oranla daha fazla sosyal güvenceye önem verdikleri görülmektedir. Balıkçılık/avcılık risk oranı yüksek bir meslektir. Çalışanların sosyal güvencesinin zorunlu hale getirmesi gerekmektedir. İşletme sahiplerinin sosyal güvenlik kuruluşlarına üye olmasında, balıkçılık ya da balıkçılık dışı bir gelir kaynağının olması etkilidir ($P<0,05$).

Çizelge. 4.16. İşletme Sahiplerinin Sosyal Güvenlik Kuruluşuna Kayıtlı Olma Durumlarının Oransal Dağılımı, (%).

Tekne Boyu	Sosyal Güvenlik Kuruluşuna Kayıtlı olmayanlar	SSK	BAĞ-KUR	Diğer	Emekli olanlar
I.Grup	18	18	31	4	29
II. Grup	17	-	83	-	-
III. Grup	-	-	100	-	-
IV. Grup	-	-	100	-	-
Toplam	15	12	53	1	19

İşletme sahiplerinin çoğunluğu, avcılık yaptıkları teknenin mülkiyetine (%78) sahiptir. Bazı işletmeler, aile malı (%6) ve ortaklık biçiminde (%16) üretimi gerçekleştirmektedir. Aile malı işletmelerdir ise genellikle miras yoluyla aileye kalan

ve kardeşler arasında kullanılan teknelerden oluşmaktadır. Mülkiyeti ortak (aile dışı) balıkçı teknelerin ise genellikle yakın akraba grubundan bireylerden oluştuğu belirlenmiştir.

Çoğu işletme sahibinin sadece 1 tane tekneye sahip olduğu (%69), 2, 3 ve 4 tekneye sahip olan işletmeler sırasıyla %14, %15 ve %2'lik oranlara sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu sayıların içine yardımcı teknelerde girmektedir.

4.4.5. Tekne Sahiplerinin Örgütlenme (Kooperatifleşme) Durumu

Kooperatif, fertlerin tek başlarına yapamayacakları veya birlikte yapmalarında yarar bulunan işleri, en iyi bir biçimde ve maliyet fiyatına yapmak üzere, ekonomik güçlerini bir araya getirmeleridir (Mülayim, 1995; Çıkın ve Yercan, 1995). Tarımsal kooperatiflerin temel görevlerinin başında, çiftçilerin ekonomik haklarını korumak gelmektedir (Turan ve Mülayim, 1994).

Tarımsal kooperatifler, çiftçiye sağladığı ekonomik yararlar yanında, yöresel ve bölgesel kalkınmada önemli görevler üstlenmektedir (Çıkın ve Yercan, 1995). Ülkemizde tarımsal kooperatifçiliğin işletmecilik bakımından yeterli olmadığı ve gelişmenin daha çok sayısal olduğu görülmektedir (Mülayim, 1995).

Türkiye'de kooperatifleşme süreci 1863'lü yıllara dayanmaktadır (Çıkın ve Elbek, 1991) Balıkçılık alanında kurulmuş olan en eski örgüt ise (aynı zamanda Türkiye'de ilk mesleki örgüt) İstanbul Balık Müstahsilleri Derneği'dir. 1923 yılında kurulmuş ve ilk üyesi Mustafa Kemal Atatürk olmuştur (Anononymous, 2001).

Araştırma alanındaki tekne sahiplerinin tamamına yakınının (%98) kooperatif üyesi olduğu tespit edilmiştir. Fakat bu yüksek oran özellikle bürokratik işlemler nedeniyle oluşmuştur. Araştırma alanında su ürünleri kooperatiflerin yukarıda vurgulanan konularda herhangi bir etkinliği yoktur.

Özçelik (1999), çalışmasında ifade ettiği üzere, gelişmiş ülkelerde kooperatifler tarım sektöründe etkin bir şekilde yer almaktadır. Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nde tarımsal amaçlı kooperatifler, tarımsal girdi pazarında %50; ürün pazarında %60 ve ihracatta %60'lık bir paya sahiptir. Er, (1996) ise, ortaklarının tüm yönlerden ekonomik gelişmesini hedefleyen kooperatiflerin başlıca amaçları

arasında, ortağı olan çiftçilere üretimde kullanacakları girdilerin temin edilmesi ve ürünlerinin pazarlaması olduğunu belirtmiştir.

Araştırma alanındaki kooperatifler yukarıda belirtilen işlevlerin hiçbirini gerçekleştirmemektedirler. Bununla birlikte bu tür işlevleri gerçekleştirmek için herhangi bir hamlelerde bulunmamaktadır. Aynı zamanda balıkçılığın sorunlarının çözümü ve geleceği ile ilgili atılımları bulunmamaktadır. Araştırma alanında incelenen kooperatiflerin sadece evrak işleri ve duyuru vs. gibi işlevleri üstlendiği belirlenmiştir.

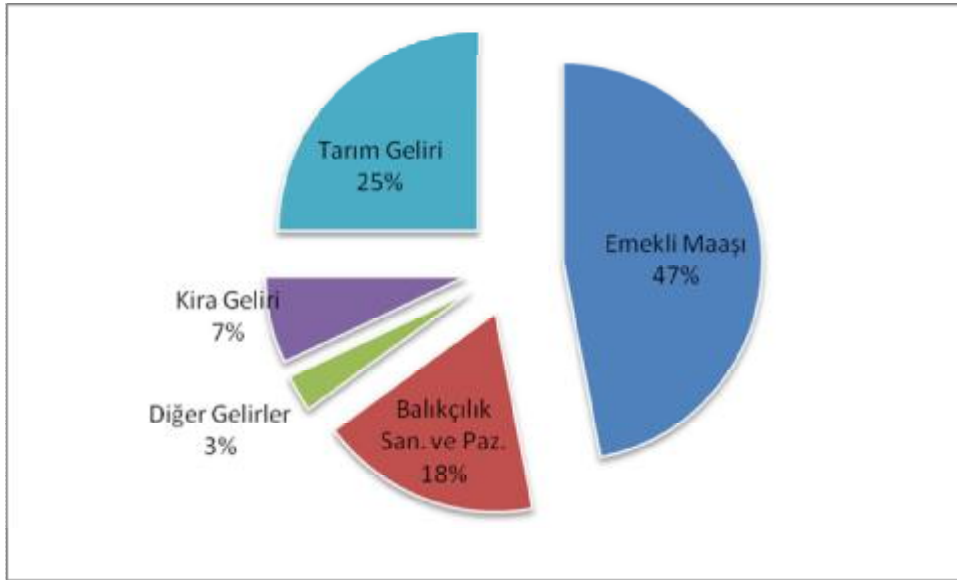
Knudsen (1998), Türkiye'deki balıkçılık kooperatiflerinin sektörde beklenen yeri alamadığını, bunun da çoğunlukla organizasyon eksikliğinden kaynaklandığını ifade etmiştir. Balıkçı kooperatif organizasyonlarının etkisiz olmasının nedenlerini; eğitim eksikliği, kültür, aile şirketlerinin fazlalığı, çıkar çatışmaları (küçük ve büyük ölçekli balıkçıların genelde aynı organizasyonda yer almamaları), özel şirketlerin piyasaya hâkimiyeti vb. gibi sebeplere bağlamıştır. Aynı zamanda ülke balıkçılığının sorunu olan kooperatifleşme sürecinin işlevini kazanmamasında bu tür durumların araştırma alanında da etkin olduğu gözlemlenmiştir.

Çeliker ve ark. (2008), tarafından Ege Bölgesinde yapılan çalışmada balıkçıların %56,70'inin kooperatif üyesi olduğu bildirilmiştir. Akyol ve ark. (2004), Marmara Bölgesinde yapılan çalışmada, lüfer avcılığı sonucu elde edilen ürünün %26'sının pazarlamasında kooperatiflerin görev aldığını ve %43'ünde soğuk hava depolarının bulunduğu bildirilmiştir.

Araştırma alanındaki hiçbir kooperatif soğuk hava deposuna sahip değildir. Bununla birlikte kooperatiflerin pazarlamada herhangi bir etkinliğine de rastlanılamamıştır. Hiç kuşkusuz kooperatifleşme süreci ile ilgili yeterince devlet desteğinin yapılmamış bu durumun oluşumunda etkisi vardır. Çünkü kooperatiflerin, özellikle pazarlamada aktif olmaları için uygun taşıma araçlarına ihtiyaçları vardır. Bunun için belirli bir finansmana gereksinimim bulunmaktadır. Kooperatiflerin mevcut yapısı ve yıllık gelirleri incelendiğinde böyle bir sermayeden söz etmek olanaksızdır.

4.4.6. İşletmelerin Balıkçılık Dışındaki Gelir Kaynakları

İncelenen işletmelerin çoğunluğunun (%59) balıkçılık dışında başka bir gelir kaynağının olmadığı tespit edilmiştir. Balıkçılık dışında gelir kaynakları olan işletmeler %41 düzeyindedir. Balıkçılık dışı gelir kaynakları işletme büyüklüğüne göre değişmektedir. Örneğin I. ve II. Gruptaki işletmelerin balıkçılık dışı gelir kaynağının büyük oranını emekli maaşı ve tarım geliri oluşturmaktadır. III. ve IV. Grup işletmelerde ise balıkçılık sanayisi (balık unu ve yağı fabrikaları, su ürünleri işleme tesisleri, soğuk hava depoları vs.) ve pazarlamasından elde edilen gelirler oluşturmaktadır. Balıkçılık dışı gelir kaynaklarının dağılımı aşağıda verilmiştir (Şekil 4.8.).



Şekil 4.8. İşletme sahiplerinin balıkçılık dışı gelir kaynaklarının dağılımı, (%).

Şahinler ve ark. (2005), Samandağ'daki (Hatay) işletme sahiplerinin %24'nün balıkçılık dışında başka bir gelir kaynağının olduğunu bildirilmektedir. Bu bölgedeki balıkçılarla karşılaştırıldığında araştırma alanındaki işletmelerin balıkçılık dışı gelir kaynaklarının yüksek olduğu görülmektedir.

4.4.7. İşletmelerin Yatırım Durumları ve Sektörün Geleceği ile İlgili

Düşünceleri

İncelenen işletmelerin özellikle I.Grup'taki işletme sahiplerinin tamamına yakını herhangi bir yatırım yapamamaktadır. Fakat IV. Grup'ta bulunan işletmelerin tamamı balıkçılıktan elde ettiği gelire yatırım yapabilmektedir (Çizelge 4.17.). Yatırım alanlarına bakıldığında sektörün dışında herhangi bir yatırımın olmadığı görülmektedir. Balıkçılık faaliyetlerine (tekne boyunu arttırmak, teknik cihazlar almak, tekneyi değiştirmek, motor gücünü arttırmak vb) ile balıkçılık yan sanayi (Balık unu-yağı fabrikalarına ortaklık, su ürünleri işleme tesisleri veya soğuk hava deposu gibi balıkçılık yan sanayisi) yatırımları göze çarpmaktadır.

Çizelge.4.17. İşletmelerin, Balıkçılıktan Elde Ettiği Gelirle Yatırım Yapabilme Oranları, (%).

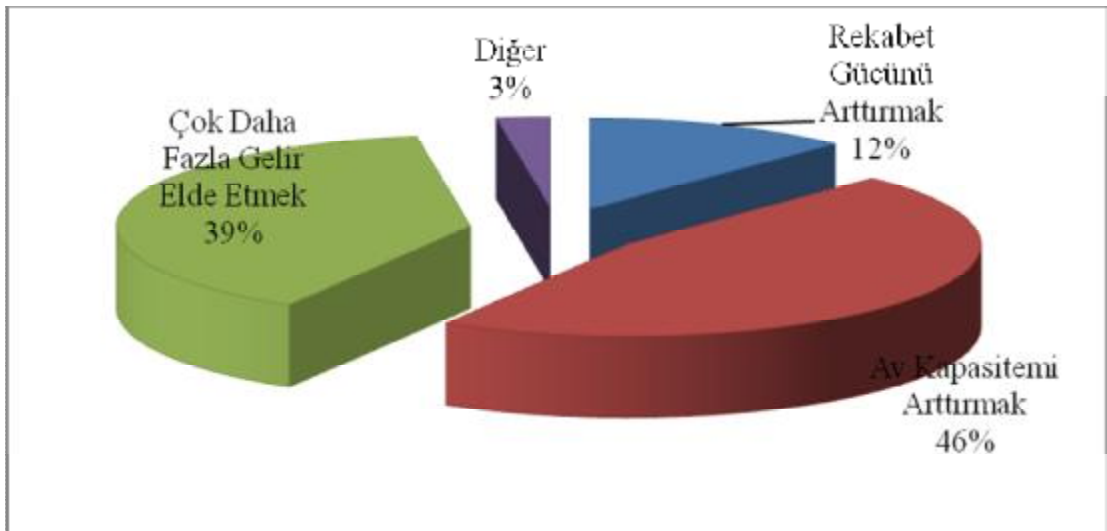
Tekne Boyu	Balıkçılıktan elde ettiği gelirle yatırım yapabilen işletmeler (%)	Balıkçılıktan elde ettiği gelire herhangi bir yatırım yapamayan işletmeler (%)
I.Grup	4	96
II. Grup	17	83
III. Grup	33	67
IV. Grup	100	-
Toplam	25	75

İşletmelerin, %41'lik kısmının imkânları olsa bile av araç ve gereçlerini geliştirmeyi düşünmedikleri; %59'luk kısmı ise av donanımı değiştirmek istediği tespit edilmiştir. İşletme sahipleri %37'si tekne boyunu arttırma eğilimindedirler. Bunun dışında teknolojik cihazlar, motor gücü, kullanılan ağ ve tekne değişimi düşünülmektedir (Şekil 4.9.).



Şekil 4.9. İşletme Sahiplerinin İmkânları Olduğunda Av Donanımlarında Geliştirmek İstedikleri Alanlar.

İşletme sahiplerinin av donanımını geliştirmeyi düşünme sebepleri incelendiğinde en etkili faktörün av kapasitesini arttırmak (%46) olduğu tespit edilmiştir. Daha fazla gelir elde etmek (%39), rekabet gücünü arttırmak (%12) ve diğer faktörler (%2) etkili olan sebepler arasındadır. Rekabetin özellikle büyük tekne sahipleri arasında daha fazla olduğu görülmektedir (Şekil 4.10.).



Şekil 4.10. İşletme Sahiplerinin Av Donanımları Geliştirme Amaçları.

4.4.8. Üretimde Karşılaşılan Sorunlar

İşletmelerin özellikle üretim masrafların yüksekliği, bazı ekonomik türlerin stoklarda azalması sonucu üretim miktarının düşmesi gibi faktörlerden sorunlar yaşamaktadır. Bunun dışında avcılıkla ilgili tebliğlerdeki yasaklardan dolayı da şikayetler söz konusudur. Üreticiler yasakların üretimlerini olumsuz etkilediğini düşünmektedirler (Ek-1).

Üreticilerin üretimde en önemli gider kalemlerini mazot, ağ giderleri ve tekne bakım ve onarım giderleri oluşturmaktadır. İşletmeler özellikle mazot giderlerinin yüksekliğinden ve bunu karşılamakta sıkıntı yaşadıklarından şikâyet etmektedirler. Devlet tarafından ÖTV indiriminin yapılmasına rağmen mazot giderlerinden şikâyet edilmesi dikkat çekicidir. İncelenen işletmelerde ÖTV'siz mazot yardımından I. Grup teknelerin büyük çoğunluğunun (%63) faydalanmadığı; sadece %37'lik kısmın faydalandığı tespit edilmiştir. II. Grup teknelerde ise sadece %17'lik kısmı ÖTV yardımından faydalanmamaktadır. III. ve IV. Grup'ta ki teknelerin tamamının ÖTV yardımından faydalanmaktadır. Bu destekten faydalanamayan teknelerin defter parası ve mazot parasının peşin ödenmesidir.

Üretimdeki diğer bir sorun ise nitelikli eleman bulmada yaşanan sıkıntıdır. Mesleğin (tayfacılık) zor koşullarda olması ve gelirin bu çalışmaya göre yüksek olmaması bu mesleğe yönelen kişi sayısını düşürmüştür. İşletmeler bunun sonucunda daha önce bu mesleği hiç yapmamış kişileri çalıştırmaktadır. Dolayısıyla mesleki tecrübesizlik belli biçimlerde üretimi de etkilemektedir.

İşletmelerin üretimde yaşadıkları diğer bir sorunda illegal avcılıktır. Bazı işletmeciler yönetmeliklerde ve sirkülerde belirtilen kurallara uymalarına rağmen yasak alanlardaki avcılığın ve küçük boylardaki bireylerin avlanılmasının üretim miktarının olumsuz etkilediğini belirtmektedirler.

4.5. Trabzon İlinde Su Ürünleri Pazarlama Yapısı ve Pazarlama Etkinliği**4.5.1. Pazarlama Kanalları**

Ürünler, pazarlama kanalları içerisinde çeşitli aşamalarda ve pazarlarda farklı işlemler görmektedir. Geleneksel bir pazarlama sisteminde bu aşamalar ya da pazarlar üretici, toptancı ve perakendeci şeklinde üç temel grupta toplanabilir (Yurdakul, 1997: Emeksiz ve ark. 2005'den). Üretici pazarları, ürünün yine üretici tarafından satıldığı, diğer bir deyişle üreticinin kendi ürününü sattığı pazardır. Toptancı pazarları ise ürünün üreticiden toplayıcılar tarafından alınıp işleme tesisleri, büyük toptancılar gibi diğer alıcılara satıldığı pazardır. Toptancı pazarlarından ya da diğer araçlardan alınan ürünlerin tüketiciye ulaşmasını sağlayan diğer bir deyişle ürünün son tüketici tarafından satın alındığı süpermarket vb. satış yerleri ise perakendeci pazarını oluşturmaktadır.

Pazarlama kanalları, herhangi bir ürünün pazarında yer alan üretici ve araçların yanı sıra genel ekonomik yapı açısından da oldukça önemlidir. Tarım kesiminde faaliyet gösteren üreticiler genellikle pazarlama imkânları kısıtlı olan küçük işletmelerdir. Pazarlama kanallarının etkinliği sayesinde bu kısıtlı imkânlar ortadan kalkabilmekte, üreticiler yerel pazarlar dışındaki pazarlara ve pazar bilgilerine kolaylıkla ulaşabilmektedir. Diğer yandan, ürünler olduğu gibi değil, çeşitli aşamalarda işlem görerek ve çeşitli araçlar tarafından işlenerek tüketiciye ulaşmaktadır. Böylece hem ürüne katma değer kazandırılmakta dolayısıyla genel ekonomiye katkı sağlanmakta hem de tüketiciye ürünler istediği şekilde ulaştırılmaktadır (Emeksiz ve ark., 2005).

Araştırma alanındaki su ürünleri üretimi yapan işletmeler (yetiştiricilik ve avcılık) üretim yapıları nedeniyle birbirinden farklı kanallardan ürünlerinin satışını gerçekleştirirler.

4.5.1.1. Avcılık Yoluyla Yapılan Üretimdeki Pazarlama Kanalları

Avcılık yoluyla üretim yapan işletmeler, üretim miktarı ve avladıkları balığın ekonomik öneminin olup olmamasına göre değişim gösteren çeşitli kanallardan ürünlerini pazarlamaktadırlar. Araştırma alanında avcılık yoluyla elde edilen ürünün pazarlanmasında 6 tane pazar partneri bulunmaktadır. Üretim miktarı az olan bazı işletmeler herhangi bir pazarlama kanalını kullanmadan doğrudan ürününü pazarlamaktadırlar. Ürünün doğrudan satışını gerçekleştiremeyen üreticiler, Trabzon ilindeki ve diğer illerdeki komisyoncular, yerel tüccarlar (perakendeci/tüccar), balık unu ve yağı fabrikaları, su ürünleri işleme tesisleri ve lokantalar vasıtasıyla pazarlamaktadırlar.

Üretim miktarına göre ürünün satışındaki pazarlama kanalları da değişim göstermektedir. Fazla miktarda üretimi olmayan I. Grup ve II. Grup işletmeler ürününü çoğunlukla komisyoncu ve yerel tüccarlar vasıtasıyla pazarlamaktadırlar. Bu grupta düşük üretim yapıldığından aynı zamanda ürünü doğrudan tüketiciye satabilmektedir. İlçelerde bulunan ve balık haline uzak olan bazı küçük işletmeler ise taşıma masrafları nedeniyle yöredeki yerel tüccarlara ürünü satmaktadır. Yerel tüccarların aynı zamanda kendilerine ait perakende satış yerleri de bulunmaktadır. Yerel tüccarlar ürünü Trabzon balık haline getirerek satarlar. İlçelerdeki tüm perakende satış yerleri aynı zamanda tüccar olarak işlev görmektedirler. III. ve IV. Gruptaki üreticilerin üretimleri fazladır. Aynı zamanda üretimleri hamsi, istavrit ve palamut üzerine yoğunlaşmıştır. Bu tür işletmeler fazla olan ürünü balık unu-yağı fabrikalarına satmaktadırlar. III. Grupta komisyoncuların, IV. Grupta ise balık-unu yağı fabrikalarının ürünün büyük kısmını satın almaktadırlar. Araştırma alanında 2007 yılında avlanılan hamsinin büyük kısmı balık unu-yağı fabrikalarına verilmiştir (Çizelge 4.18.).

Ürün üreticilerden çıktıktan sonraki aşamaları takip etmek oldukça güçleşmektedir. Aracıların çoğu zaman net bilgiler vermemesi ve konuyla ilgili resmi kayıtların tutulmaması gibi faktörler doğru verilere ulaşılmasına olanak tanımamaktadır. Bu nedenle pazarlama kanallarının diğer kısımlar sadece şekilsel olarak ifade edilmiştir.

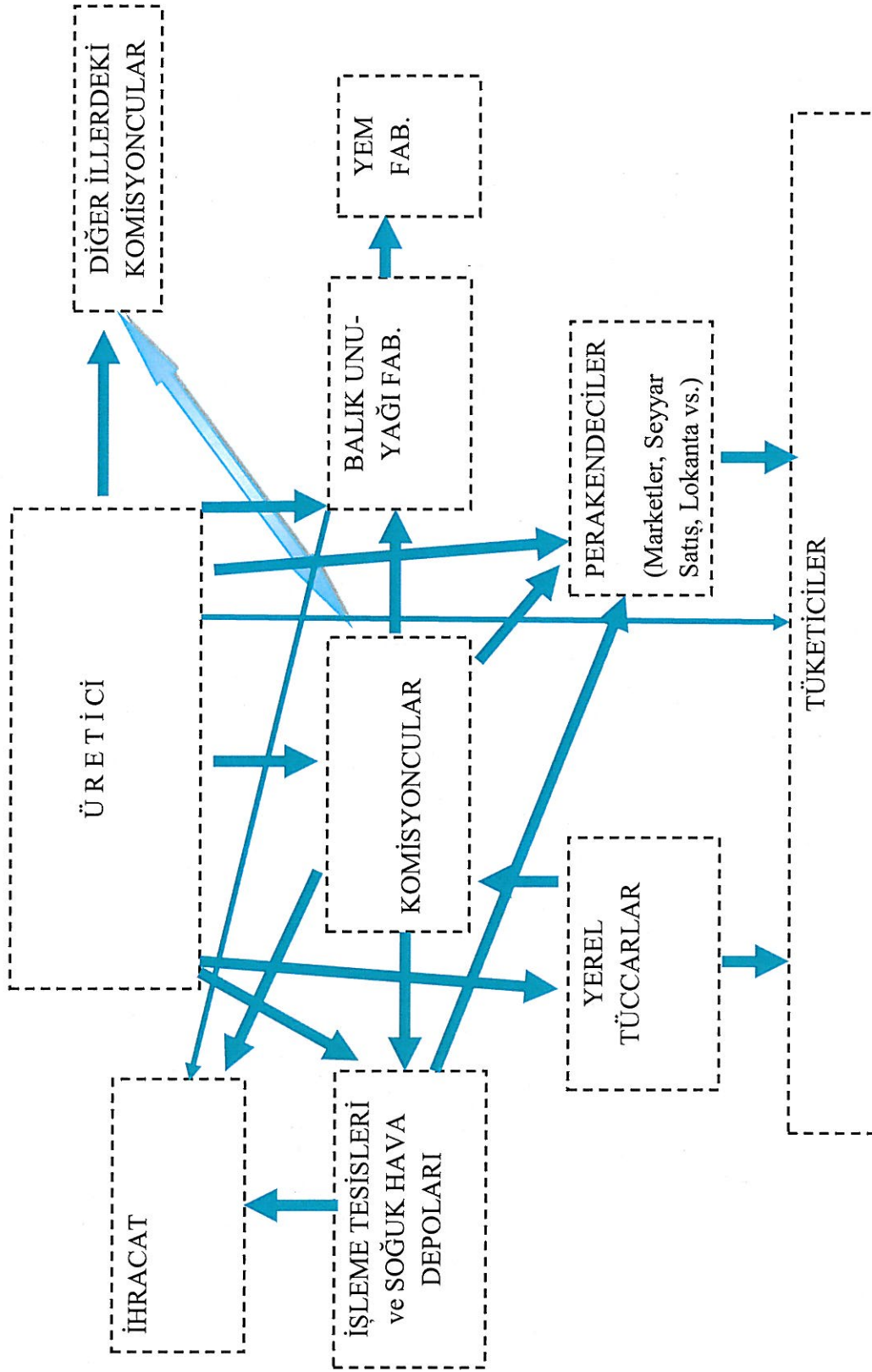
Çizelge 4.18. Trabzon İlindeki Su Ürünleri Avcılığı Yapan İşletmelerin Pazarlama Kanallarının Oransal Dağılımı, (%).

Pazarlama Kanalları	I. Grup	II. Grup	III. Grup	IV. Grup
Doğrudan Satış	11	-	-	-
Yerel Tüccarlar	26	13	-	-
Komisyoncular	62	87	74	45
İşleme Tesisleri	-	-	3	4
Balık Unu-Yağı Fabrikaları	-	-	23	51
Lokanta Hizmetleri	1	-	-	-

Araştırma alanındaki komisyoncular yıl içerisinde Trabzon balık haline gelen ürünün yaklaşık %18-20'sini diğer illerdeki balık hallerinden temin ettiklerini bildirmişlerdir. Bunun yanında Trabzon balık halinden diğer illerdeki balık hallerine (Samsun, Ankara, Bursa, İstanbul vb) ve Türkiye'nin diğer illerindeki satıcıları balık satışı yapıldığı bildirilmiştir. Diğer illere balık satışının hamsi av sezonunda yüksek olduğu bildirilmiştir. Komisyoncular, balık haline gelen ürünün büyük bir kısmını (%63) balık unu-yağı fabrikaları, işleme tesisleri ve diğer illere (balık hali ve toptan satış merkezi) pazarladıklarını ifade etmişlerdir. Trabzon balık halinde hem su ürünleri ihracatı hem de su ürünleri ithalatı yapılmaktadır. İthal su ürünü olarak Norveç tarafından avcılık yoluyla üretimi yapılan uskumru başta olmak üzere bazı türler satın alınmaktadır. Bunun yanı sıra bazı lokanta ve restoranlarda herhangi bir aracı kullanmadan Norveç'ten su ürünleri ithali gerçekleştirmektedirler. Norveç'ten aracı firma vasıtasıyla su ürünleri alınmaktadır.

Üretimin büyük kısmını işleyen fabrika ve işleme tesisleri ise ürünün bol olduğu dönemlerde genelde aracı kullanmamaktadırlar. Ancak ürünün az olduğu dönemlerde komisyoncular vasıtasıyla hammadde teminini sağlamaktadırlar.

Şahinler ve ark. (2005), Samandağ'daki (Hatay) üreticilerin, ürünlerinin %55'sini toptancı (tüccar), %38'ni herhangi bir aracı kullanmadan ve %7'sini de kooperatif vasıtasıyla pazarladıklarını bildirmişlerdir.



Şekil 4.1.1. Trabzon ilinde Avcılık Sonucu Üretimi Yapılan Su Ürünlerinin Pazarlama Kanalları.

4.5.2. 2. Yetiştiricilik Yoluyla Yapılan Üretimdeki Pazarlama Kanalları

Yetiştiricilikten elde edilen ürünün pazarlanmasında 6 tane pazar partneri bulunmaktadır. Tüm işletmeler ürünü mevcut tesislerinde satmaktadır. Bunun dışında araştırma alanında faaliyet gösteren diğer işletmeler, su ürünleri işleme tesisleri, lokanta hizmeti veren işletmeler ve komisyonculara (Trabzon, Samsun, Ankara ve İstanbul) satmaktadırlar.

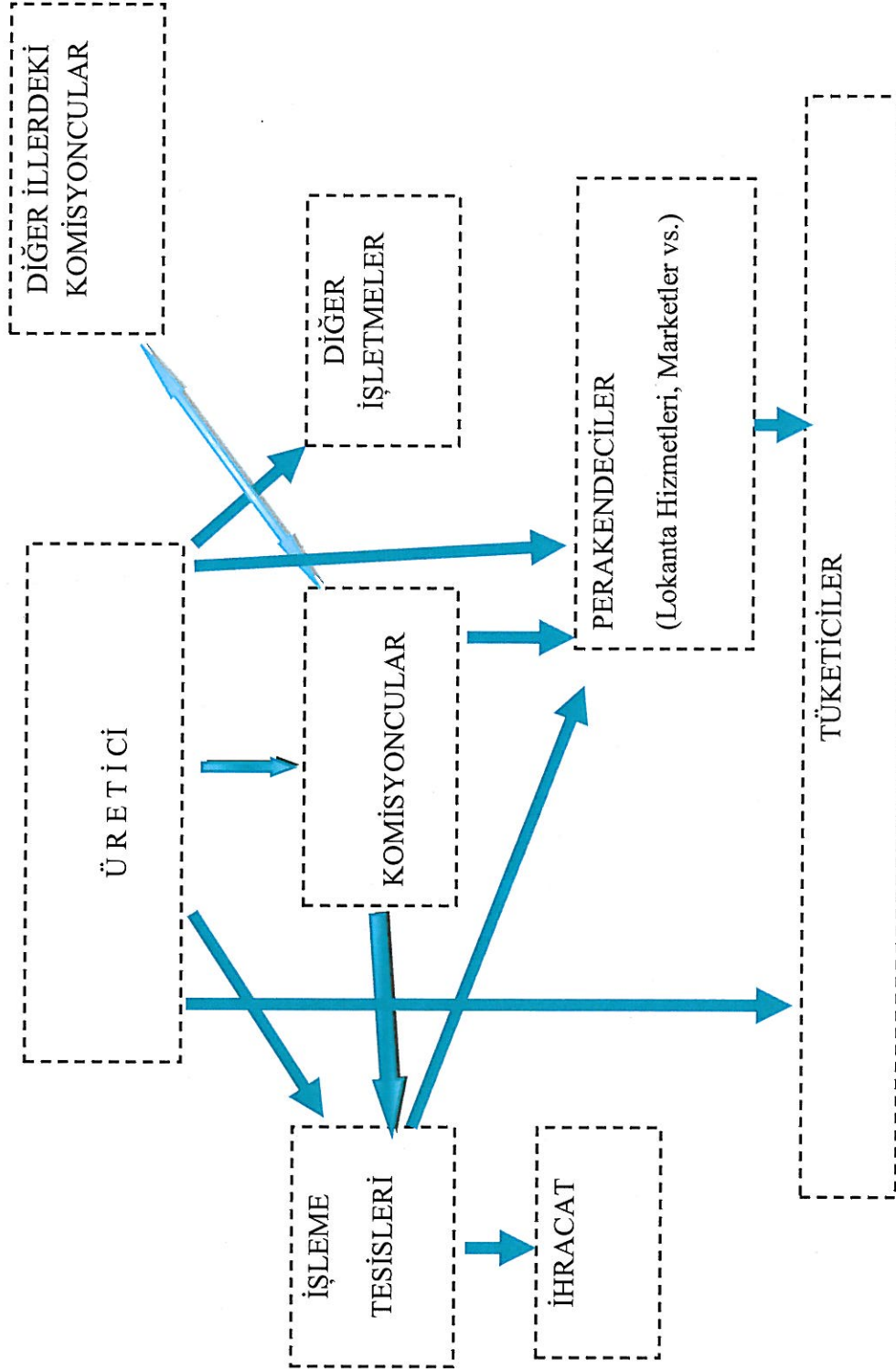
Çizelge 4.19. Trabzon İlindeki Su Ürünleri Yetiştiriciliği Yapan İşletmelerin Pazarlamada Kullandıkları Kanallarının Oransal Dağılımı, (%).

Pazarlama kanalları	I.Grup	II. Grup	III. Grup
Doğrudan ya da tesislerde satış	94	35	12
Perakendecilere	5	-	6
Komisyoncular	-	-	54
Lokanta hizmetleri	1	27	6
İşleme tesisleri	-	-	9
Diğer işletmelere satış	-	38	13

Çizelge 4.19’da görüldüğü gibi düşük kapasitede üretim yapan işletmelerin kendilerine ait mevcut tesislerde ya da doğrudan tüketiciye sattıkları görülmektedir. II. Grup’taki işletmelerin yine mevcut tesislerde, lokanta ve yemek şirketlerine ve diğer işletmelere sattıkları görülmektedir. Burada bazı işletmeler denizde üretim yapan işletmelere ortak olduklarından üretim fazlasını ortakları oldukları şirkete satmaktadırlar.

I. Grup ve II. Grup’taki işletmeler ve turistik bölgelerde bulunan işletmelerin çoğu, üretimlerini özellikle yaz aylarında rahat bir şekilde pazarlamaktadırlar. Bu tür işletmeler pazarlamada herhangi bir sıkıntı yaşamaktadırlar. Turistik bölgelerde (Uzungöl ve Sümela Manastırı) bölgelerinde bulunan bazı tesisler talebi karşılımda sıkıntı yaşamaktadırlar. III. Grup’ta üretim yapan işletmeler ise üretimin büyük kısmını komisyoncular vasıtasıyla (%54) pazarlamaktadırlar. Rad (1999), Türkiye’de üretim kapasitesi 30 ton/yıl olan ve Gökkuşluğu alabalığı yetiştiriciliği yapan işletmelerin

herhangi bir aracı kullanmadan ürünü doğrudan sattıklarını belirtmiştir. Ayrıca üretim kapasitesi 30-100 ton/yıl olan işletmelerin %57'sinin herhangi bir işlem yapmadan doğrudan satış, %28,5'nun lokanta hizmetleri vererek ve %14,5'nun temizlenmiş balık biçiminde sattıklarını tespit etmiştir. Üretim kapasitesi 100 ton/yıl işletmelerin sadece %25'nin işlenerek pazarlandığını, %37,5'nun taze olarak doğrudan satış yöntemiyle, %25'inin temizlenmiş biçimde %12,5'nun lokantalar vasıtasıyla satıldığını belirtmiştir. Araştırma alanındaki işletmelerden sadece 10 ton/yıl üretim kapasitesine sahip işletmelerin benzer yapıda olduğu görülmektedir. Üretim kapasitesi 30 ton/yıl üzerindeki işletmelerin ürünleri daha fazla pazarlama kanalından sattıkları görülmektedir.



Şekil 4.12. Trabzon İlinde Su Ürünleri Yetiştiriciliği Sonucu Üretilen Ürünün Pazarlama Kanalları.

4.5.2. Aracılar

Pazarlamada, üretici-aracı sistem (varsa)- tüketici ana unsurları oluşturmaktadır. Üretici ile tüketici arasında sürekli ve kalıcı değişim (satış) ilişkisinin oluşturulmasında, üretici ve tüketicinin, aynı yönde olması durumunda iş kolaydır. Ancak sistem genelde böylesi bir yapıya olanak vermemekte, üretici ile tüketici değişik yönlerde ve daha ötede, farklı ülkelerde olmaktadır. Bu durum orta hizmet adamları başka deyişle aracı sisteminin oluşmasını geliştirmiştir (Ertek, 1995).

Üretici ve tüketicinin doğrudan satış ve pazarlama içerisinde olduğu durumlarda işlevler ve iletişim kolaylıkla sağlanabilmektedir. Ancak günümüzde genelde aracı sisteminin devreye girmesiyle iletişimde de aşamalar ortaya çıkmaktadır.

Pazarlama zincirindeki halka arttıkça ifade edilen karşılıklı yöndeki ilişkide, devreye bir, iki, üç hatta beş halka girebilmektedir. Sistemde giren halkalar birbirini etkileyen değişik faktörleri ortaya çıkarmaktadır (Ertek, 1995).

Su ürünleri pazarlamasının çeşitli aşamalarında yer alan araçlar şunlardır. Yerel tüccarlar/perakendeci, komisyoncular, balık unu- yağı fabrikaları, lokanta, otel ve restoranlar, su ürünleri işleme tesisleri, marketler, seyyar satış yerleri ve perakendecilerdir. Bunların karakteristik özellikleri aşağıda verilmiştir.

4.5.2.1. Yerel Tüccarlar

Sayıları fazla olmamakla birlikte ilçelerde faaliyet göstermektedirler. Bu kişiler hem perakende satış yerlerinde satış yapmakta; hem de tüccar olarak faaliyette bulunmaktadır. Tekne boyu 20 metrenin altında olan üreticilerden ürünü alırlar. Ürünün, Trabzon balık halindeki komisyonculara satarak veya kendilerine ait olan satış noktalarında satışını gerçekleştirirler.

4.5.2.2. Komisyoncular

Trabzon ve diğer illerdeki balık hallerinde büroları bulunan ve balık satışını toptan gerçekleştiren kişilerdir. Trabzon balık halinde 17 tane komisyoncu bulunmaktadır. Ürünler Trabzon balık haline teknelerle ya da kamyon ve kamyonetlerle getirilmektedir. Satış işlemi, balıkları tutanlar veya yetiştiren üreticiler tarafından yapılmamakta olup, bunların anlaşmalı oldukları komisyoncular tarafından yapılmaktadır. Halde bürosu bulunan firmalar balıkları tutan bu kişilerle teknelerin yıl içerisinde avladıkları ürünleri kendilerine getirmesi şartıyla anlaşma yaparlar ve tekne sahiplerine satış fiyatı üzerinden komisyonunu alarak ödeme yaparlar. Bunun yanında tekne sahiplerine tekne bakım ve onarımı, mazot ve ağ alımı gibi giderler için avans verirler. Av sezonu boyunca balıkları anlaşmalı oldukları firmalara veren komisyoncular avans miktarından düşürülerek sezonun durumu ve fiyata göre kar veya zarara geçerler. Eğer avans miktarı fazlaysa diğer sezonlarda da balıkların pazarlamasını aynı şekilde yaparlar.

4.5.2.3. Balık Unu-Yağı Fabrikaları

Balık unu daha çok su ürünleri yetiştiriciliği olmak üzere, tavukçuluk ve domuz yetiştiriciliğinde kullanılmaktadır. Balık yağı ise başta su ürünleri yetiştiriciliğinde olmak üzere, az miktarda insan tüketiminde ve endüstriyel alanda kullanılmaktadır. Balık unu çeşitli balık türlerinden yapılmakta olup, ülkelere göre değişim göstermektedir. Ülkemizde hamsi ve çaçadan balık unu-yağı elde edilmektedir.

Dünya ülkelerinin balık unu üretimlerine bakıldığında, Peru hamsiden (*Engraulis* spp.), Şili hamsi (*Engraulis* sp.) ve istavritten (*Trachurus* sp.), Amerika menhaden'den (*Brevoortia* sp.), Norveç ve İzlanda ringa (*Clupea harengus*) ve capelin'den (*Mallotus villosus*), Japonya ve Güney Afrika sardalya'dan (*Sardina pilchardus*), Kanada ringa'dan (*Clupea harengus*) elde etmektedir. (Guillaume ve ark., 2001).

Türkiye’de balık unu ve yağı fabrikalarının tarihi 1970’li yıllara dayanmaktadır. O yıllar da Doğu ve Orta Karadeniz kıyılarında hamsi üretimindeki büyük potansiyeli değerlendirmek amacıyla birçok tesis kurulmuştur. Böylece taze halde veya salamura olarak tüketilen pelajik türler için alternatif bir değerlendirme seçeneği ortaya çıkmıştır. Balık unu ve yağı sektöründe başlangıçta alınan devlet yardımıyla önemli ölçüde kapasite artışı görülmüş ancak bu uzun süreli olmamıştır.

1972 yılından önce 2 adet fabrika varken, sonraki 10 yıllık dilimde, biri fabrika gemi olmak üzere 14 fabrika daha faaliyete geçmiştir. 1987-88 av sezonunda yaşanan hamsi krizi sonucu fabrikalar yarı yarıya azalmıştır. Hiç bir dönemde fabrikaların kullanım kapasitesi %25’in üzerine çıkmamıştır (Çelikkale ve ark., 1999).

Günümüze gelindiğinde 11 balık unu yağı fabrika faaliyettedir. Bunlardan 3 tanesi Trabzon İlinde bulunmaktadır. Balık unu ve yağı fabrikalarının hammadde temininin kolay olması nedeniyle ağırlıklı olarak Sinop ve Trabzon’da faaliyet gösterdiği görülmektedir (Anonymous 2007a).

Araştırma alanında 3 adet fabrika faaliyet göstermektedir. Bunun yanında bazı tekne büyük sahiplerinin ortak olduğu fabrikalar, teşvik desteğinden faydalanmak amacıyla Sinop’ta kurulmuştur. Bu işletmeler ortakları oldukları bu fabrikalara hammadde temini sağlamaktadırlar.

Trabzon İlindeki balık unu-yağı fabrikaları aşağıda verilmiştir.

➤ **KARSUSAN A.Ş.:** Fabrika 1976 yılında Yomra ilçesinde faaliyete geçmiştir. Hem balık unu-yağı fabrikası hem de işleme tesisi biçiminde kurulmuştur. Üretiminin belli dönemlerinde salamura ve konserve ürün çıkarmıştır. Fakat son yıllarda bu biçimde üretimleri yoktur. Günlük 600 ton balığı işleyebilme kapasitesindedir (Bu üretimden ortalama olarak 60 ton balık yağı, 100 ton da balık unu elde edilebilmektedir). Fabrika aynı zamanda 200 ton balığı saklayabilecek düzeyde soğuk hava deposuna sahiptir. Ürünü hem iç piyasaya hem de dış piyasaya satmaktadırlar. Başlıca ihracat yaptıkları ülkeler Norveç, İspanya, İtalya ve Almanya’dır.

➤ **KOP-TUR Balıkçılık Gıda San. Tic. Ltd. Şirk.** : Çarşıbaşı ilçesinde faaliyet göstermektedir. Balıkçı tekneleri avlamış oldukları deniz ürünlerini değerlendirilmek için fabrikalaşmaya gitmişlerdir. Bu fabrikalardan bir tanesi olan KOP-TUR (Balık Yağı ve Balık Unu Fabrikası) 1985 yılında Su Ürünleri Kooperatifi tarafından kurulmuş olup, 1994 yılında KOP-TUR Limitet Şirketi tarafından satın alınmıştır. İlk üretim kapasitesi günlük 300 ton iken, 2000 yılında 600 ton/gün, 2008 yılında ise üretim kapasitesini günlük 1200 tona çıkarmıştır. Anlaşmalı olduğu (avans verdiği) 20 tane tekneden balığı doğrudan herhangi bir aracı kullanmadan satın alıp işlemektedir. Fabrika balık unu ve yağı üretmektedir. Balık ununu küçükbaş ve büyükbaş hayvan ve balık yemi üreten fabrikalara satmaktadırlar. Bu fabrikalar ağırlıklı olarak İzmir, Bolu ve Denizli’de bulunmaktadır. Balık yağını ise hem iç hem de dış piyasaya pazarlamaktadırlar. Talep gelmesi durumunda her ülkeye ürünü satmaktadırlar.

➤ **Trabzon Su Ürünleri ve Gıda Mad. San. Ltd. Şirk.:** Çarşıbaşı ilçesinde faaliyet göstermektedir. İşletme 2004 yılında kurulmuştur. Günlük olarak 1000 ton balığı işleyebilme özelliğine sahiptir. 20 tane balıkçı gemisinden herhangi bir aracı kullanmadan balık satın almaktadırlar. Balık unu yurtiçi piyasaya (tavuk yemi ve balık yemi) fabrikalarına verilmektedir. Balık yağı yurtdışına (Hollanda ve Norveç) ihraç edilmektedir.

Bu fabrikaların dışında Trabzon’daki balıkçıların sahibi oldukları ve avladıkları ürünü gönderdikleri Sinop İlinde ki Dalyan ve Can Kardeşler adlı balık unu-yağı fabrikaları da mevcuttur.

4.5.2.4. Su Ürünleri İşleme Tesisleri ve Soğuk Hava Depoları

Araştırma alanındaki fabrikaların aynı zamanda soğuk hava depoları ve işleme tesisleri bulunmaktadır. Araştırma alanında 2 adet işleme değerlendirme tesisi bünyesinde, 2 adette sadece soğuk hava deposu vasfında, 2 adet balık-unu yağı vasfında 6 adet işletme bulunmaktadır.

➤ **Taka Deniz Ürünleri A.Ş.:** 1999 yılında Çarşıbaşı ilçesinde Taka Deniz ürünleri Ltd.Şti olarak kurulmuştur. Günlük 17 ton balığa şoklama yapabilmektedir. Toplam 300 ton muhafaza kapasitesindedir. Firma 2006 yılında

Taka A.Ş. olarak isim değişikliği yapmıştır. Yıllara göre değişmekle birlikte Almanya, Avusturya, Belçika, Hollanda, Fransa ve Amerika'ya ihraç yapmaktadırlar.

➤ **Akerko Su Ürünleri San. Balıkçılık Tic. Ltd. Şirk.:** İşletme 2007 yılında Çarşıbaşı ilçesinde kurulmuştur. Günlük 20 ton balık şoklama, toplam olarak da 600 ton/yıl depolama kapasitesine sahiptir. Ürün teminini anlaşmalı oldukları 3 tane tekneden sağlamaktadırlar. Tesis 2007 yılında hamsi, istavrit ve palamut işlemiştir. Ürünü iç piyasaya pazarlamaktadırlar. 2009 yılından itibaren ihracat yapılması planlanmaktadır.

➤ **Çarşıbaşı Su Ürünleri Ltd. Şirk.:** İşletme 2007 yılı içerisinde Çarşıbaşı ilçesinde kurulmuştur. 32 ton balık şoklama ve 800 ton balık muhafaza etme özelliğine sahiptir. Tesis 2007 yılı içerisinde iç piyasaya ürünü pazarlamıştır.

➤ **Burak Balıkçılık Ltd. Şirk. :** İşletme 2007 yılında Çarşıbaşı ilçesinde kurulmuştur. Günlük 20 ton ürünün dondurarak şoklayabilme kapasitesine ve 1000 ton ürünü de muhafaza edebilme özelliğine sahiptir. Tesis 2007 yılı içerisinde Hamsi ve İstavrit işlemiştir. Ürünü iç piyasaya pazarlamaktadırlar.

➤ **Trabzon Su Ürünleri ve Gıda Mad. San. Ltd. Şirk. :** Balık unu-yağı fabrikası olan işletme aynı zamanda 40ton balığı şoklama ve 700 ton, balığı muhafaza edebilme kapasitesine sahiptir.

4.5.2.5. Lokantalar

Trabzon ilinde faaliyet gösteren gıda hizmeti veren kuruluşlardır. Ürünü genellikle komisyonculardan satın alırlar. Araştırma alanında bazı işletmeler herhangi bir aracı kullanmadan ürünü doğrudan üreticiden satın almaktadırlar.

4.5.2.6. Perakendeciler

Su ürünlerinin doğrudan insan tüketime sunulmak üzere satışının yapıldığı alışveriş merkezleridir. Balık satış amaçlı dükkânlar gibi sabit perakende satış yerleri ile semt pazarları gibi belirli zamanlarda kurulan sabit olmayan balık satış

yerleridir. Araştırma alanında resmi olarak kaydı bulunan 94 adet perakende satış yeri bulunmaktadır. Bunun dışında resmi kayıtları bulunmayan seyyar satıcılarda mevcuttur. Bunların miktarı tam olarak tespit edilememiştir. Perakendeciler ürünü komisyonculardan alırlar. Ürünü kasa, adet veya kg biçimde satın alırlar. Ürünün satışını gerçekleştirirken istenmeyen türleri ve küçük boylarda olan balıkları çıkartırlar. Bu nedenle üründe küçük miktarda kayıplar yaşanabilmektedir.

4.5.2.7. Marketler

Araştırma bölgesinde ve Türkiye'nin diğer bölgelerinde yer alan satış yerleridir. Ürünü komisyoncular ve işleme tesisleri vasıtasıyla satın almaktadırlar. Eğer ürün taze olarak satılacaksa komisyoncular vasıtasıyla satın almaktadırlar. Bunun yanında son zamanlarda bazı marketler yetiştiricilik ürünlerinde (levrek ve alabalık) herhangi bir aracı kullanmadan doğrudan işletmeden satın almaktadırlar. Bazı marketlerde işlenmiş ürünü reyonlarında bulundururlar. Bu tür işletmeler ürünü işleme tesislerinden temin etmektedirler. Bu tür satış yerleri ürüne herhangi bir işlem uygulamamaktadırlar. Ürünü bu şekilde tüketiciye sunmaktadırlar.

4.5.2.8. Balık Yemi Fabrikaları

Yetiştiricilik işletmelerinin üretimde kullandıkları yemi üreten fabrikalardır. Bu işletmeler yem rasyonu hazırlarken balık unu-yağı fabrikalarından hammadde temin ederler. Üretim sonrası ürünü yetiştiricilikte kullanılmak üzere satarlar.

4.5.2.9. Diğer Hayvansal Yem Üretimi Yapan Fabrikalar

Hayvansal yem üreten fabrikaların bir kısmı (tavuk yemi ve domuz yemi fabrikaları) balık ununu hammadde olarak kullanırlar. Bu tür işletmeler gerekli hammadde teminini balık unu-yağı fabrikalarından temin ederler. Daha sonra yetiştiricilik yapan işletmelerde kullanılmak üzere satışını gerçekleştirirler.

4.5.3. Pazarlama Organları

Araştırma bölgesinde pazarlama organları Trabzon balık halidir. Türkiye’de balık hali konumunda 10 adet balık hali bulunmaktadır. Balık halleri kapasitelerine göre sırasıyla İstanbul, Samsun, Bandırma, Trabzon, Ordu, Bursa, İzmir, Kocaeli, Ankara ve Çanakkale’de bulunmaktadır. Balık hallerinin bulunmadığı illerde ise toptan satış merkezleri biçiminde yapılanmalar mevcuttur. Toptan satış merkezleri su ürünlerini ihtiyacını çoğunlukla balık hallerinden karşılamaktadırlar.

➤ **Trabzon Balık Hali:** Trabzon ili merkezinde bulunmaktadır. Açık alan üzerine 1984 yılında kurulmuştur. Balık haline kayıtlı 17 adet komisyoncuya ait bürolar bulunmaktadır. Resmi olarak 10.000 ton/yıl kapasiteye sahip görünmektedir. Balık hali sağlıklı koşullara sahip değildir. Balık halinde 05.00-12.00 saatleri arasında müzayedeler yapılmaktadır. Trabzon balık hali, diğer gelişmiş ülkelerdeki balık halleri gibi modern ve sağlıklı koşulları mevcut değildir.



Şekil 4.13 Trabzon balık hali müzayede alanından bir görüntü.

Türkiye’de sadece İstanbul, İzmir ve Samsun balık hali kapalı alana sahiptir. Fakat bu balık hallerinin de yeterli düzeyde olduğu söylenemez. Gerek

denetim eksikliği gerekse de HACCP ve TSE standartlarına uyumlarda problemler diğer bölgelerde de görülmektedir (Ek-1). Balık halinin bu olumsuz yapısı ürünün pazarlamasını olumsuz etkilemektedir. Trabzon balık hali ile Fransa'nın Paris kentindeki Rungis balık hali arasındaki farklar gösterilmiştir (Şekil 4.13; Şekil 4.14).



Şekil 4.14. Rungis Balık Halinden bir görüntü, (Anonymous, 2008k).

4.5.4. Balık Fiyatının Oluşumu

Genel ekonomik ölçütler içinde fiyat, potansiyel alıcılarla, satıcılar arsında belirli bir denge olarak ortaya çıkmaktadır. Fiyatla, miktar arasında teoride bir ilişki mevcuttur. Bu, arz ve talep arasında fiyatı belirler.

Fiyat yükseldiğinde üreticiler daha fazla üretim yapmak eğilimindedirler. Öte yandan fiyat düştüğünde tüketici daha fazla mal alma eğilimindedir. Su ürünlerinde özellikle avcılarının doğrudan satışlarında bu eğilimler açıkça görülür. Balığın fiyatı yüksekse, daha çok avlama ve daha çok balıkçının ava çıkması ve üretimi arttırması söz konusudur. Ancak mezatta fiyatlar yüksek bulunup alımlar sınırlı kaldığında, fiyatlar bu kez düşmeye başlar. Talep ve arzın bir noktada kesişerek fiyatı sabitledikleri noktaya dek düşüş sürer. Bu nokta iki tarafın alıcının ve satıcının miktar ve fiyatta anlaştıkları bir denge olarak ortaya çıkar (Ertek, 1995).

Fiyat, pazarlama karmasının en önemli unsurudur. Diğer unsurlar maliyeti arttırırken, fiyat bu maliyetleri ve karı karşılamaktadır. Fiyat kararları alınırken ürün, tutundurma ve dağıtım unsurları dikkatle incelenmeli ve buna göre fiyat düzeyi belirlenmelidir. Fiyat oluşumunda en büyük hata, fiyat kararlarının çok fazla maliyeti dikkate alıcı olmasıdır. (Kotler 1994). Oysa maliyetlerin yanında pazar dinamikleri, rekabet koşulları ve pazarlama stratejileri de dikkate alınmalıdır (İnan, 2006).

Fiyat pazarlama bileşenleri arasındaki en önemli faktördür. Tüketicinin talebi fiyat vasıtasıyla üreticiye aksettirilmektedir. Serbest piyasa şartlarında fiyatlar alıcı ve satıcı arasında tayin edilir (Güneş, 1968).

4.5.4.1. Avcılık Yoluyla Üretilen Su Ürünlerinde Fiyat Oluşumu

Araştırma alanında su ürünleri üretimi yapan işletmelerin kendileri ya da pazarlamada yer alan diğer araçların komisyonculara getirdikleri balıklar, müzayede yoluyla balık halinde satılır. Müzayede alanında toplanan balık türüne göre kasa, adet, kilo gibi ölçülere göre alınmak suretiyle açık arttırmaya çıkartılır. Perakendeciler ya da seyyar satıcılar da oluşan toptan fiyattan ihtiyaçları kadarını alarak satış yapacakları yerlere naklederler. Balık fiyatları belirlenirken balığın türü, büyüklüğü, tazeliği ve görünümü önemlidir. Üretim miktarına ve arz-talep dengesine göre fiyatlar değişim göstermektedir. Arz edilen balık miktarı fazla ise oluşan fiyat düşük olur. Bazen komisyoncular balığı buzhanede bekletip, ertesi gün müzayedeye çıkartabilmektedir. İşletmeci olan belediye, bir yetkilisi vasıtasıyla satışı gerçekleştirir. Satış sonrası ürüne ait fatura veya sevk irsaliyesinin ilk nüshası alıcılara verilir. Müzayede yapıldığı alanda genellikle denetim yapılmamaktadır. Şikâyete bağlı olmaksızın yapılan denetimlerde belediye yetkilisi, Tarım İl Müdürlüğü yetkilisi ve İl Sağlık Müdürlüğü'nden bir görevliden oluşan denetleme ekibi müzayedeyi sadece izlemektedirler.

Komisyoncuların payı %10-15 arasında değişmektedir. Satılan balıkların parası çoğunlukla peşin ödenmez. Ancak bazı balıkçılara komisyoncular tarafından avans verilmektedir. Buna göre balıkçı sürekli avladığı balıkları o komisyoncuya vermek zorunda kalmaktadır.

Balık fiyatları günlük olarak çok yüksek oranlarda değişim gösteren bir özelliğe sahiptir. Örneğin sezon başında hamsiye olan talep doğrultusunda talep artmaktadır. Fakat av miktarının artması ve sezonun ortasına gelmesiyle birlikte fiyat düşmektedir. Su ürünleri işleme ve muhafaza tesislerinin sayılarının yetersizliği de fiyat değişiminde etkilidir. Hamsi üretiminin fazla olması diğer türlerin fiyatında olumsuz etkilemektedir. Örneğin 2007 yılı içerisinde hamsi av miktarının çok yüksek olması nedeniyle mezzit, barbunya gibi ekonomik olarak yüksek gelir getiren türlerin çok fazla av vermemesine rağmen fiyatları olumsuz etkilenmiştir. Bunun yanı sıra balık fiyatlarının çok fazla değişim göstermesi balıkçılığın en büyük problemlerinin birisini oluşturmaktadır. Üretici yakaladığı ürününün ne kadar değerinin olabileceğini tahmin edememektedir.

İncelenen işletme sahiplerine, Trabzon ilinde balık fiyatının oluşumunda hangi kurum ve kuruluşların etkili olduğu ve balık fiyatının nasıl oluştuğu, önem sırasına göre sorulmuştur. İşletmeler tarafından komisyoncuların (%61), Balık unu-yağı fabrikalarının (%28), büyük ölçekli balıkçılık yapanların (%7) ve Diğer (%4) faktörlerin belirtilen oranlarda fiyat oluşumunda etkili olduğu düşünülmektedir.

İşletme sahipleri, komisyonculardan üretim sezonu başında aldıkları avans nedeniyle fiyat oluşumu ve pazarlamada güçsüz kaldıkları kanaatindedirler. Diğer faktörler arasında balık unu-yağı fabrikalarının hammadde girdi maliyetlerini düşürmek amacıyla ürün miktarının artmasıyla birlikte fiyatı düşürmesi gelmektedir. Diğer taraftan Büyük ölçekli balıkçıların piyasasının talep ettiği miktarın üstünde avcılık yapmaları fiyat olumsuz etkilemektedir.

Üretici fiyatlarının nasıl oluştuğunu tespit etmek için üreticilere sorulan “fiyat belirlenirken “hangi faktörler etkili olur?” sorusuna alınan cevaplar şöyledir. Komisyoncular %98, Ürün kalitesi (türü, tazeliği vs.) %92, Ürüne gelen talep %80, Ürünün avlanma durumu %97, Balık unu-yağı fabrikalarının tutumu %67 şeklinde açıklanmıştır (*Birden fazla seçenek işaretlenmiştir*).

Üreticilere göre su ürünlerinin fiyat oluşumunda en etkili faktörün (satışın müzayede sonucu olmasına rağmen) komisyoncular olduğu düşünülmektedir.

Fiyat oluşumdaki önemli faktörlerden biri olan balık-unu yağı fabrikaları sabit bir fiyat belirleyerek o fiyata göre alım yapmaktadır. Ürünün av miktarının

artması onları pazarlamada şanslı kılmaktadır. 2007 yılında balık unu-yağı fabrikaları 0,15YTL+KDV şeklinde hamsi alımını gerçekleştirmişlerdir. Bunun sebebi ürünün çok fazla miktarda çıkması ve fabrika tarafından önceden balıkçıya verilen avansların olumsuz etkisi ile soğuk hava depolarının yetersizliğinin olduğu söylenebilir.

4.5.4.2. Yetiştiricilik Yoluyla Su Ürünleri Üretiminde Fiyat Oluşumu

Üretici satışında fiyat tamamen serbest piyasa kuralları içerisinde arz ve talebe göre oluşmaktadır. Araştırma alanında üreticilerin bir araya gelerek oluşturduğu birlik bulunmaktadır. Bu nedenle üretici birliği fiyatı belirlemektedir. 2007 yılı için porsiyonluk balığın (200-250 gr) tanesi 2.00 YTL olarak belirlemiştir.

Araştırma alanında yetiştiricilik üretiminin büyük bir miktarı denizden sağlanmaktadır. Denizde su sıcaklığının artmasından dolayı alabalık üretimi yapan işletmeler ürünü kısa sürede ürünün satmak zorunda kalmaktadır. Bu nedenle üreticilerin anılan fiyatlara uymadıkları tespit edilmiştir.

4.5.5. Seçilmiş Bazı Türlerde Pazarlama Marjı

Üretici ve tüketiciler pazarlama marjlarına harcama (masraf) gözüyle bakmalarına karşın mutlak marjın üretim maliyeti ile karşılaştırılması durumunda, çoğu kez, hem üreticinin hem de tüketicinin aracı birimler tarafından sömürüldüğü gibi bir sav da ileri sürülmektedir. Oysa kimi ekonomistlere göre, pazarlama marjları ülkelerin sosyo-ekonomik düzeylerini gösteren bir göstergedir. Gelişen ekonomik yapılarda yaşam düzey ve ölçütleri yükseltmekte ve ödenen fiyatın önemli bir kısmı pazarlama sisteminde harcanmakta, üreticiye az bir kısmı aktarılmış olmaktadır (Ertek, 1995).

Bu çalışma ile her pazarlama aşamasındaki fiyat verileri elverdiği ölçüde kullanılarak su ürünlerinin pazarlama marjı hakkında fikir verilmeye çalışılmıştır. Su ürünleri üretiminin en yoğun olduğu Ekim, Kasım, Aralık 2007 aylarında en fazla üretilen 2 tür (Hamsi, İstavrit) ayrı ayrı ele alınmıştır. Bu ürünlerin ortalama

üretici, toptancı ve perakendeci satış fiyatları aylık olarak gösterilmiştir. Bunun hesaplanmasında 10 adet komisyoncu ile 10 adet perakendecinin ortalama satış fiyatlarına göre değerlendirme yapılmıştır (Çizelge 4.20; Çizelge 4.21).

Çizelge 4.20. Trabzon İlinde Hamsinin Pazarlama Marjı, (2007).

Fiyat ve Paz. Marjı (YTL/Kg)	Ekim	Kasım	Aralık
Üretici Satış Fiyatı	0,73	0,52	0,43
Komisyoncu Satış Fiyatı	0,85	0,60	0,50
Perakendeci Satış Fiyatı	1,60	1,10	1,00
Komisyoncu Marjı	0,12	0,08	0,07
Perakendeci Marjı	0,75	0,50	0,50
Toplam Pazarlama Marjı	0,87	0,58	0,57
Pazarlama Marjının Perakende Fiyat. İçindeki Payı (%)	54,37	52,72	57,00

Çizelge 4.21. Trabzon İlinde İstavritin Pazarlama Marjı, (2007).

Fiyat ve Paz. Marjı (YTL/Kg)	Ekim	Kasım	Aralık
Üretici Satış Fiyatı	0,95	0,66	0,48
Komisyoncu Satış Fiyatı	1,17	0,96	0,55
Perakendeci Satış Fiyatı	2,12	1,62	1,25
Komisyoncu Marjı	0,14	0,10	0,07
Perakendeci Marjı	1,01	0,85	0,77
Toplam Pazarlama Marjı	1,15	0,95	0,84
Pazarlama Marjının Perakende Fiyat. İçindeki Payı (%)	54,24	58,64	67,20

4.5.6. Pazarlama Organizasyonunun Etkinliğinin Değerlendirilmesi

4.5.6.1. Pazarlama Hizmetleri

Tarım ürünlerinin üreticiden tüketiciye akışı sırasında yapılan faaliyetlere göre pazarlamanın incelenmesine fonksiyonel yaklaşım denir. Bu faaliyetler pazarlama fonksiyonları ya da hizmetleri olarak adlandırılır ve tarım kooperatifleri ile pazarlama firmalarınca yürütülür. Fonksiyonel yaklaşımla bu hizmetleri maliyetlendirmek ve karşılaştırmak daha kolaydır.

Pazarlama hizmetlerini 3 grupta toplamak mümkündür.

✓ **Değişim (Mübadele) ile ilgili fonksiyonlar:** Satın alma ve satış gibi faaliyetlerdir. Eski ve dar anlamda satış olarak da tanımlanır. Satış ve satın alma gibi hizmetler günümüzde de pazarlamanın yerine getirmesi gereken en önemli fonksiyonlardır. Ürünün alıcı ile satıcı arasında değişimi ürünün sahibinin değişmesine sebep olduğundan, mübadelede ürünün mülkiyet faydası artar.

✓ **Fiziksel fonksiyonlar:** İşleme, depolama ve taşıma gibi teknik hizmetlerdir. Etkin bir pazarlama için bunlara önem vermek gerekir.

✓ **Pazarlamayı kolaylaştırıcı fonksiyonlar:** Finansman, dereceleme ve standardizasyon, kalite kontrolü, risk taşıma, reklam ve pazar bilgilerini yayma pazarlama etkinliğini yükseltir ve maliyetleri düşürür. (İnan 2006).

4.5.6.1. (1). Toplama

Toplama hizmetinin etkin olarak yerine getirilmesi başlıca 4 faktöre bağlıdır. Birincisi tarım işletmelerinin pazarla olan yol bağlantısının durumudur. Araştırma kapsamına giren yetiştiricilik ve avcılık işletmelerinin ulaşım durumu iyi olup, etkinliği azaltıcı durum yoktur.

İkincisi pazara olan uzaklıktır. Balık haline en uzak yetiştiricilik işletmesinin 100 km, avcılık işletmesinin 80 km düzeyinde olması ve çoğu işletmenin çok daha yakın bölgelerde olması bu yönüyle sıkıntılı olunmadığını göstermektedir.

Üçüncüsü işletme başına arz miktarıdır. İşletmeler elde ettikleri ürünün %96'sını piyasaya arz etmektedir.

Dördüncüsü nakliyede kullanılan araçların cinsi ve bulunabilirliğidir (Emeksiz, 1994). Bu bakımdan sıkıntılar mevcuttur. Kanunla yasaklanmamasına rağmen açık kasalı ve frigorifik olmayan bazı taşıma araçları kullanılmaktadır. Zarar görme riski bu denli yüksek olan bir ürün için şartlar uygun değildir. Kullanılan araçların çoğunluğu balıkçılar, komisyoncu veya küçük ölçekli yerel nakliye şirketlerine aittir. Bunun yanında, büyük işletmeler (işleme tesisleri), üretim yerinden piyasaya etkin bir soğuk zincir sağlayabilmek amacıyla kendi taşıma olanaklarını kullanmaktadır. Son zamanlarda özellikle büyük tekne sahipleri bu durumu göz önünde bulundurarak daha iyi koşullarda taşımaya önem vermeye başlamışlardır. İşletmelerin balık nakil aracına sahip olmalarında tekne boyunun önemi vardır ($P<0,05$). Balık nakil aracına sahip olan işletmelerin oranları aşağıda verilmiştir (Çizelge 4.22.).

Çizelge 4.22. Avcılık yoluyla üretim yapan işletmelerin balık nakil araçlarına sahip olma durumlarının oransal dağılımı, (%).

Tekne boyu	Balık nakil aracı olan işletmeler (%)	Balık nakil aracı olmayan işletmeler (%)
I.Grup	-	100
II. Grup	-	100
III. Grup	67	33
IV. Grup	58	42

4.5.6.1.(2). Dağıtım

Taşıma ulusal ve özellikle uluslararası boyutta, kimi zaman çok harcama gerektiren, kimi zaman olanaksız olabilir. Bu nedenle pazar araştırması aşamasından başlayarak, taşıma (ulaşım) sistemi devamlı izlenmelidir.

İşletmelerin ürettiği ürünü dağıtmada kendi oluşturduğu bir birim kullanması seçeneği bulunmakla beraber, bu tip işletmeciliğin, üretim prosesinden, apayrı nitelikleri olması, uzmanlaşmış kişilere göre dezavantaj getirir.

Dağıtım süresi, ulaşım harcamalarını arttıran ve pazara sunumu aksatan bir konudur. Su ürünleri gibi mallarda, kalite düşer. Müşterinin mala ilgisi azalır. Daha ötede bozuşmalar, kokuşmalar nedeniyle telefata ve iadeler başlar.

Dağıtımda hangi ulaşım sisteminin kullanılması gerektiğinin gerçekçi yaklaşımlarla belirlenmesi önem taşımaktadır (Ertek, 1995).

Dağıtım işi, bazen toplama ve işleme faaliyetleri ile birlikte yürütülür. Ürünler gerek işlendiğinde gerekse toplandığında tüketim merkezlerine gönderilir. Bunun için dağıtım kanallarından geçerler. Trabzon ilinden bölge içi ve bölge dışına komisyoncular, işleme tesisleri, balık unu ve yağı fabrikaları, yerel tüccarlar ve bazen de üreticiler tarafından yapılmaktadır. Tüketicilere ulaştırılması aşamasında ise; perakendeciler, seyyar satıcılar, marketler, otel, lokanta ve restoranlar rol oynarlar. Dağıtımda pazarlama etkinliğini düşürücü unsurlara rastlanmıştır. Dağıtım çoğunlukla açık kasa kamyonetlerle yapılmaktadır. Hava sıcaklığı ve diğer etkenler balığın yapısını bozmaktadır. Trabzon balık haline getirilen ürünlerin taşınan araçlara ait görüntü aşağıda verilmiştir (Şekil 4.15).



Şekil 4.15. Araştırma Alanında Taşımanın Yoğun Olarak Yapıldığı Araçlardan Bir Görüntü.

4.5.6.1.(3). İşleme (Pazara Hazırlama)

Ürün taze olarak tüketilmeyecekse şoklama, füme, salamura, soğuk muhafaza gibi işlemlere tabi tutulmaktadır. Bu tür işlemler su ürünleri pazarlamasında işleme hizmeti olarak sayılabilecek başlıca unsurlardır. Araştırma alanında, su ürünleri işleme teknolojisinde uygulanan yöntemler gösterilmiştir (Çizelge 4.23). Bunun dışında eğer ürün komisyonculara satılacaksa türe ve büyüklüğe göre ayırma ve kasalama işlemleri de yapılmaktadır. Balık unu ve yağı fabrikalarına gidecek üründe herhangi bir ayırma gerek bulunmamaktadır.

Çizelge 4.23. Araştırma Alanındaki İşleme Tesislerinde Uygulanan Yöntemler.

HAMMADDE ALIMI	Trabzon ili ve çevresindeki balıkçı tekneleri tarafından avlanan balıklar 8-10 kg. strafor kolilerle işletmeye getirilir.
HAMMADDE KABUL	Organoleptik kontrolden sonra hammadde uygun görülürse alınır.
1.YIKAMA	Hammadde alımından sonra yıkama işlemi gerçekleştirilir.
KAFA AYIRMA VE İÇ ORGAN ÇIKARMA	Balıkların kafası ayrılır ve iç organları çıkarılarak(müşterilerin talebine göre kafa ayırma ve iç organ çıkarma işlemi yapılır) 2. yıkama işlemine alınır.
2.YIKAMA	Kafası ve iç organları alınan balıklar 2. defa yıkanır.
STRAFOR TABAKLARA DİZME	Balıklar strafor veya plastik tabaklara 0,5-1-1,5 kg olarak dizilir.
ŞOKLAMA	-35 / - 40 °C' de şoklanır.
PAKETLEME ETİKETLEME	Şok ünitesinden alınan balıklar uygun ambalaj malzemeleri ile paketlenip etiketlenir ve 15-12-10 adet 1 karton kutuya konur. Karton kutular jelâtinlenir ve paletlere yerleştirilir.
MUHAFAZA	- 18-20°C' de muhafaza edilir.
NAKLİYE	Ürünler ihracat için soğuk muhafazadan alınıp frigorifik araçlar ile soğuk zincir kırılmadan karayolu ile sevk edilir

4.5.6.1.(4). Depolama

Su ürünleri, uygun koşullar sağlandığında türe göre değişmekle birlikte yaklaşık 6 ay depolanabilen bir üründür. Araştırma alanında depolama hizmeti; komisyoncular, soğuk hava depoları, su ürünleri işleme tesisleri ve kısmen üreticiler tarafından yapılmaktadır. Su ürünlerinin genellikle taze olarak tüketilmesi tercih edilmektedir. Avcılık yapılan günlerde ürünün taze olarak

piyasaya sürülür. Fakat denizin kötü olduğu durumlarda avcılık yapılmadığından komisyoncular bu dönemlerde sıkıntı yaşamamak için ürünü soğuk hava depolarında bekletirler. Daha sonra soğuk hava deposundan çıkararak ürünün satışını gerçekleştirirler. Komisyoncular ise ürünü balık hali ve dışında kendilerine ait olan soğuk hava depolarında saklarlar. Bunun yanında bazı büyük işletme sahipleri de depolama işlemini kendileri gerçekleştirirler. Bu tür işletmeler bölgede hızlı bir biçimde artış göstermektedir.

Diğer taraftan yetiştiricilik yoluyla elde edilen su ürünlerinde depolama işlemi yapılmamaktadır. Sadece ürünün gün içerisinde satışı gerçekleşmemişse kısa süreli depolama yapılabilmektedir.

Su ürünlerinin depolamasında kalite ve miktar kayıplarının en az olacağı depo koşulları TSE'nin su ürünleri standartlarında açıklanmıştır. Araştırma alanında incelenen işletmelerde depolama hizmetinin TSE'de belirtilen koşullara uygun olduğu gözlenmiştir.

4.5.6.1.(5). Paketleme ve Ambalajlama

Bu hizmet ürünü dış etkilere karşı korumakta, taşıma işini kolaylaştırmakta ve onların ekonomik değerini arttırmaktadır. Paketleme su ürünleri hemen avlandıktan hemen sonra başlar ve ürünler piyasaya sunulur (Karataş, 1995). Yetiştiricilik yoluyla üretim yapan işletmeler strafor kutularda ürüne paketleme işlemi yaparlar. Avcılık yapan işletmeler ise avladıkları ürün boyuna göre sınıflandırdıktan sonra büyük olanları strafor kutular vasıtasıyla paketlemektedir. Bunun dışında kalite olarak orta sınıf ve altı olan ürünler tahta kasalarda paketlenmektedir. Balık unu-yağı fabrikalarına gelen ürünlerde herhangi bir paketleme işlemi yapılmamaktadır. Paketlemede kasalara bir miktar deniz suyundan yapılmış buz eklenir. Kasaların üstü yağlı kâğıtlarla ambalajlanır. Tahta kasalar balığın türüne göre değişmekle birlikte 18-20 kg düzeyinde balık almaktadır. Su ürünleri çok kolay zedelenen bir yapıya sahip olduğundan paketleme işleminin düzenli yapılması gerekmektedir. Tahta kasaların paketleme açısından uygun olduğu söylenemez. Fakat strafor (köpük) kutuların 1,5 YTL'den satılması üreticiye ekstra bir yük getirmektedir. Üreticiler paketleme işleminin

tamamında bu yolu izleyememektedirler. Paketleme ve ambalajlama işlemlerinin tam etkin olarak yapılmadığı söylenebilir.

4.5.6.2. Pazarlama Marjı

Bir pazarlama organizasyonun pazarlama marjı bakımından etkinliği, pazarlama mekanizmasının işleyişini olumsuz etkilememek koşuluyla, bir pazarlama masraf unsurunun çıkarılması veya azaltılması sistemde bir olumsuzluk yaratmıyorsa, bu durumda etkin bir pazarlama organizasyonundan söz edilemez (Emeksiz 1994).

Su ürünlerinde pazarlama marjı, fiyat oluşumu ve pazarlama marjı başlığı altında verilmişti. Ekim, kasım, aralık ayları ortalaması olarak perakende satış fiyatı içindeki payı hamsi için %54, istavrit %60 bulunmuştur. Aracılardan pazarlama masraflarıyla ilgili net bilgiler alınamaması kesin bir değerlendirme yapılmasını güçleştirmektedir. Ancak komisyoncu ve perakendeci aşamasında yapılan işlemler dikkate alınarak değerlendirme yapılabilir. Komisyoncu aşamasında ürüne fazla işlem yapılmamaktadır. Sadece gerekli durumlarda depolama hizmeti yapılmaktadır. Perakendeci aşamasında ise özellikle hamsi ve istavrit gibi küçük balıklarda herhangi bir sınıflandırma olmadığından dereceleme hizmeti yapılmaktadır. Bazen de hedef dışı tür olarak avlanan ve kasanın içinde bulunan türlerden dolayı kayıplar olabilmektedir.

Adana-Karataş'ta yapılan bir çalışmada su ürünlerinde perakendeci pazarlama marjı ortalama %29 olarak bulunmuştur (Karataş, 1995). Araştırma alanında hamsi ve istavritin pazarlama marjının neredeyse yarısı kadardır. Komisyoncu ve perakendeci aşamalarında fazla işlem yapılmamış olması pazarlama marjının yüksek olduğunu göstermektedir.

4.5.6.3. Dereceleme ve Standardizasyon

Tarım ürünleri genellikle hasat edilip toplandıktan sonra derecelere ayrılarak sınıflandırılırlar. Dereceleme hizmeti işleme ve dağıtım sırasında da yapılır. Dereceleme, ağırlık, hacim, renk, tat, koku, çap, biçim gibi derece

özellikleri açısından aynı kalitede olan ürünlerin seçilerek gruplar halinde toplanmasıdır (Karataş, 1995). Dereceleme işlemi ilk olarak balıkçılar tarafından yapılmaktadır. Ekonomik türlerde (palamut, mezigit, barbun) boylarına ve tazelik durumlarına göre ayrı ayrı paketleme işlemi yapılır. Bunun dışında bazı türlerin derecelendirmesini komisyoncu ve perakendeci yapmaktadır.

Standardizasyon, derecelemenin ileri şeklidir. Ürünlerin derece özelliklerinin yer ve zaman faktörleri açısından değişmeyecek biçimde üniform hale getirilmesidir. (Karataş, 1995; İnan, 2006). Ürünlerin standardizasyonu için özel makinelerin ve teknolojik yöntemlerin kullanılması gerekir. Ürünün standart derecelere ayrılması yeterli olmayıp, ambalaj kaplarının da standardizasyonu gerekir. Örneğin ambalaj kabının şekli, boyutları, rengi, kabın yapılacağı malzemenin cinsi de standart hale getirilmelidir. Standartlar 2 şekilde belirlenir. Birincisi resmi kurumlarca (TSE) ile ikincisi ise üreticiye en ekonomik standartların ve derecelerin serbest bırakıldığı sistemdir (İnan, 2006).

Araştırma alanında yaygın olarak ikinci yöntem kullanılmaktadır. TSE'nin balık türlerine göre belirlediği standartlar ve HACCP uygulamalarına iç piyasaya sunulan ürünlerde dikkat edilmezken ihraç edilecek ürünlerde ve işleme tesislerine gönderilen ürünlerde mevcut standartlara uyulmasında hassas davranılmaktadır.

4.5.6.4. Finansman

İnan (2006), bildirdiğine göre toptancılık yapan alıcılar, firmalar ve pazarlama kooperatifleri ürün parasının ödenmesi, ürünün taşınması, işlenmesi, depolanması ve tüketiciye arzı gibi hizmetlerin finanse edilmesi için sermayeye ihtiyaç duyarlar. Aynı şekilde dış ticarete de finansman ve kredi ihtiyacı fazladır. İhraç edilen ürünlerin bedelleri hemen alınmadığından bu hizmetler genellikle kredi ile görülür. Pazarlama finansmanında kullanılan kısa ve uzun vadeli kredilerin yeteri kadar ve düşük faizli olması, dışsatımları arttırmak için özel kredilerin geliştirilmesi gerekir.

Pazarlama faaliyetlerinin finanse edilmesi için sermaye ve krediye gereksinim vardır. Özellikle pazarlama kooperatifleri ve firmalar ürünlerin

işlenmesi, ambalajlanması ve depolanması için gerekli tesislere büyük ölçüde yatırım yapmak zorundadırlar.

Araştırma alanındaki yetiştiricilik işletmelerinin % 41'nin finansman için krediler kullanarak borçlandığı tespit edilmiştir. Bu tür işletmeler çoğunlukla işletmeyi büyütmek amacıyla kredi kullanmaktadırlar. Kredi alan yetiştiricilik işletmelerinin tamamı bankalara borçlanmıştır.

Avcılık yapan işletmelerin ise %43'ü çeşitli kişi veya kuruluşlardan kredi/borç alarak finansmanı sağladıkları belirlenmiştir. Borçlanarak finansmanı sağlayan avcılık işletmelerinin ise bankalara (%51), komisyonculara (%40), ağcılara (%29), tersanelere (%4) ve diğer kişi veya kuruluşlara (%27) borçlu oldukları belirlenmiştir. Trabzon ilindeki küçük işletmecilerin çoğunluğunun herhangi bir kişi ve kuruluşa borçlu olmadığı görülmüştür. Bankaların küçük işletmelere kredi vermemeleri de bu durumun oluşmasında etkili bir faktördür. Bunun yanında üretim miktarı yüksek olan işletmelerini tamamının kredi kullandıkları belirlenmiştir. Bu krediler bazen üretim için bazen de işleme teknolojisinde kullanılmaktadır. Özellikle komisyoncu ve fabrikalarda kredi alan işletmelerin pazarlamada güçsüz kaldıkları tespit edilmiştir.

Araştırma alanındaki küçük işletme sahipleri ise üretim için gerekli gördükleri finansmanı bulmakta sıkıntılar yaşamaktadırlar. Üretimlerinin ve mülkiyetlerinin az olması nedeniyle kredi kullanmada güçlükler oluşmaktadır. Bu tür işletmeler ancak komisyoncudan avans alarak üretimlerine devam etmektedirler. Fakat bu durum onları komisyonculara bağımlı hale getirmektedir.

Şahinler ve ark. (2005), Samandağ'daki (Hatay) avcılık yoluyla üretim yapan işletme sahiplerinin %32,56'sının finansmanı sağlamak amacıyla kredi kullandıklarını bildirmişlerdir. Araştırma alanındaki balıkçıların işletme finansmanını karşılamak için daha fazla borçlandıkları görülmektedir.

4.5.6.5. Pazarın Saydamlığı

Pazar koşullarında pazara katılan herkes tarafından görülebilir olmasıdır. Herhangi bir ürüne saydamlık kazandıracak koşullar şunlardır.

✓ Söz konusu ürünün ve ikame maddelerin değişik bölgeler itibariyle arz ve talep miktarları,

✓ Depolanabilir ürünler için arz ve talebin gelecekteki gelişimi, Saydam bir pazar için gerekli bilgiler, pazarın ürün çeşidi, bölge ve zaman boyutları genişledikçe artmaktadır (Plate ve Böckenhoff, 1984: Emeksiz, 1994'den).

Pazar saydamlığı için en önemli koşul, pazar haberlerinin etkin bir şekilde toplanması ve yayılmasıdır. Bu koşulun su ürünleri pazarlamasının ne ölçüde yerine getirildiğini tespit amacıyla üreticilere ve komisyonculara sorular yöneltilmiştir. Komisyoncuların pazar piyasası hakkında bilgileri olduğunun (%71) fakat avcılık yoluyla üretim yapan üreticilerin (büyük üretim yapanlar hariç) bilgiye sahip olmadıkları (%60) tespit edilmiştir. Üreticilerin fiyat hakkındaki bilgi kaynakları komisyoncular ve konuyla yakından ilgilenen balıkçılardır.

Diğer taraftan yetiştiricilik işletmelerinin aralarında belli bir fiyat belirledikleri ve bu fiyata göre hareket ettikleri önceki bölümlerde belirtilmişti. Bu nedenle pazarın saydam olduğunu söylemek mümkündür. Ancak avcılık yoluyla üretim yapan işletmelerde pazara katılan herkese pazarla ilgili haberler yayılmamaktadır. Dolayısıyla avcılık işletmelerinde pazar saydamlığı açısından yetersizlikler bulunmaktadır.

4.5.6.6. Rekabet

Pazarlama sistemini rekabet bakımından etkinlik değerlendirmesi, üreticilerin pazar karşısındaki durumlarının (Pazar pozisyonu veya gücü) ve toptancı aşamasındaki rekabet yoğunluğunun incelenmesi ile olanaklıdır.

Üreticilerin pazar pozisyonun güçlü olması kullanabileceği pazarlama kanalının çokluğuna bağlıdır (Emeksiz, 1994).

Pazarlama kanallarının fazla olması yönüyle bakıldığında pazarın güçlü olduğu söylenebilir. Fakat mevcut durum incelediğinde üreticilerin rekabet açısından güçlü olmadıkları gözlenmektedir. Yetiştiricilik ve avcılık işletmelerinin değişik yönlerden güçsüz oldukları durumlar mevcuttur. Avcılıkla elde edilen üretimde, gerek üretimin belli bir mevsimde yoğunlaşması gerekse komisyoncu ve

balık unu-yağı fabrikalarının etkinliğinin çok fazla olması nedeniyle rekabet düzenli olarak işleyememektedir. Diğer taraftan yetiştiricilik yoluyla üretim yapan işletmelerde benzer sıkıntılar gözlenmektedir. Yetiştiricilik üretimin büyük kısmı denizden elde edilmektedir. Denizdeki yetiştiricilik işletmelerin üretimlerinin tamamına yakını gökkuşağı alabalığı oluşturmaktadır. Yaz aylarında su sıcaklığının artması balık ölümlerine sebep olduğundan işletmelerin temmuz ayına kadar satılması veya tatlı su işletmelerine transfer edilmesi gerekmektedir. Bu durum rekabet açısından üreticileri oldukça güçsüz duruma düşürmektedir.

Avcılık yapan işletmelere bakıldığında çoğu işletme, av sezonuna hazırlık aşamasında bakım onarım giderleri nedeniyle komisyoncu ya da balık unu-yağı fabrikalarından avans almaktadırlar. Bunun karşılığı olarak yıl boyunca ürünü avans aldıkları kişiler vasıtasıyla satmak zorunda kalmaktadırlar. Bu durumda olan üreticilerin araştırma alanında çok fazla olması da pazarlamada rekabetin düşmesine neden olmaktadır. Bu durum pazarlamada etkin olan balık unu- yağı fabrikaları ve komisyoncuların kendi aralarında anlaşarak belli fiyatlar uygulamasına olanak sağlamaktadır.

İlçelerde üretim yapan ve balık haline uzak olan küçük işletmeler ise araç kiralama giderini düşürmek amacıyla perakendeci/yerel tüccar vasıtasıyla ürünü satmaktadır. Bu tür üreticiler ikinci bir aracı kullanmaları nedeniyle rekabet açısından güçsüz olmaktadır.

4.5.7. İşletmelerin Pazarlamada Karşılaştığı Sorunlar

4.5.7.1.Yetiştiricilik İşletmelerinin Pazarlamada Karşılaştığı Sorunlar

Üretim kapasiteleri 30 ton/yıl altında olan işletmeler genelde pazarlamada sıkıntı yaşamadıkları belirtmişlerdir. Denizde üretim yapan işletmeler ise pazarlamada çeşitli sıkıntılar yaşamaktadırlar. Bunun başlıca sebebi alabalığın yaz ayında sıcaklığın artışından etkilenmeleri ve üretim miktarının fazla olması gösterilebilir. Kafeslerde su ürünleri yetiştiriciliği yapan işletmeler alabalığı ekim-haziran aylarında yetiştirmek zorundadırlar. Su sıcaklığının artışıyla beraber temmuz ayına kadar ürünü satmak zorunda kalmaktadırlar. Ürünün belli bir

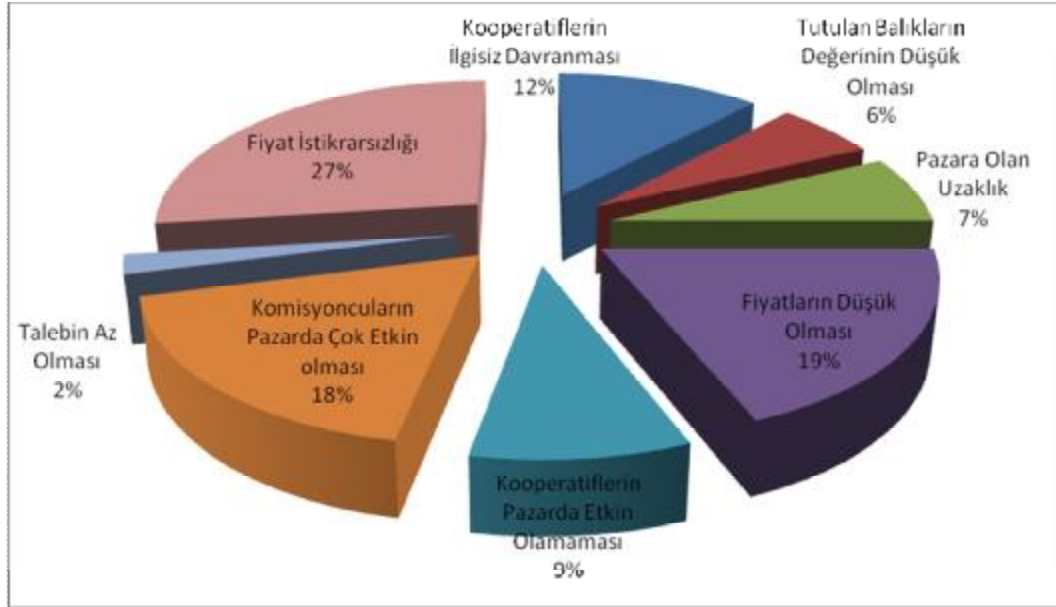
zaman dilimi içerisinde satılma zorunluluğu, üreticilerin pazarda etkinliğini düşürmektedir. Bu nedenle işletmeler o zaman dilimi içinde çok düşük fiyata ürünü satmaktadırlar.

Bunun dışında işletmeler genel anlamda pazarlamada problem yaşamamaktadır. Avcılıkla üretim yapan işletmeler ile karşılaştırıldığında yetiştiricilik işletmelerinin pazarda daha etkin olduklarını söyleyebiliriz. Çünkü ürünü istedikleri zaman (deniz işletmeleri hariç) pazara sunma şansları bulunmaktadır.

Diğer taraftan ürünün işlenerek ve raf ömrü uzatılarak değerlendirilmesi faydalı görünmektedir. Nitekim KARSUSAN A.Ş. bu modeli 2007 yılında uygulamaya koymuştur. 100 ton Alabalık fileto şeklinde işlenerek pazarlanmıştır. Büyük işletmelerin bu modelde yoğunlaşmaları faydalı görünmektedir.

4.5.7.2. Avcılık İşletmelerinin Pazarlamada Karşılaştığı Sorunlar

İşletmeler ürünü pazarlama esnasında çok değişik problemlerle karşılaşmaktadır. Çeşitli etkenler belli oranlarda ürünü pazarlamada sorun teşkil etmektedirler. İncelenen işletmelere pazarlamada yaşadıkları sorunlar sorulmuştur. İşletme sahiplerini pazarlamada yaşadıkları sorunların en önemli sebepleri olarak fiyat istikrarsızlığının olması, fiyatın düşük olması ve komisyoncuların pazarda çok etkin olması gibi faktörlere bağlamaktadırlar. Bunun yanında kooperatiflerin ilgisiz davranması, kooperatiflerin pazarda etkin olamaması, pazara olan uzaklık, tutulan balıkların ticari olarak değerinin düşük olması, talebin az olması gibi sebeplerden dolayı pazarlamada sorunlar yaşamaktadırlar (Şekil 4.16).



Şekil 4.16. Avcılık İşletmelerinin Pazarlamasa Karşılaştığı Sorunların Oransal Dağılımı, (%).

Bunun yanında büyük işletmeler rekabet halindedirler. Karadeniz Balıkçılığında sürekli tekne boyunu, motor gücünü ve teknik cihazları kullanma eğilimi hâkimdir. Bunun için gerek komisyonculara, gerek bankalara gerekse de balık unu fabrikalarına borçlanmaktadır. Bu tür işletmelerin kredi ve borç kullanımdan dolayı pazarlamada güçsüz oldukları ve sorun yaşadıkları belirlenmiştir.

5. SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Su ürünleri üretiminin hem iç tüketim hem de dış ticaret açısından önemi sürekli artmaya devam etmektedir. Türkiye’de su ürünleri üretimi ve pazarlanması konusu pek çok sorunları ile beraber aynı zamanda her yıl gelişmeler de göstermektedir. Su ürünleri üretiminde yüksek paya sahip olan alanlardan biri olan Trabzon ilinde yürütülen bu çalışma ile elde edilen başlıca sonuçlar şunlar olmuştur:

➤ Hem avcılık hem de yetiştiricilik üretimi yapan işletme sahiplerinin eğitim seviyelerinin düşük ve genellikle orta yaşın üzerinde oldukları belirlenmiştir. Bu durum sektörle ilgili yapılacak olan düzenlemeler ve yenilikler açısından bir dezavantaj olarak görülmektedir.

➤ Avcılık yoluyla üretim yapan işletme sahiplerinin kaynakların kullanımı ve sürdürülebilirliği açısından yeterince bilinçli olmadıkları tespit edilmiştir. Oysaki çoğu üretici balıkçı bir aileden gelmektedir.

➤ Avcılık yapan işletmeler, sürekli av araçlarını geliştirme eğilimindedirler. Bunun sonucunda artan bir av baskısı ve illegal avcılık ortaya çıkmaktadır. İşletmelerin av araçlarını sürekli geliştirme alışkanlıklarını terk ederek ürünün işlenmesi ve depolaması aşamalarında yatırıma yönelmeleri karlılığı ve sürdürülebilir üretimi artıracaktır.

➤ Av baskısının azaltılması için tekne boyu artırımının tamamen durdurulması ve ÖTV’siz mazot uygulamasına son verilmesi, yetiştiricilikte olduğu gibi ürün destekli bir sisteme geçilmesi faydalı olacaktır. Bu şekilde sektördeki kayıt dışılık da bir ölçüde önlenmiş olacaktır.

➤ Ayrıca balıkçılık dışında herhangi bir geliri olmayan küçük işletmelerin (<12m) belli bir ölçüde farklı geliştirilecek bir yöntemle desteklenmelerinin gerekli olduğu kanaatine varılmıştır. Bunun için ayrıca bir çalışmanın yapılması faydalı olacaktır.

➤ Avcılık yapan işletme sahiplerinin avcılıkla ilgili basit bir kararın alınmasında veya alınan bu kararlara uyulması konusunda bile işbirliği içinde olmadıkları tespit edilmiştir.

➤ Balıkçılık/avcılık risk oranı yüksek bir meslektir. Fakat riskin yüksek olmasına karşın çoğu küçük tekne sahibi ve tayfanın sosyal güvencesi yoktur. Bunun için gerekli yasal düzenlemenin yapılması ve uygulanması gerekmektedir.

➤ Araştırma alanında işletmelerin tamamına yakını kooperatif üyesi olmasına karşın kooperatiflerin pazarda etkinliğinin olmadığı görülmektedir.

➤ Avcılık yapan küçük işletmeler, “üretici satış birleşmeleri” biçiminde bir yapılanmaya gidebilirler. Kooperatif dışı ve daha basit bir örgütlenme şekli olan bu yapıda, belirli bir bölgede aynı ürünü üreten üreticilerin satış döneminde birini aracı seçmelerine dayanır. Bu biçimde rekabet güçleri artacaktır.

➤ İç sularda yetiştiricilik yapan işletmelerin su kaynakları üzerinde yapılan çalışmalar, tarımda gübre kullanımı ve kaynakların çeşitli yollardan kirletilmesi nedeniyle üretimde sıkıntı yaşadıkları saptanmıştır. Tatlı suyun çok önem kazandığı bu dönemde, kaynakların korunması için gerekli yasal düzenlemelerin yapılması gerekir.

➤ Yetiştiricilik yoluyla sektöre yapılan girişimlerde herhangi bir risk ve pazarlama analizinin yapılmadığı belirlenmiştir. Üretim miktarının gelecekte artmasıyla birlikte ciddi bir pazarlama sorunu yaşanabilir. Sektöre bilinçsizce yapılan girişimler diğer işletmeleri de etkileyecektir.

➤ Araştırma alanında yetiştiricilik yapan işletmelerin yem maliyetlerini minimize etmek, pazarlamada etkin olmak amacıyla ciddi bir biçimde güçlerini birleştirmeleri ve ürünün işlenmesine önem vermeleri gerekmektedir. Böyle yapılanma ile daha fazla gelir elde etmek mümkün olacaktır.

➤ Avcılık yoluyla üretim yapan işletmelerde pazarlama organizasyonun taşıma, depolama, pazar saydamlığı açısından yetersiz olduğu ortaya çıkmıştır.

➤ Pazar saydamlığının çözümü için pazar bilgilerinin pazarlamaya katılan herkese ulaştırılması gerekir. Fakat su ürünleri pazarlamasında daha önceki bölümlerde değinildiği gibi fiyatların günlük olarak çok değişken olması büyük bir dezavantajdır. Kurulacak yeni bir sistemde başlıca pazar verileri şunlar olmalıdır.

✓ Özellikle üretimin çok yoğun olduğu eylül ayından mayıs ayına kadar olan dönem için arz, talep ve fiyat tahminlerinin yapılması.

✓ Günlük ve haftalık toptan fiyatlar.

- ✓ Önemli yurtiçi pazarlardaki toptan ve perakende fiyat serileri.
- ✓ Günlük, aylık fiyat dalgalanmaları ve nedenleri
- ✓ Bölgeler arasındaki fiyat farklılıkları.

Bu sistem pazarlamaya katılan herkese fayda sağlayacağı için bu görevi kooperatifler ya da su ürünleri müstahsilleri derneği gibi ilgili kuruluşlar yürütülebilir. Bununla ilgili finansman satışıdaki kesintiler ile devlet katkısı ile gerçekleştirilebilir.

➤ Üreticilerin pazar gücünün çok iyi olmadığı gözlenmiştir. Üreticilerin tamamına yakını kooperatif ya da üretici birliği üyesi olmasına karşın örgütlenmelerin pazarlamada etkinliği yoktur. Üreticilerin pazar gücünü koruyacak biçimde örgütlenmeleri faydalı olacaktır. Bunun için gerekli destekler/krediler verilebilir.

➤ Su ürünleri çabuk bozulabilen bir ürün olması nedeniyle ürünün kısa sürede tüketilmesi, piyasa değerinin korunması ya da değerini artırması açısından dondurulması, işleme aşamalarından geçmesi (füme, konserve, kurutma, salamura, surimi vb.) önemlidir. Su ürünlerinin korunması için soğuk muhafazaya alınması ya da dondurulması faydalı olacaktır. Su ürünleri işleme ve dondurma işlemleri sayesinde ürün geniş bir zaman dilimi içerisinde tüketime sunulacaktır. Bu sayede kayıplar minimize edilmiş olacaktır.

➤ Su ürünlerinin pazarlamasında ülke düzeyinde de organize edilmiş pazarlama stratejileri ve pazarlama organizasyonu olmadığından araştırma alanında da ürünlerin pazarlanmasında çeşitli problemler ve kayıplar yaşanmaktadır. Bu nedenle pazarlamada haksız rekabetin önlenmesi için bazı dünya ülkelerinde kurulmuş olan balık borsalarının ülkemizde de kurulması faydalı olacaktır. Kurulacak olan balık borsası sayesinde balığa verilen tek fiyat üreticileri mağdur etmeyecek, haksız rekabeti önleyecektir.

➤ Su ürünlerinin pazarlanmasıyla ilgili yönetmeliklerde belirtilen şartların çoğunluğunun araştırma alanında yerine getirilmediği tespit edilmiştir (Ek-3). Her şeyden önce mevcut yapı buna henüz hazır değildir. Bunun yanında Trabzon balık halinin çok sağlıksız olduğu ve yeterli denetimin olmadığı belirlenmiştir. Balık

halinin kapalı bir alana kurulması hem ürünün muhafazasını hem de denetimini kolaylaştıracaktır.

➤ AB müzakerelerinde sıkıntı yaşanmaması için tüketicinin ortak pazarlama standardı uygulanması, geniş katımlı üretici örgütlerini kurulması ve gelişmiş pazarlama plânlamasıyla arz-talep dengesinin oluşturulması gereklidir.

➤ Trabzon balık halinin gerek mevcut kapasitesi gerekse sahip olduğu imkânların kısıtlı olması nedeniyle çok yetersiz olduğu görülmüştür. Perakende ve toptan satış yönetmeliğinde belirtilen çoğu kuralın uygulanmadığı belirlenmiştir. Yönetmelikte belirtilen müzayede öncesi soğuk muhafaza odası, sosyal üniteler, değerlendirme ve paketlenme ünitesi, soğuk muhafaza üniteleri, buz imal ünitesi, ambalaj malzemeleri odası, alet ekipman yıkama ve dezenfeksiyon bölümü ve arıtım ünitesi gibi balık halinde olması gereken kısım ve imkânlar yoktur. Kısa süre içerisinde Samsun ve İstanbul'daki balık hallerine benzer balık hallerinin kurulması gerekmektedir.

➤ Trabzon ilinde bulunan sabit perakende satış yerlerinin yönetmelikte belirtilen kurallara uydukları tespit edilmiştir (Ek-3). Sabit olmayan perakendecilerin su ürünleri satışları, çevre şartlarından etkilenmektedir. Elektrik ve aydınlatma sistemleri bulunmamaktadır. Satışı yapılacak taze su ürünleri, soğutuculu ya da buzlu, yarı kapalı ve 0 °C ile +4 °C arasında sıcaklığı sağlayacak ortamlarda satışa sunulması gerekirken bu şartları taşıyan sistemleri yoktur.

KAYNAKLAR

- ALTINIŞIK, S., 2006. Çanakkale İli Deniz Balıkçılığının Sosyo-Ekonomik Durumu ve Pazarlama Yapısı. Trakya Üniv., F.B.E., Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi.
- ANONYMOUS, 2001. Su Ürünleri ve Su Ürünleri Sanayi Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Özel İhtisas Komisyon Raporu. DPT Yayınları No: 2575- ÖİK: 588, Ankara,
- ANONYMOUS, 2007a. Türkiye İstatistik Kurumu, Su Ürünleri Yayınları, Ankara.
- ANONYMOUS, 2007b. TKB Trabzon İl Müdürlüğü, Proje İstatistik Şubesi.
- ANONYMOUS, 2007c. TKB. Trabzon İl Müdürlüğü, Kontrol Şubesi.
- ANONYMOUS, 2008a. www.tarim.gov.tr, (erişim tarihi:23.2.2008).
- ANONYMOUS, 2008b. www.faoadriamed.org/html/SysStat/Statistics.html-28k (erişim tarihi 03.04.2008).
- ANONYMOUS, 2008c. www.trabzon.gov.tr (erişim tarihi 02.01.2008)
- ANONYMOUS, 2008d. www.tuik.gov.tr (erişim tarihi 25.08.2008).
- ANONYMOUS, 2008e. www.tugem.gov.tr (erişim tarihi 13.05.2008).
- ANONYMOUS,2008f. http://tarim.gov.tr/AB_tarim/balikcilik/ayrintili_tarama_sunumlar/7state_aid_in_fisheries.ppt (erişim tarihi 01.07.2008).
- ANONYMOUS, 2008g. <http://www.kkgm.gov.tr/sirkuler/37-1-1.html> (erişim tarihi 25.08.2008)
- ANONYMOUS, 2008h. www.alomaliye.com/su_urun_yetistir_yonetmelik.htm - 80k (erişim tarihi 22.08.2008)
- ANONYMOUS, 2008i. <http://www.kkgm.gov.tr/yonetmelik/1380y2.html> (erişim tarihi 25.08.2008)
- ANONYMOUS, 2008j. <http://www.abveteriner.org/dosyalar/supolitikalar.pdf> (erişim tarihi 01.07.2008).
- ANONYMOUS, 2008 k. <http://fxcuisine.com/default.asp?language=2&Display=32&resolution=high> (erişim tarihi 17.08.2008).

- ANONYMOUS, 2008l. <http://www.haber1.com/haber/20080415/Tarimda-istihdam-azalmasi-hizlandi.php> (erişim tarihi 15.04.2008).
- AVAN, S.,2007. Manyas Gölü Balıkçılığının Sosyo-Ekonomik Analizi. Marmara Üniv., F.B.E., Su Ürünleri Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- BALCI, M., URAL, M., ÇİÇEK, E., BEKÇİ, H.,2002. Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Su Ürünleri Üretim ve Yetiştiricilik Tesislerinin Yapısal ve Teknik Özelliklerinin Araştırılması Sonuç Raporu, TAGEM/HAYSUD/2001/07/01/13.
- ÇAKIR, H., 1988. İzmir’de Su Ürünlerinin Pazarlanması ve Tüketimi. Dokuz Eylül Üniv. Deniz Bil. ve Tekn. Enstitüsü, Deniz Bilimleri Anabilim Dalı, Canlı Deniz Kaynakları Programı. İzmir.
- ÇELİKER, S. A., DÖNMEZ, D., DEMİR, A., GENÇ, Y., KALANLAR, Ş., ÖZDEMİR, İ., 2006. Karadeniz Bölgesi’nde Su Ürünleri Avcılığı Yapan İşletmelerin Sosyo-Ekonomik Analizi. TKB Tarım Ekonomisi Araştırma Enstitüsü. Ankara.
- ÇELİKER, S. A., DEMİR, A., GÜL, U., DÖNMEZ, D., ÖZDEMİR, İ., KALANLAR, Ş., 2008. Ege Bölgesinde Su Ürünleri Avcılığı Yapan İşletmelerin Sosyo-Ekonomik Analizi. TKB Tarım Ekonomisi Araştırma Enstitüsü. Ankara.
- ÇELİKKALE, M.S., DÜZGÜNEŞ, E., OKUMUŞ, İ., 1999. Türkiye Su Ürünleri Sektörü, Potansiyeli, Mevcut Durumu, Sorunları ve Çözüm Önerileri”, İstanbul Ticaret Odası Yayınları (İTO),No. 1999-2, Lebib A.S., İstanbul. 414 s.
- ÇIKIN, A. M. YERCAN., 1995. Tarımda Üretici Örgütlenmesi. Türkiye Ziraat Müh. IV. Teknik Kongresi. TOBB. Ziraat Mühendisleri Odası. Ankara.
- ÇIKIN, A., ELBEK A.G.. 1991. Fishery Co-operatives in Turkey and EU (in Turkish). Eğitiminin 10. yılında Su Ürünleri Sempozyumu. 12-14 Kasım, İzmir, 751 s.
- DAĞTEKİN M. ve AK O., 2007. Doğu Karadeniz Bölgesi’nde Su Ürünleri Tüketimi, İhracat ve İthalat Potansiyeli, SUMAE Yunus Araştırma Bülteni,7:3.
- DOĞAN, K., 1997. Su Ürünleri Sektörü Türk Ekonomisinin Neresinde. Su Ürünleri Mühendisleri Yayın Organı. İstanbul.

- DOĞAN, K., 2002a. Su Ürünleri Sektörünün Tarım Sektörü İçindeki Yeri ve Önemi. TKB İstanbul İl Müdürlüğü Yayın Organı. 80:8-12
- DOĞAN, K., 2002b. Su Ürünleri Pazarlamasında Toplam Kalite Yönetimi.TKB İstanbul İl Müdürlüğü Yayın Organı., 81:12-16
- DOĞAN, K. 2003. Türkiye’de Su Ürünleri Yetiştiriciliği ve Pazarlaması. TKB İstanbul İl Müdürlüğü Yayın Organı, 83: 12-21.
- EMEKSİZ, F., 1994. Adana İlinde Yerfıstığı Pazarlama Organizasyonu ve Etkinliğinin Değerlendirilmesi, Ç.Ü.Z.F. , 9, (1):195-210
- EMEKSİZ, F. ALBAYRAK, M., GÜNEŞ,E., ÖZÇELİK, A., ÖZER,O.O., TAŞDAN,K., 2005. Türkiye’de Tarımsal Ürünlerin Pazarlama Kanalları ve Araçlarının Değerlendirilmesi. Ziraat Mühendisleri Odası. Ankara.
- EMRE Y., DİLER İ., SEVGİLİ H., OSKAY D.A., SAYIN C., 2007. Akdeniz Bölgesindeki Alabalık İşletmelerinin Yapısal Özelliklerinin İncelenmesi (2002-2003), Ulusal Su Günleri Sempozyumu. Antalya.
- ER, C., 1996. Köy Kalkınma Kooperatifleri ve İşlevleri. Karınca Kooperatif Postası Derg., (713):6-8.
- ERTEK, A.G., 1995., Su Ürünlerinde Pazar Araştırması, Ege Üniversitesi Basımevi Bornova, İzmir. 139s.
- GORDON, C. E., 1983. Engineering, Economics and Fisheries Management. Farmhand Publ.: Survey, 108 s.
- GÖĞÜŞ, A.K., KOLSARICI N. 1992. Su Ürünleri Teknolojisi, Ankara Üniversitesi Gıda Bilimi ve Teknolojisi Bölümü. Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları. Yayın No:1243, 143s.
- GUİLLAUME, J., KAUSHİK, S., BERGOT, P., METAİLLER, R., 2001. Nutrition and Feeding of Fish and Crustaceans, Praxis PublishingS Ltd, Chichester, UK,. 408 p.
- GÜNEŞ, T, 1968. Genel Tarımsal Pazarlama Ankara Üniversitesi Yayınları, Yayın no:311. Ankara. 197s.
- GÜNEŞ, T., 1996. “Tarımsal Pazarlama”, A.Ü. Ziraat Fakültesi Yayınları, No:1467, Ankara.

- GÜNGÖR, H., 1998. The Production And Marketing Of Fishery Products : A Case Study In The North-West Region Of Turkey. International Symposium on Fisheries and Environment. 4-6 Eylül, Trabzon.
- İNAN, İ.H., 2006. Tarım Ekonomisi ve İşletmeciliği, Genişletilmiş ve Güncelleştirilmiş 6.Baskı, Tekirdağ, 372s.
- KARAKAŞ, H.H., 2001. Mühendislik, Ekonomi ve Balıkçılık Yönetimi. Bitirme Tezi. K.T.Ü. Sürmene Den.Bil.Fak., 54 sayfa, (Basılmamıştır).
- KARAKAŞ, H.H., 2005. Şanlıurfa'da Su Ürünleri Potansiyeli. Eyvan Dergisi, 19, 29-30.
- KARATAŞ, G., 1995. Adana İli Karataş İlçesinde Su Ürünleri Üretimi ve Pazarlama Yapısı. Çukurova Üniv., F.B.E., Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı. Adana.
- KNUDSEN, S. 1998. What Role Can Fishermen's co-operatives Play in Turkish Fishery Sector? (in Turkish). E.Ü. Su Ürünleri Dergisi, 15(3-4):315-329.
- KNUDSEN S., TOJE H. 2008. Post-Soviet Transformations In Russian and Ukrainian Black Sea Fisheries: Socio-Economic Dynamics and Property Relations. Southeast European and Black Sea Studies, Volume 8, Issue 1 March 2008 , pages 17 - 32
- KOTLER, P., 1994. Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control. 8. Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- MÜLAYİM, Z.G., 1995. Kooperatifçilik. II. Baskı. 553s, Yetkin Yayınları. Ankara.
- ÖZEN, S., 2006, Tekirdağ İli Deniz Balıkçılığının Sosyo-Ekonomik Durumu ve Pazarlama Yapısı, Trakya Üniv., F.B.E., Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı. Yüksek Lisans Tezi. Tekirdağ.
- ÖZÇELİK, A., 1999. Türkiye'de Kooperatifçiliğin Başarısı İçin Beklenenler. Karınca Kooperatifçilik Postası Derg., (745):9-12.
- RAD, F., 1999. Türkiye'deki Gökkuşluğu Alabalığı (*Oncorhynchus mykiss* Walbaum, 1792) İşletmelerinin Teknik ve Ekonomik Analizi, Doktora Tezi, Ankara Üniv., F.B.E., Su Ürünleri A.B.D., 117s. Ankara,

- SEYİS, T., 2003. Türkiye’de Su Ürünleri Pazarlama Sistemi ve Balık Hallerinin Fonksiyonel Durumu. Ege Üniv., F.B.E., Su Ürünleri Temel Bilimler Anabilim Dalı, Doktora Tezi
- SOYLU, M., 1988. Marmara Bölgesinde Tatlı Su Ürünleri Üreten İşletmelerin Yapısal ve Ekonomik Analizi, Doktora Tezi, İst. Üniv. Deniz Bilimleri ve Coğ. Enst. İstanbul, 108s.
- ŞAHİNLER S., CAN F.M., ve GÖRGÜLÜ Ö., 2005. Samandağ İlçesinde (Hatay) Balıkçılığın Genel Durumu ve Çözüm Önerileri Üzerine Bir Araştırma. Fırat Üniv. Fen ve Müh. Bil. Der. 17 (4), 605-611.
- TURAN, A. ve Z.G. MÜLAYİM., 1994. Süt Fabrikası İşleten Tonya ve Bütün Köylerini Kalkındırma Kooperatifinin Tarımsal Kooperatif İşletmeciliği Yönünden Analizi. 94 Kooperatifçilik Yıllığı, Türk Kooperatifçilik Kurumu. Yay. No:85, s:34-45. Ankara.
- UZMANOĞLU S., SOYLU M., 2006. Karasu (Sakarya) Bölgesi Deniz Balıkçılarının Sosyo-Ekonomik Yapısı. E.Ü. Su Ürünleri Dergisi 23 - Ek (1/3): 515-518.
- ÜSTÜNDAĞ, E., AKSUNGUR, M., DAL, A., YILMAZ, C., 2000. Karadeniz Bölgesinde Su Ürünleri Yetiştiriciliği Yapan İşletmelerin Yapısal Analizi ve Verimliliğinin Belirlenmesi, Su Ürünleri Merkez Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü. Trabzon, 105s.
- YURTSEVER, N., 1984., Deneysel ve İstatistik Metotlar Köy Hizmetleri Genel Müdürlüğü Yayınları. Genel Yayın No:121, Teknik Yayın No:56. Ankara.
- ZENGİN, M. ve TABAK, İ., 1997. Doğu Karadeniz Bölgesindeki Balık İşletmelerinin Yapısal Özellikleri. Akdeniz Balıkçılık Kongresi. 9-11 Nisan . 451-456. İzmir.

ÖZGEÇMİŞ

01.05.1979 tarihinde Elazığ'da doğdum. İlkokulu Elazığ'da okuduktan sonra ortaokul ve lise öğrenimimi Adana'da tamamladım. 1999 yılında Çukurova Üniversitesi Su Ürünleri Fakültesini kazandım. Üniversiteyi okurken aynı zamanda Çukurova Üniversitesi Rektörlüğü bünyesine memur olarak görev yaptım. Üniversiteyi bitirdikten sonra Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Trabzon Su Ürünleri Merkez Araştırma Enstitüsüne Mühendis olarak atandım ve halen aynı kurumda görevime devam etmekteyim.

EKLER

Ek-1. Türkiye’de Su Ürünleri Üretimi ve Pazarlamasıyla İlgili Yönetmelikler

Su Ürünleri Avcılığıyla İlgili Yönetmelik

Denizlerde ve iç sularda ticari amaçlı su ürünleri avcılığı iki yılda bir Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü tarafından düzenlenen tebliğlerde belirtilmektedir. Araştırmanın yapıldığı dönemlerde, 2006–2008 av dönemine ait 37/2 numaralı tebliğlerde belirtilen hususlar çerçevesinde avcılık yapılmıştır.

37/2 numaralı tebliğler 4 bölümden meydana gelmektedir. Birinci bölümde amaç ve tanımlara yer verilmiştir. İkinci bölümde denizlerle ilgili yasaklara yer verilmiştir. Bu bölüm kısımlara ayrılmış olup, trol yasakları, cins ve boy yasakları, av vasıtası yasakları, dalyan ve lagünlerde alınacak tedbirler, bölge ve yer yasakları ve diğer yasaklar gibi konulara yer verilmiştir. Tebliğin üçüncü bölümünde iç sularda yapılan avcılıkla ilgili yasaklar yer almaktadır. Bu bölümde zaman, boy ve ağırlık yasakları, avlanmanın tamamen yasaklandığı iç sular, deniz ve iç sularla ilgili genel hükümler yer almaktadır. Dördüncü bölümde ise deniz ve iç sularla ilgili hükümlere yer verilmiştir. Birinci bölümün 2. maddesinde bazı tanımlara yer verilmiştir.

Tebliğin 2. bölüm 15. maddesinde bazı türlerin avlanabilir asgari boyları ve ağırlıkları belirtilen su ürünlerinin daha küçüklerinin avlanmaları yasaktır (Çizelge 4.24).

Çizelge 4.24. Ticari önemi yüksek olan bazı türlerin asgari avlanma boyları ve ağırlıkları.

Tür	Latince Adı	Asgarî Boy (cm)	Asgarî Ağırlık (gr)	
Ahtapot	<i>Octopus vulgaris</i>	-	1000	
Barbunya	<i>Mullus barbatus</i>	13	-	
Çipura	<i>Sparus auratus</i>	15	-	
Hamsi	<i>Engraulis encrasicolus</i>	9	-	
İstakoz	<i>Homarus gammarus</i>	25	-	
İstavrit	İstavrit (Karagöz İstavrit)	<i>Trachurus trachurus</i> <i>Trachurus mediterraneus</i>	13	-
Kalkan	<i>Scophthalmus maximus</i> <i>Scophthalmus rhombus</i> <i>Scophthalmus maeotica</i>	40	-	
Kefal (Amuderya kefali)	<i>Mugil so-iuy</i>	35	-	
Kefal (Sarıkulak kefal)	<i>Liza aurata</i>	30	-	
Kefal (Has kefal)	<i>Mugil cephalus</i>	30	-	
Kefal (Diğer kefaller)	<i>Mugil (Oedalechius) labeo</i> <i>Chelon labrosus</i> <i>Liza ramada</i> <i>Liza saliens</i>	20	-	
Kılıç	<i>Xiphias gladius</i>	130	-	
Kırlangıç	<i>Chelidonichthys lucerna</i>	18	-	
Kolyoz	<i>Scomber japonicus</i>	18	-	
Levrek	<i>Dicentrarchus labrax</i>	18	-	
Lüfer	<i>Pomatomus saltatrix</i>	14	-	
Mavi yengeç	<i>Callinectes sapidus</i>	8	-	
Minekop(Kötek, Karakulak)	<i>Umbrina cirrosa</i>	25	-	
Palamut	<i>Sarda sarda</i>	25	-	
Pisi	<i>Pleuronectes spp.</i>	20	-	
Sarıkuyruk	<i>Seriola dumerili</i>	30	-	
Ton (Orkinos)	<i>Thunnus thynnus</i>	90	30	
Uskumru	<i>Scomber scombrus</i>	20		
Uzunkanat orkinos	<i>Thunnus alalunga</i>	60		
Yazılı orkinos	<i>Euthynus alletteratus</i>	45		

Kaynak: Anonymous, 2008g.

Su ürünleri avcılığı ve istihali ile ilgili olarak denizlerde ve iç sularda alınacak tedbirler 4. bölüm 35. maddede şu şekilde belirtilmiştir.

a) Avlanma yasağı süresince istihali yasaklanan su ürünlerinin her ne suretle olursa olsun satışı, nakli ve imalatta kullanılması yasaklandığından, yasak başlamadan önce avlanan, satışa sunulacak ürünler ile işleme, değerlendirme ve muhafaza tesislerine

konan ürünler için, yasağın başlamasından itibaren en geç 24 saat içerisinde ürünün ya da tesisin bulunduğu yerdeki il müdürlüğüne başvuru yapılarak stok tespiti yaptırılması zorunludur.

Stok tespiti yaptırılan su ürünleri, il müdürlüğünden izin alınmadan kullanılamaz, satılamaz, nakledilemez ve ihraç edilemez.

b) Avlanma yasağından önce stoklanmış su ürünlerinin yasak dönemdeki ihracatında, stok tespitini yapan il müdürlüğünden ihracat izni alınması zorunludur.

c) Yasak olmayan yer ve zamanlarda istihsal edilen su ürünlerinin yasak yerlere nakledilebilmesi için avlanmanın yapıldığı yerin il veya ilçe müdürlüğünden “Menşei Belgesi” alınması ve istenildiğinde ilgililere gösterilmesi zorunludur.

ç) Menşei belgesi alınarak yasak yerlere sevk edilen su ürünlerinin satışı için, satışın yapılacağı yerin il müdürlüğünden ayrıca izin alınması zorunludur. (Çok zorunlu hallerde il müdürlükleri bu yetkilerini ilçe müdürlüklerine kullandırabilirler.)

d) Düzenlenecek menşei belgesinin yer, zaman ve av araçları yönünden bu tebliğ ile getirilen yasak, sınırlama ve yükümlülükler ile uyumlu olması zorunludur.

e) Av yasağından önce avlanılan iç su balıklarının, yasağın başlamasından itibaren en geç 7 gün içerisinde satışı, nakli, pazarlanması ve işlenmesi zorunludur.

(2) Avlanma yasağı süresince gemilerde ve istihsal yerlerinde her türlü av malzemeleri, teçhizat, alet, edevat ve yemlerle takımların bulundurulması yasaktır. Ancak, yasak zaman ve yerlerden geçiş için il müdürlüklerinden izin alan gemilerde bu hüküm uygulanmaz.

(3) Tüp, nargile, maske, zıpkın ile dalış yapılarak, şnorkel ve sualtı tüfekleri kullanılarak su altında ticari amaçla balık avcılığı yasaktır.

(4) Her türlü patlayıcı, öldürücü, bayıltıcı, uyuşturucu, uyutucu, uyarıcı, zehirleyici, aşındırıcı kimyasal maddeler, karpit, sönmemiş kireç, balık otu vb. ile su ürünleri avcılığı yapılması, bu maddelerin gemilerde ve av mahallerinde bulundurulması yasaktır.

(5) Bilimsel ve teknik etüt ve araştırmalar yapmak veya istihsalde bulunmak amacıyla dip trolü, elektrik cereyanı ve elektroşok gibi vasıta ve usulleri kullanacak olanlar önceden Bakanlığın iznini almak zorundadırlar.

(6) Hazinesinin veya Devlet Su İşleri Genel Müdürlüğü'nün mülkiyetinde veya devletin hüküm ve tasarrufu altında bulunan bütün istihsal sahalarında su ürünleri yönünden yapılacak her türlü bilimsel, teknik etüt ve araştırmalar ile bu alanlarda yapılacak her nevi üretim ve ıslah çalışmaları, su ürünlerinin korunması bakımından önceden Bakanlığın iznine tabidir.

(7) Su ürünleri üretiminin ülke çapında kontrolünün sağlanabilmesi için; bunlara ait damızlık, yumurta, larva, yavru ve anaçlarla sulardaki bitkilerin satışı, nakli, istihsal yerlerinde avlanması, toplanması ve her türlü tesislerde kullanılması, sulara bırakılması 10. bentte yer alan hükümler saklı kalmak kaydıyla Bakanlığın iznine bağlıdır.

(8) İç sularda, karada ve denizlerde su ürünleri yetiştirmek amacı ile yapılacak her türlü tesis ve işletmeler için önceden, Bakanlık, izninin alınması zorunludur.

a) Yetiştiricilik tesislerine ait kafeslerin çevresindeki 200 metrelik sahada her türlü su ürünleri avcılığı yasaktır.

b) Yetiştiricilik suretiyle elde edilen su ürünlerinin nakli ve satışı, menşei belgesi alınmak kaydıyla boy, zaman ve yer yasaklarına tabi değildir.

c) Deniz ürünleri yetiştiriciliği yapılan tüm kuluçkahanelerin, denizden su alım sistemine su alım noktalarından itibaren 500 m yarıçaplı mesafede, her türlü su ürünleri avcılığı yasaktır.

(9) Yavru hariç, canlı su ürünleri stoklamak amacıyla ticari olarak her türlü gölet, havuz ve livar yapılması il müdürlüklerinin iznine bağlıdır.

(10) Kiralama işlemleri devam etmekte olan, ihalesi yapılmamış veya kiralama işlemleri bitmemiş istihsal sahalarında kiralama işlemi kesinleşinceye kadar ticari olarak su ürünleri istihsalı yasaktır.

a) Ticari amaçlı su ürünleri avcılığı yapmak üzere projeye dayalı olarak Bakanlıkça izin verilmiş tüm deniz ve iç su alanlarında kira müddetince kiracı dışında avcılık yapılması yasaktır. Bu yasak alanlarda yapılacak istihsale ilgili esas ve usuller Bakanlıkça belirlenir.

b) Su ürünleri yetiştirmek amacı ile müteşebbisler tarafından, projeleri onaylansa bile, istihsal sahalarının kiralama işlemleri kesinleşmeden, bu istihsal sahalarında, il müdürlüklerinden "Canlı Stoklama Belgesi" alarak yavru stoklanması yasaktır.

(11) Deniz balıklarının üremek ve beslenmek için girdiği dalyan, lagünler, mansap yerleri ve bunun gibi kıyı alanlarında her türlü yavru balık toplanması yasaktır.

(12) Gemiler için verilen ruhsat tezkeresine ait ruhsat numarasının, plaka olarak görülebilecek şekilde gemiye yazılması zorunludur.

(13) Bu tebliğlerde belirtilen yasak, sınırlama ve yükümlülükleri belirlemeye ve ilân etmeye Bakanlık yetkilidir. Mülki idareler, diğer bakanlıklar ve ilgili kamu kuruluşları, özel ve tüzel kişiler bu tebliğlerde belirtilen yasakları, doğal afetler (kuraklık, sel, yangın, sağlık vb.) haricinde kaldıramazlar, bu yasaklara aykırı veya yeni yasaklama kararı alamazlar, ilan edemezler (Anonymous, 2008g).

Su Ürünleri Yetiştiriciliği İle İlgili Yönetmelik

Türkiye’de Su ürünleri yetiştiriciliği Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Tarımsal Üretim Genel Müdürlüğü tarafından hazırlanan su ürünleri yetiştiriciliği ile ilgili 29.6.2004 tarih ve 25507 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan yönetmelik ve daha sonra düzenlenen ek bentler doğrultusunda gerçekleştirilmektedir.

Yönetmeliğin birinci bölümünde amaç, kapsam, hukuki dayanak ve tanımlar açıklanmıştır.

Yönetmeliğin ikinci bölümünde tesislerin kurulma yerleri ve aranacak şartlar belirtilmiştir. Yönetmeliğin 5. maddesinde su ürünleri yetiştiriciliği amacıyla kurulacak tesis yerlerine ilişkin genel hususlar belirtilmiştir.

a) Karada, bir su kaynağı üzerinde birden fazla tesis kurulması ve bir tesisten çıkan suyu diğer tesislerin kullandığı durumlarda; suyun miktar ve kalite açısından uygunluğunun ve diğer tesisleri olumsuz yönde etkilemeyeceğinin, su ürünleri konusunda eğitim veren fakülteler veya su ürünleri araştırma enstitüleri veya su ürünleri ile ilgili enstitüler tarafından düzenlenecek rapor ile belgelendirilmesi şartıyla, tesisin üretim durumu da dikkate alınarak, İl Müdürlüğünün teklifi üzerine Bakanlık Merkez Teşkilatı tarafından belirlenir.

b) Karada kurulacak yetiştiricilik tesislerinde, tesislerin hijyenik açıdan birbirini menfi yönde etkilemesinin söz konusu olmadığı durumlarda (kullanılacak suyun ayrı bir kaynaktan sağlanması veya aynı su kaynağından ayrı bir kanalla alınması), su

debisinin tesisler için yeterli miktarda olması halinde tesisler arasında mesafe şartı aranmaz.

c) İç su kaynaklarının verimli kullanılması amacıyla, 100 lt/sn ve daha az debiye sahip su kaynakları üzerinde kurulacak tesislerde, bu kaynağın tamamını üretimde kullanabilecek üretim kapasitesine sahip olması gerekir. 100 lt/sn den büyük debiye sahip su kaynakları üzerinde 25 ton/yıldan daha az kapasitede işletme kurulamaz. Ancak, kurulacak tesis için öngörülen yeterli alan bulmanın mümkün olmadığı bölgelerde, il müdürlüğünün bu yönde görüş bildirmesi halinde bu şart aranmaz.

d) Baraj gölleri, göletler ve diğer iç su kaynaklarındaki yetiştiriciliğe tahsis edilecek su yüzeyi alanı ve diğer esaslar, Bakanlık merkez teşkilatı ve ilgili kurumlar tarafından ortaklaşa belirlenir.

e) Baraj göllerinde ağ kafeslerde su ürünleri işletmeleri arasındaki mesafe 250 metreden az olmamak şartıyla, yetiştiriciliğe tahsis edilecek alan, proje kapasitesi, su derinliği, akıntı hızı gibi kriterler esas alınarak oluşturulan İl Müdürlüğü görüşü dikkate alınarak Bakanlık merkez teşkilatınca belirlenir.

f) Deniz ve iç sularda ağ kafeslerde üretime tahsis edilecek alan, rotasyona imkan verecek şekilde, kafeslerin işgal ettiği alanın iki katından az olamaz. Gerektiğinde kafeslerin yerinin il müdürlüğüne değiştirilmesi sağlanır.

g) Denizde ve iç sularda, her türlü can ve mal emniyetinin temini bakımından, ağ kafeslerin kurulduğu saha ile kuluçkahanelerin denizden su alım ve deşarj sistemleri şamandıra ve çakar şamandıralar kullanılarak belirlenir. Denizde seyir emniyeti yönünden, IALA standartlarında, gece ve gündüz mânia işaretleri ile gösterilir. İşaretlemede kullanılan şamandıra ve çakar şamandıralar kiralanın alanın dışına taşamaz.

h) Denizlerde, çevre düzeni planı çalışmaları sonucunda su ürünleri yetiştiriciliğine ayrılan alanlarındaki, yetiştiricilik tesisleri arasındaki mesafe, proje kapasitesi, su derinliği, akıntı hızı ve yetiştiricilik teknikleri ile bu konudaki İl Müdürlüğünün görüşü dikkate alınarak Bakanlık merkez teşkilatı tarafından belirlenir. Çevre düzeni planı çalışması yapılmayan alanlarda, iki orkinos yetiştiriciliği (besiciliği) işletmesi arasındaki mesafe ile denizlerde ağ kafes işletmeleri ve orkinos yetiştiriciliği (besiciliği) işletmeleri arasındaki mesafe iki

kilometreden; denizlerde ağ kafes yetiştiricilik tesislerinde bir kilometreden az olmamak üzere, proje kapasitesi, su derinliği, akıntı hızı gibi kriterler esas alınarak oluşturulan il müdürlüğü görüşü dikkate alınarak Bakanlık merkez teşkilatı tarafından belirlenir.

i) Kuluçkahaneler ile diğer su ürünleri işletmeleri ve iki kuluçkahane arasındaki mesafe, tesislerin proje kapasiteleri, su alım ve deşarj sistemleri ve üretim teknikleri esas alınarak Su Ürünleri Araştırma Enstitüleri, Su Ürünleri Üretim İstasyonları veya ilgili bilimsel kuruluşlarca hazırlanacak rapor ve İl Müdürlüğü görüşü dikkate alınarak Bakanlık merkez teşkilatı tarafından tespit edilir.

j) Su ürünleri yetiştiriciliği yapılacak alanların verimli kullanımının sağlanması için, su ürünleri yetiştiriciliği projelerinin minimum kapasiteleri Bakanlık merkez teşkilatınca belirlenir.

k) Ağ kafeslerde su ürünleri yetiştiriciliği yapılacak alanlarda, soğuk su balıkları yetiştiriciliğinde, 20 °C'nin üzerindeki su sıcaklık periyodu ile donma varsa, donmanın başlangıç ve bitiş tarihleri dikkate alınarak üretim planlaması yapılır.

l) Açık deniz (Off-shore) yetiştiriciliği, denizlerde, kapalı koy ve körfezlerin dışında, su derinliği asgari kırk metre olan yerlerde uygun teknolojiler kullanılarak yapılır. Ancak, proje kapasitesi, su derinliği, akıntı hızı ve yetiştiricilik tekniğinin uygun olduğu durumlarda ise Bakanlık merkez teşkilatının görüşü alınarak, derinliği kırk metreye ulaşmayan sahalarda da açık deniz yetiştiriciliğine izin verilebilir.

m) Denizlerde ağ kafeslerde su ürünleri yetiştiriciliği için ihtiyaç duyulan kara alanlarının büyüklüğü, Bakanlık merkez teşkilatı ve/veya il müdürlüğü tarafından belirlenir.

n) Müşterek yetiştiricilik alanlarının belirlenmesi ve bu alanlardaki yerleşim planlaması, Bakanlık Merkez Teşkilatının onayı alınmak kaydıyla, il müdürlüğü tarafından yapılır. Mecburi yer değişiklikleri dâhil, bu alanlardaki su ürünleri yetiştiricilik faaliyetlerine ilişkin usul ve esaslar Bakanlık Merkez Teşkilatınca hazırlanacak genelge ile düzenlenir.

o) Mevcut yetiştiricilik tekniklerinin dışında, yeni teknolojiler kullanılarak üretim yapılacak su ürünleri yetiştiricilik tesislerine izin verme yetkisi Bakanlık

Merkez Teşkilatında olup, uygulamaya ilişkin usul ve esaslar Bakanlık Merkez Teşkilatınca hazırlanacak genelge ile belirlenir.

ö) Kabuklu, eklembacaklı ve yumuşakça yetiştiriciliğine ilişkin usul ve esaslar Bakanlık Merkez Teşkilatınca hazırlanacak genelge ile belirlenir.

Yönetmeliğin 3. bölüm 6. maddesinde su ürünleri yetiştiriciliği yapmak amacıyla yapılan müracaatların, değerlendirilmesinde uygulanacak usul ve esaslar belirtilmiştir.

a) Su ürünleri yetiştiricilik tesisi kurmak isteyen müteşebbisler, ilgili İl Müdürlüğüne müracaat ederek Bakanlık Merkez Teşkilatından izin almak zorundadır.

b) Su ürünleri yetiştiriciliği yapmak isteyen müteşebbisler, dilekçelerine üzerinde tesisin kurulacağı yerin işaretlendiği 1/25.000 ölçekli saha haritasını da ekleyerek; yetiştiricilik tesisinin kurulacağı yerdeki İl Müdürlüğüne müracaat ederler. İl Müdürlüğüne, on beş gün içerisinde, oluşturulacak bir teknik ekip tarafından mahallinde inceleme yapılır [...]

İl Müdürlüğü, ön izin için gerekli olan, müteşebbisin müracaat dilekçesi ile tesisin kurulacağı yerin işaretlendiği 1/25.000 ölçekli harita, su ürünleri yetiştiriciliği ön etüt raporu, su tahlil sonuç raporu, kroki ve müteşebbis tarafından temin edilmesi gereken diğer belgelerle birlikte, uygun görüşünü de belirterek, Bakanlık merkez teşkilatından ön izin talebinde bulunur.

c) İl Müdürlüğüne, ön izin belgelerini temin etmesi için müteşebbise müracaat tarihinden itibaren sekiz ay süre verilir. Bu sürede gerekli belgelerin tamamlanmaması halinde, müteşebbisin müracaatı işlemden kaldırılır. Ancak, bu konuda mazeret beyan eden müteşebbisin gerekçeli talebinin uygun görülmesi halinde, İl Müdürlüğüne gerekçeye uygun ek süre verilebilir. Ek süre verilmesi durumunda ise Bakanlık Merkez Teşkilatına bilgi verilir.

d) Denizlerde ve iç sularda, aynı alanda yetiştiricilik yapmak amacıyla, birden fazla müracaatın bulunması halinde, ilk müracaat sonuçlanıncaya kadar, diğer müracaatlar değerlendirilmek üzere bekletilir. İlk müracaatın gerçekleşmemesi halinde diğer müracaatlar, müracaat sırasına göre değerlendirmeye alınır.

e) Baraj göllerinde ağ kafeslerde yetiştiricilik için yapılan müracaat, o baraj gölü için yapılan ilk müracaat ise; Bakanlık merkez teşkilatı tarafından, Devlet Su İşleri Genel Müdürlüğünün görüşü alınır ve işlemler bu doğrultuda yürütülür.

Su ürünleri yetiştiricilik tesis projelerinin onayı ile ilgili genel hükümler 8. maddede açıklanmıştır.

a) Su ürünleri yetiştiricilik tesisi kurmak isteyen ve ön izin alan müteşebbisler, tesise ilişkin projelerini Bakanlık merkez teşkilatı ve/veya il müdürlüğüne onaylatmak zorundadırlar.

b) Proje hazırlanırken, Bakanlık merkez teşkilatı tarafından belirlenen proje hazırlama talimatı ve dispozisyonu esas alınır. Proje hazırlamaya yetkili gerçek ve tüzel kişiler tarafından hazırlanan uygulama projesinin keşif-metraj cetvelleri, ait olduğu yılın, Bayındırlık ve İskan Bakanlığı birim fiyatlarıyla, bu fiyatlar açıklanmamış ise, Bayındırlık ve İskan Bakanlığı'nın açıklayacağı artırım oranı dikkate alınarak hesaplanır. Proje beş nüsha olarak, onaylanmak üzere İl Müdürlüğüne teslim edilir. Müteşebbisler, her bir proje nüshasına, Bakanlık merkez teşkilatı tarafından İl Müdürlüklerine gönderilen, proje konusu ile ilgili şartnamenin noter onaylı bir suretini eklemek zorundadırlar.

c) Su ürünleri yetiştiricilik tesisleri projelerinin onayında ÇED Yönetmeliği'nin ilgili hükümlerine uygunluk şartı aranır ve bu şartın sağlandığına dair belge projeye eklenir.

d) Denizlerde ve iç sularda uygulanacak yetiştiricilik projelerinin onay mercileri Bakanlık merkez teşkilatınca hazırlanacak genelgeler ile belirlenir.

e) Onay yetkisi İl Müdürlüğünde olan projeler onaylandıktan sonra, projenin bir nüshası il müdürlüğünde kalır. Bir nüshası onayı müteakip on beş gün içinde Bakanlık merkez teşkilatına gönderilir. İl müdürlüğünce onaylanan projeler için kiralama söz konusu ise, kiralama teklifi bir nüsha proje ile birlikte, ilgili kuruluşa yapılır ve sonucundan Bakanlık merkez teşkilatına bilgi verilir. Onaylanmış projenin diğer iki nüshası ise müteşebbise verilir.

f) Onay yetkisi Bakanlık merkez teşkilatında olan projeler, Bakanlık merkez teşkilatına gönderilmeden önce il müdürlüğü tarafından incelenir ve varsa eksikleri

tamamlatılır. Beş nüsha olarak düzenlenen proje, il müdürlüğünün görüş yazısı ile birlikte onay için Bakanlık merkez teşkilatına gönderilir.

g) Onay yetkisi Bakanlık merkez teşkilatında olan projeler onaylandıktan sonra, bir nüshası Bakanlık merkez teşkilatında kalır. Onaylanan proje için kiralama söz konusu ise, projenin bir nüshası kiralama için ilgili kuruluşa yapılacak müracaat sırasında kullanılmak, iki nüshası müteşebbise verilmek ve bir nüshası da il müdürlüğü arşivinde muhafaza edilmek üzere dört nüsha proje il müdürlüğüne gönderilir.

Su ürünleri yetiştiricilik tesislerine yetiştiricilik belgesi verilmesinde uygulanacak usul ve esaslar yönetmeliğin 3. bölüm 9. maddesinde açıklanmıştır.

a) Su ürünleri yetiştiricilik tesisleri, su ve/veya alan kiralama işlemlerini tamamlayıp üretime geçtikten sonraki bir ay içerisinde, "Su Ürünleri Yetiştiricilik Belgesi" almak için il müdürlüğüne müracaat etmek zorundadır. İl müdürlükleri, tesis sahibinin müracaatından sonraki on beş gün içinde gerekli incelemeleri yaparak, Bakanlıkça belirlenen formata uygun olarak denetim raporunu düzenleyip, "Su Ürünleri Yetiştiricilik Belgesi"ni ve "Su Ürünleri Kuluçkahane Yetiştiricilik Belgesi"ni onaylanmak üzere denetim raporu ile birlikte Bakanlığa gönderirler.

b) "Su Ürünleri Yetiştiricilik Belgesi" her tesis için bir adet tanzim edilir. Onaylanan asıl belge müteşebbise verilir; tasdikli birer fotokopisi Bakanlık merkez teşkilatı ve İl Müdürlüğünde dosyalanır.

c) Söz konusu belge, tesisin idari binasında kolaylıkla görebilecek bir yerde asılı durur.

d) Proje değişikliği, proje devri, isim değişikliği ve benzeri durumlarda, yetiştiricilik belgesi iptal edilerek yeni duruma uygun Su Ürünleri Yetiştiricilik Belgesi'nin düzenlenmesi için; proje ile ilgili olarak, kiralama yapılan kuruluştan da devir işlemleri sonuçlandırıldıktan sonra, daha önceki "Su Ürünleri Yetiştiricilik Belgesi" nin aslı iptal edilmek ve yeni duruma uygun olarak düzenlenmiş "Su Ürünleri Yetiştiricilik Belgesi" onaylanmak üzere, "Denetim Raporu" ile birlikte Bakanlık merkez teşkilatına gönderilir.

e) Herhangi bir nedenle faaliyetlerine son verilen su ürünleri yetiştiricilik tesislerinin Su Ürünleri Yetiştiricilik Belgeleri, iptal edilmek üzere il müdürlükleri tarafından Bakanlık merkez teşkilatına gönderilir.

f) Herhangi bir nedenle üretime ara verecek olan müteşebbisler, ara verme gerekçesini ve süresini belirten dilekçelerine yetiştiricilik belgesinin aslına eklemek suretiyle il müdürlüğüne müracaat ederler. Bu tesislere ait yetiştiricilik belgelerinin asılları, söz konusu tesis yeniden üretime başlayıncaya kadar il müdürlüklerinde muhafaza altında tutulur. Söz konusu durumla ilgili olarak il müdürlükleri tarafından Bakanlık merkez teşkilatına bilgi verilir.

g) Müteşebbisler, daha önce Bakanlık merkez teşkilatı ve/veya il Müdürlüğü tarafından verilen yetiştiricilik belgelerini, yenileri ile değiştirmek için bu Yönetmeliğin yayımı tarihinden itibaren bir yıl içerisinde il müdürlüğüne müracaat ederler.

h) Müteşebbisler, Su Ürünleri Yetiştiricilik Belgelerini, üç yılda bir il müdürlüklerine vize ettirmek zorundadırlar.

Su ürünleri yetiştiricilik tesis projelerinin iptalini gerektiren genel hükümler yönetmeliğin 3. Bölüm 10. maddesinde belirtilmiştir:

a) Kurulacak tesis ile ilgili olarak, tamamlanması gereken kiralama işlemlerinden, en son tamamlanan kiralama işlemi ile ilgili kiralama tarihi başlangıç kabul edilerek, temrin planında öngörülen sürenin bitimini takip eden bir yıl içerisinde, yatırımını tamamlayıp üretime geçmeyen müteşebbisin projesi iptal edilir. Müteşebbisin gerekçeli talebi ve bu talebin Bakanlık merkez teşkilatınca uygun bulunması halinde, bu süre bir defaya mahsus olmak üzere bir yıl uzatılır. Sürenin aşılması durumunda, onayı il müdürlüğüne yapılan projelerin iptali İl Müdürlüğüne yapılır ve Bakanlık merkez teşkilatına bildirilir. Onayı Bakanlık merkez teşkilatınca yapılan projelerin iptali ise, İl Müdürlüğünün teklifi üzerine Bakanlık merkez teşkilatınca yapılır.

b) Yetiştiriciliği olumsuz etkileyebilecek nitelikte, sonradan oluşan veya varlığı sonradan anlaşılan çevresel, fiziksel ve kimyasal etkenler veya doğal afetler nedeniyle (a) bendinde belirtilen sürenin aşılması proje iptal nedeni olarak kabul edilmez. Bu durumda, müteşebbise altı aylık karar verme süresi tanınır ve altı ay sonunda müteşebbis tarafından, kısıtlayıcı durumu ortadan kaldıracı faaliyet

yürütmek veya yer değişikliği gibi çözüme yönelik bir teklif gelmemesi durumunda proje iptal edilir. Bu kısıtlayıcı durumu ortadan kaldırmaya yönelik bir faaliyet teklifi gelmesi ve bu önerilen bu faaliyetin uygun bulunması halinde, teklif edilen uygulama için yeterli olacak ek süre verilir. Altı aylık karar verme süresi içinde, müteşebbis projede değişiklik önerisinde bulunursa, bu yönetmeliğin 11 inci maddesindeki hükümler uygulanır. Bu madde kapsamına giren projelerle ilgili karar merci, projeyi onaylayan mercidir.

c) Su ürünleri avlak sahalarının yetiştiricilik veya ıslah amacıyla projeli olarak kiralanması halinde; proje iptali için, termin planında her bir yıl için yapılacağı taahhüt edilen yatırımların, o yılın üzerinden bir yıl geçmesine rağmen gerekçesiz olarak yerine getirilmemesi ve bu durumun İl Müdürlüğünce bir raporla tespit edilerek Bakanlık merkez teşkilatına bildirilmesi durumunda, Bakanlık merkez teşkilatı tarafından proje iptal edilir.

c) Müteşebbisin yükümlülüklerini yerine getirmemesi nedeniyle kira sözleşmesi feshedilen tesislerin projeleri de iptal edilir. Onayı İl Müdürlüğünce yapılan projelerin iptali İl Müdürlüğünce yapılır ve Bakanlık merkez teşkilatına bildirilir. Onayı Bakanlık merkez teşkilatınca yapılan projelerin iptali ise, İl Müdürlüğünün teklifi üzerine Bakanlık merkez teşkilatınca yapılır.

(Anonymous, 2008h).

Su Ürünlerinin Pazarlanması ile İlgili Yönetmelik

Toptan ve Perakende Satış Yerleri Yönetmeliği, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü tarafından düzenlenen 1380-3288 sayılı Su Ürünleri Kanununa istinaden 27.04.2007-26505 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan değişikliklerle yeniden düzenlenmiştir. Yönetmeliğin birinci bölümde amaç, kapsam, dayanak ve tanımlara yer verilmiştir.

Su Ürünleri Toptan ve Perakende Satış Yerleri Yönetmeliğinin 5.maddesi aşağıda şekilde belirtilmiştir.

Belediye sınırları ve mücavir alanlar içerisinde su ürünlerinin toptan alım ve satımının su ürünleri halinde veya su ürünleri toptan satış merkezinde yapılması

zorunludur. İhraç edilmek veya işlendikten sonra iç tüketime arz edilmek üzere, tekmeden tekneye veya doğrudan su ürünleri sanayine yapılacak satışlar hariç, su ürünleri hali veya toptan satış merkezi dışında su ürünlerinin toptan satışı yapılamaz.

Su ürünleri hali veya toptan satış merkezi içinde her ne şekilde olursa olsun, perakende satış yapılamaz. Bu amaç için, müzayede alanlarından tamamen bağımsız olarak oluşturulmuş alanlarda perakende satış yapılabilir.

Deniz ve iç sulardan yetiştiricilik ya da avcılık yoluyla elde edilen ürünlerin karaya çıkarıldığı belediye ve mücavir alan sınırları içerisinde toptan satış yeri yoksa, bu ürünlerin perakendecilere toptan satışı, menşe belgesi ya da satış belgesi ile yapılır.

Yönetmeliğin 3.bölüm 6.7.8. maddelerinde su ürünleri hali kuruluş ve çalışma izinler hakkında bilgilere yer verilmiştir.

a) Su ürünleri hali öncelikle, imar planlarında belirlenmiş ve bu amaçla tahsis edilmiş alanlarda kurulur. [...]

b) Su ürünleri hali, mesken, işyeri, zararlı madde üreten tesisler ve benzeri yerlere yakın alanlarda kurulamaz. Bu amaç için oluşturulan sağlık koruma bandı ilgili İmar Müdürlüğüne korunur.

c) Balıkçı barınaklarına ait imar planları yapılmış ve bu imar planında da bu amaçla yer ayrılmışsa belirlenen bu alanlarda kurulur.

d) Su ürünleri hali tercihen deniz veya göl kenarlarında kurulur. [...]

Su ürünleri halinde bulunması gereken kısımlar 4. bölüm ve 9. maddede açıklanmıştır. Su ürünleri halinde bulunması gereken asgari üniteler aşağıda belirtilmiştir.

Ürün kabul alanı, müzayede öncesi soğuk muhafaza odası, müzayede alanı, yazıhaneler, bürolar, idari ünite, hakem kurulu bürosu, denetim ve kontrol ünitesi, sosyal üniteler, değerlendirme ve paketleme ünitesi, soğuk muhafaza üniteleri, buz imal ünitesi, ambalaj malzemeleri odası, alet ekipman yıkama ve dezenfeksiyon bölümü ve arıtım ünitesinin olması gerekir. Eğer perakende satış yapılacak ise, su ürününün toptan satışının yapıldığı müzayede alanından bağımsız olması gerekir. [...]

Yönetmeliğin 15. maddesi şu şekilde belirtilmiştir. Alıcılar balıkçı esnafı olmalıdır. Balıkçı esnafı dışında işletmeci tanzim satış maksadıyla bizzat alıcı olabileceği gibi, aynı amaçla işletmecinin gözetim, denetim ve organizasyonu altında, işletmece alıcı müsaadesi verilen şahıslar alıcı olarak müzayedeye katılabilir. Satışlar işletmece sıkı şekilde izlenir ve denetlenir. İşletmeci, su ürünlerinin gerçek piyasa fiyatında satılmasını sağlamak, gerek müstahsilin ve gerekse işletme aleyhine olacak şekilde anlaşmalı ve muvazaalı satışları önlemekle sorumludur.

Su ürünleri, hale giriş sırasına göre satışa arz edilir. Hal içerisinde yer tahsisi yapılan komisyoncular, yetkili müzayede memuru gözetiminde yapılacak açık artırmada birbirlerinden ürün alıp satarlar. Ancak, satın alınan su ürünü hal içerisinde ikinci kez satılamaz.

Su ürünlerinin satış saatleri dışında, soğuk muhafaza ünitelerinde bulundurulmaları zorunludur. Hal dâhilinde ürünler gelişigüzel yerlerde teşhir edilemez ve bekletilemez.

Halde satılmayan su ürünleri, sahibi durumundaki şahıslar tarafından geri alınmak veya çekilmek istendiği takdirde, işletmeciye bir hizmet bedeli öder. Soğuk muhafaza ünitesine konulacak su ürünü için de, aynı şekilde hizmet bedeli ödenir.

Satış günü içerisinde satılmayıp, soğuk muhafaza ünitesine gönderilen su ürünleri, işletmeciye bildirilir. Soğuk muhafaza ünitesinden çıkarılan su ürünleri için, normal satış prosedürü uygulanır.

Halde toptan satışı yapılmış su ürünleri, halin bulunduğu il sınırları içerisinde satışa sunulacak ise komisyoncu tarafından üç suret faturası kesilerek, ilk nüshası alıcılara ikinci nüshası işletmeciye verilir. [...].

Satın alınan su ürünlerinin, alıcılar tarafından işletmece belirlenen en kısa zamanda su ürünleri hali dışına çıkarılması zorunludur. [...]

Satış işlemleri, yörenin özelliğine göre işletmeci tarafından belirlenen ve ilan edilen başlangıç ve bitiş saatleri içerisinde yapılır. El konulan avlanması yasak su ürünleri, bu saatler dışında satılabilir. Tatil günlerinde de nöbetçi memurlar günlük işlemlere devam ederler.

Yönetmeliğin 16.maddesine göre; Halden ürünlerin çıkışı, belirlenmiş olan yerlerden yapılır. Ürünlerin hal dışına çıkarılması esnasında işletmeci tarafından gerekli kontroller yapılır.[...]

Halden hale toplu su ürünleri naklinde sağlık sertifikası aranır.

İlk satışı yapılmış olan su ürünleri, depolama ve nakliye süresince ürün formuna göre, uygun sıcaklıklarda tutulur.

Su ürünleri hiçbir şekilde kontaminasyona neden olabilecek ya da hijyenini etkileyebilecek başka ürünlerle bir arada depolanamaz veya nakledilemez.

Su ürünlerinin nakliyesinde kullanılan vasıtalar, ürün formuna uygun sıcaklığı muhafaza edebilecek yapıda donatılmış, ısı yalıtımlı kapalı kasası veya frigorifik özelliği olan soğutmalı araçlar olmalıdır. [...]

Su ürünleri, toptan satış yerlerinden perakende satış yerlerine, açıkta veya üstü açık şekilde nakledilemez.

Yönetmeliğin 7. bölümünde su ürünleri toptan satış merkezinin kuruluş, çalışma izinleri ve ürün satışına yer verilmiştir. Su ürünleri toptan satış merkezinin kurulmasında aranılan asgari şartlar 17. maddede verilmiştir.

a) Su ürünleri toptan satış merkezi öncelikle, imar planlarında bu amaçla tahsis edilmiş alanlarda kurulur. [...].

b) Balıkçı barınaklarına ait imar planları yapılmış ve bu imar planında da bu amaçla yer ayrılmışsa buralarda kurulur.

c) Su ürünleri toptan satış merkezi tercihen deniz veya göl kıyısında kurulur.

Su ürünleri toptan satış merkezinde bulunması gereken asgari üniteler 20. maddede belirtilmiştir.

Ürün kabul alanı, müzayede alanı, idari ünite, denetim ve kontrol ünitesi, sosyal üniteler, buz imal veya muhafaza ünitesi, perakende satış ünitesi, ambalaj malzemeleri odası, yardımcı üniteler ve ürün girişi, satışı ve çıkışı ünitelerinin bulunması gerekir.

Toptan satış merkezine giriş yapan su ürünlerinin satışı müzayede alanı içerisinde canlı, taze soğutulmuş olarak açık artırma veya gerektiğinde pazarlık usulüyle yapılır. [...]

Satışlar su ürünlerinin türlerine bağlı olarak adet, kilo, kasa, kutu, sepet gibi ölçüler baz alınarak yapılır. Ürünler satış merkezinde giriş sırasına göre satışa sunulur. Satış esnasında, tartı ve sayımda mal sahibi ve alıcının kontrolü esastır.

Sahibi bulunmayan veya el konulan avlanması yasak su ürünlerinin satışında 1380 sayılı Su Ürünleri Kanununun ilgili hükümleri uygulanır.

Su ürünleri, işletmeci tarafından belirlenen ve ilan edilen saatler dışında satılamaz. Ürünlerin satış saatleri dışında soğuk muhafaza ünitelerinde bulundurulması zorunludur.

Satış sonrası ürüne ait fatura veya sevk irsaliyesi kesilerek, ilk nüshası alıcılara verilir. Faturası veya sevk irsaliyesi bulunmayan ürünlerin merkezden çıkarılmasına izin verilmez.

Yönetmeliğin 8. bölüm 25. maddesinde perakende satış yerleri ile ilgili bilgilere yer verilmiştir.

Su ürünleri; alışveriş merkezleri, balık satış amaçlı dükkânlar gibi sabit perakende satış yerleri ile sabit olmayan, semt pazarları gibi belirli zamanlarda kurulan perakende satış yerleri dışında doğrudan tüketiciye satılamaz.

Ürünlerin olumsuz çevre şartlarından etkilenmesini önleyecek donanıma sahip sürekli soğutmalı araçlar dışındaki seyyar satış araçları kullanılarak perakende satış yapılamaz.

Perakende satış yerlerinde, satılan ve sergilenen ürünlerin toptan satış yerlerinden, nakil ve sağlık koşullarının kontrol edilerek geldiğini gösterir belgeler ile menşe belgesinin ve istenildiğinde yetkililere gösterilmek üzere, toptan satış yeri çıkış faturalarının da bulundurulması zorunludur.

Yönetmeliğin 26.maddesinde sabit perakende satış yerleri aşağıdaki teknik ve sağlığa uygunluk şartlarını taşımalıdır.

a) Duvarlar su geçirmeyen, pürüzsüz, kolaylıkla temizlenebilir ve dezenfekte edilebilir nitelikte olmalı ve sürekli temiz tutulmalıdır...

b) Satış yerinde, uygun havalandırma sağlanmalı ve bu yer, gün ışığına eşdeğer bir şekilde aydınlatılmalıdır. Aydınlatma su ürününün doğal rengini değiştirmeyecek özellikte olmalıdır.

c) Tuvaletler ürünlerin satışa sunulduğu, sergilendiği, ambalajlandığı alanlara doğrudan açılmayacak şekilde yapılmış olmalı ve bu yerlerde, lâvabo, sıcak/soğuk su tertibatına sahip elle kumanda edilmeyen musluk, sıvı sabun ve tek kullanımlık kâğıt havlu bulunmalıdır.

d) Perakende satış yerlerinde mutlak suretle soğuk muhafaza odaları bulunmalı ürünler, sergi ve satış zamanları dışında bu odalarda muhafaza edilmelidir.

e) Kullanılan alet ve ekipmanların temizlik ve dezenfeksiyonunun yapılabileceği yerler tesis edilmiş olmalı ve uygun temizlik maddeleri ile dezenfekte edilmelidir. Dezenfektan maddeleri, ürünü etkilemeyecek şekilde, ayrı bir bölümde, kapalı ve kilitli olarak muhafaza edilmelidir.

f) Perakende satış yerlerinde taze ürünler, gün ışığından toz ve rüzgârdan koruyan kapalı veya yarı kapalı, soğutma sistemli paslanmaz tezgâhlarda ya da dolaplarda, 0 °C ile +4 °C arasında, nemli ortamlarda sergilenmeli ve satışa sunulmalı; dondurulmuş ve işlenmiş ürünler ise ürün formuna uygun sıcaklığı sağlayacak ortamlarda sergilenmeli ve satışa sunulmalıdır. [...]

Gün ışığından, toz ve rüzgârdan korunmuş kapalı mekânlar içerisinde taze su ürünlerinin satışı ve sergilenmesi ise; 0 °C ile +4 °C arasında olması şartıyla, yarı kapalı soğutuculu dolaplar veya paslanmaz tezgâhlar üzerinde buzla soğutularak yapılır.

g) Sergileme, ambalaj ve benzeri amaçlar için hiçbir şekilde ahşap malzemeler kullanılmamalıdır.

h) Kullanılan tüm alet ve ekipman sağlığa uygun, kolay temizlenebilir ve dezenfekte edilebilir, pürüzsüz, paslanmayan ve kontaminasyona yol açmayan malzemedir yapılmış olmalıdır.

i) Satış sonrası ürünün ambalajlandığı malzemeler, Bakanlıktan üretim izni almış ambalaj materyallerinden yapılmış olmalıdır.

j) Su ürünleri satış öncesi, müşteri isteğine bağlı olarak, kafa ve iç organların ayrılması gibi işlemlere tabii tutulacaksa, bu gibi işlemler ayrı bir bölümde sağlıklı şartlarda yapılmalı, paslanmaz ve dezenfekte edilebilir materyalden yapılmış, sıhhi tesisata sahip çalışma tezgahı bulunmalıdır [...]

k) Ürünlerin kalitesinin korunması amacıyla, yeterli miktarda ve kalitede buz üretilmeli ya da temin edilmeli ve hijyenik kapaklı kaplar içerisinde depolanmalıdır. Satış yerlerinde kullanılan su ve buz, içme ve kullanma suyu kriterlerine haiz olmalıdır.

l) Perakende satış yerlerinde alıcıların kolayca görebileceği şekilde açıklayıcı bilgilerin ve tazelik kriterlerinin belirtileceği tablolar bulundurulmalıdır.

m) Sergilenen veya satışa sunulan su ürünlerinde, ürünün adını ve fiyatını belirten bir etiket bulunmalıdır. Etiketler üzerinde tüketiciyi kandırıcı, yanıltıcı, ibare ve hüküm bulundurulamaz.

n) Çalışan personel için bir sağlık kurumundan alınmış sağlık raporu aranır. [...]

o) Tüm çalışanlar genel hijyen kurallarına uygun giyinmiş olmalı ve kişisel hijyen kurallarına uymalıdır.

p) Satış yerinde haşereler, kemirgenler ve diğer zararlılar sistematik olarak yok edilmeli ve bunlara karşı koruma sağlayan uygun teçhizat bulunmalıdır.

r) Satış yerinde akvaryum canlıları dışında, su ürünü ve insanlarla temas edebilecek hayvan bulundurulmamalıdır.

s) Çalışma esnasında, çevre ve insan sağlığına zarar verecek uygulamalardan kaçınılmalı ve gerekli tedbirler alınmalıdır.

t) Oluşan atık ve artıkların hijyenik şartlara uygun bir şekilde çevre ve toplum sağlığına zarar vermeden izale, bertaraf ve tahliyesi sağlanmalıdır. [...]

Yönetmeliğin 27. maddesinde semt pazarları gibi belirli zamanlarda kurulan yerlerde perakende su ürünleri satışında aranan şartlar belirtilmiştir.

a) Semt pazarlarında su ürünleri satışları, çevre şartlarından etkilenmeyecek, korunaklı ayrı bölümlerde su, elektrik, aydınlatma sistemlerine sahip, zemini düzgün alanlarda yapılmalıdır. Satışı yapılacak taze su ürünleri, soğutuculu ya da buzlu, yarı kapalı ve 0 °C ile +4 °C arasında sıcaklığı sağlayacak ortamlarda satışa sunulmalıdır. Dondurulmuş ve işlenmiş ürünler ise ürün formuna uygun sıcaklığı sağlayacak soğutuculu dolaplarda sergilenmeli ve satışa sunulmalıdır.

b) Ürünlerin kalitesinin korunması amacıyla, yeterli miktarda ve kalitede buz temin edilmeli ve sağlıklı kapaklı kaplar içerisinde depolanmalıdır. Kullanılan su ve buz, içme ve kullanma suyu kriterlerine haiz olmalıdır.

- c) Bu tür satış yerlerinde, kafa ve iç organların ayrılması gibi kesim ve temizleme işlemleri yapılmamalıdır.
- d) Sergi, ambalaj ve benzeri amaçlar için hiçbir şekilde ahşap malzemeler kullanılmamalıdır.
- e) Satış sonrası ürünün ambalajlandığı malzemeler, Bakanlıktan üretim izni almış ambalaj materyallerinden yapılmış olmalıdır.
- f) Sergilenen veya satışa sunulan su ürünlerinde ürünün adını ve fiyatını belirten bir etiket bulunmalıdır. Etiketler üzerinde tüketiciyi kandırıcı, yanıltıcı, ibare ve hüküm bulundurulamaz.
- g) Semt pazarlarında su ürünü satanların, genel hijyen kurallarına uygun giyinmiş ve çalışanlarının bir sağlık kurumundan sağlık raporu almış olması gerekir. Bu personelin periyodik sağlık kontrolleri ilgili mevzuatına göre yapılarak sağlık karnelerine işlenir (Anonymous, 2008i).

Su Ürünlerinde HACCP Uygulamaları

HACCP, son ürüne dayalı klasik kalite kontrol ve test yöntemleri yerine kontrol ve önleme amaçlı olarak sistemdeki potansiyel nitelikteki, ürüne özel tehlikeleri analiz eden gıda işleme zincirindeki kritik noktaları belirleyen ve oluşumu engelleyici önlemlerle izleme işlemlerini geliştiren ve rasyonel bir gıda güvenliği yönetim sistemidir. HACCP uygulamalarını, su ürünleri etlerinin yapısı ve kimyasal kompozisyonu, su ürünlerinde ölümden sonraki değişiklikleri, kalite zincir uygulamalarını, tazelik kriterlerini, balıkçılık malzemeleri ve işlemlerini, soğutma, dondurarak-muhafaza, tuzlama, kurutma, tütsüleme, konserve ve marinat teknolojileri konularını ve uygulamalarını ayrıntılı bir şekilde içermektedir (Seyis, 2003). Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından 580 sayılı Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliğinin Gıda Hijyeni ile ilgili yedinci bölümünde “Tehlikeli Analizleri ve Kritik Kontrol Noktaları (HACCP)” kavramına yer verilmiş ve kararname gereği yayımlanacak olan gıdaların denetlemesiyle ilgili yönetmeliğin “işyeri sorumluluğu” bölümünde bu kavramın uygulamasının zorunluluğu getirilmiştir.

Gelişmiş ülkelerde HACCP kavramı, su ürünleri üretim, işleme, dağıtım ve satış aşamalarında yer almaktadır. AB ülkeleri dış alımını salt HACCP programlarını uygulayan ülkelerdeki işletmelerden almaktadır (Seyis, 2003).