

EGE ÜNİVERSİTESİ FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ

(YÜKSEK LİSANS TEZİ)

**TÜRKİYE’DE YAŞ MEYVE-SEBZE
PAZARLAMASINDA TOPTANCI HALLERİNİN
ETKİNLİĞİ, KARŞILAŞILAN SORUNLAR VE
ÇÖZÜM ÖNERİLERİ: İZMİR İLİ ÖRNEĞİ**

Eren KAHRAMAN

Tez Danışmanı: Prof. Dr. F. Akın OLGUN

Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı

Bilim Dalı Kodu: 501.07.00

Sunuş Tarihi: 08.05.2012

Bornova-İZMİR


2012

Eren Kahraman tarafından YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak sunulan “Türkiye’de Yaş Meyve-Sebze Pazarlamasında Toptancı Hallerinin Etkinliği, Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri: İzmir İli Örneği” başlıklı bu çalışma E.Ü. Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliği ile E.Ü. Fen Bilimleri Enstitüsü Eğitim ve Öğretim Yönergesi’nin ilgili hükümleri uyarınca tarafımızdan değerlendirilerek savunmaya değer bulunmuş ve 08.05.2012 tarihinde yapılan tez savunma sınavında aday oybirliği/oyçokluğu ile başarılı bulunmuştur.

Jüri Üyeleri:

İmza

Jüri Başkanı : Prof. Dr. F. Akın OLGUN



Raportör Üye : Prof. Dr. M. Metin ARTUKOĞLU



Üye : Doç. Dr. O. Murat KOÇTÜRK



ÖZET

TÜRKİYE’ DE YAŞ MEYVE-SEBZE PAZARLAMASINDA TOPTANCI HALLERİNİN ETKİNLİĞİ, KARŞILAŞILAN SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ: İZMİR İLİ ÖRNEĞİ

KAHRAMAN, Eren

Yüksek Lisans Tezi, Tarım Ekonomisi Bölümü

Tez Danışmanı: Prof. Dr. F. Akın OLGUN

Mayıs 2012, 90 sayfa

Türkiye tarımsal üretimde dünyanın sayılı ülkeleri arasında yer almaktadır. Fakat tarımsal üretim ve pazarlama konusunda, doğaya bağlılık, risk ve belirsizliklerin yüksek oluşu, ürün çeşitliliğinin çok geniş bir yelpazede olması, tarımsal piyasaların istikrarsız olması gibi bir takım olumsuzluklar bulunmaktadır.

Türkiye’ de yaş meyve ve sebze üretim ve pazarlamasına yönelik bir takım sorunlar bulunmaktadır. Günümüze kadar uygulanan politikaların bu sorunların çözümünde başarılı olduğunu söylemek zordur. Yaş meyve-sebze pazarlamasında toptancı halleri büyük rol oynamaktadır. Toptancı hallerine yönelik yasal düzenlemelerin konuyla ilgili kesimlerin (komisyoncu, tüccar, üretici, tüketici vs.) ortak çıkarlarını korumaya yönelik olması gerekmektedir. Bu tezde, Türkiye’de yaş meyve ve sebze toptancı halleri ile ilgili yasal düzenlemeler, yaş meyve ve sebze toptancı hallerinin yapısı ve işleyişi, karşılaşılan sorunlar ve çözüm önerileri üzerinde durulmuştur.

Ayrıca orijinal veriler sadece İzmir İli’ndeki üreticiler ve İzmir Büyükşehir Belediyesi Yaş Meyve ve Sebze Toptancı Hali’ndeki komisyoncular ile gerçekleştirilen anket çalışmaları ile elde edilmiştir. Yapılan anketlerin amacı toptancı hallerinin etkinliğini test etmek ve yaş meyve-sebze pazarlama kanallarında ortaya çıkan sorunları tespit etmektir. Elde edilen veriler likert ölçeği ve mevsimsel fiyat analiz yöntemi ile yorumlanmıştır.

Anahtar sözcükler: Yaş Meyve-Sebze, toptancı hali, etkinlik, hal yasası, pazarlama.

ABSTRACT**THE EFFECTIVENESS OF WHOLESALE MARKETS IN
FRESH FRUIT AND VEGETABLE MARKETING IN
TURKEY. THE PROBLEMS ENCOUNTERED AND
SOLUTION PROPOSALS; EXAMPLE OF İZMİR**

KAHRAMAN, Eren

MSc in Agricultural Economics

Supervisor: Prof. Dr. F. Akın OLGUN

May 2012, 90 pages

Turkey is among the few countries in the world in agricultural production. However in agricultural production there are number of disadvantages, such as dependence on natural resources, high risk and uncertainty, a wide range of product diversity and instability of agricultural markets.

In Turkey, there are number of problems for the production and marketing of fresh fruit and vegetables. To date, the policies implemented are successful in solving these problems are difficult to say. Wholesale markets plays a major role in the marketing of fresh fruit and vegetable. The laws for the wholesale markets should be to protect the common interests of the parties (brokers, traders, manufacturers, consumers etc...) concerned with the subject. In this thesis focused on, The laws related to the fresh fruit and vegetable wholesale markets in Turkey, structure and functioning of wholesale markets for fresh fruit and vegetables, problems and solutions.

In addition, the original data was only collected through face to face interviews with manufacturers in İzmir and brokers in İzmir Büyükşehir Belediyesi Yaş Meyve ve Sebze Toptancı Hali using a questionnaire. The purpose of this questionnaire was to test the effectiveness of wholesale markets and to identify emerging issues of fresh fruit and vegetable marketing channels. This raw data was then interpreted by means of some methods of analysis such as seasonal price analysis and likert scale.

Key words: Fresh fruit and vegetable, wholesale markets, effectiveness, wholesale market law, marketing.

TEŞEKKÜR

Bu çalışmanın sonuçlanmasında bana yardımcı olan sayın hocam Prof. Dr. Akın OLGUN'a, tez konusunun ortaya çıkmasında görüşlerinden yararlandığım sayın hocam Prof. Dr. Ferruh IŞIN'a, tezin biçimlenmesinde katkılarını aldığım sayın hocam Prof. Dr. Nevin DEMİRBAŞ'a ve Araştırma Görevlisi Fatih ÖZDEN'e, gerekli verilerin sağlanmasında kolaylık gösteren İzmir Büyükşehir Belediyesi Yaş Meyve ve Sebze Toptancı Hali Müdürlüğü'ne teşekkürlerimi bir borç bilirim.

Ayrıca çalışma süresince bana maddi, manevi destek veren ve her zaman yanımda yer alan aileme en içten teşekkürlerimi sunarım.

İzmir-2012

Eren Kahraman

İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖZET	v
ABSTRACT	vii
TEŞEKKÜR	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	xv
ÇİZELGELER DİZİNİ	xvii
1. GİRİŞ	1
1.1 Konunun ve Çalışmanın Önemi.....	1
1.2 Çalışmanın Amacı	2
1.3 Materyal ve Yöntem	3
1.3.1 Materyal.....	3
1.3.2 Yöntem	3
2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR	6
3. DÜNYA, AVRUPA BİRLİĞİ VE TÜRKİYE'DE YAŞ MEYVE VE SEBZE SEKTÖRÜNÜN GENEL DURUMU	11
3.1 Dünya Sebze Üretimi.....	11
3.2 Dünya Meyve Üretimi	15

İÇİNDEKİLER (devam)

	<u>Sayfa</u>
3.3 Dünya Sebze ve Meyve Ticareti	18
3.3.1 İthalat	18
3.3.2 İhracat.....	20
3.4 Avrupa Birliği Sebze Üretimi	22
3.5 Avrupa Birliği Meyve Üretimi.....	23
3.6 Türkiye Yaş Meyve-Sebze Üretimi	24
3.7 Türkiye Yaş Meyve-Sebze Dış Ticareti.....	25
3.7.1 İhracat.....	25
3.7.2 İthalat	28
4. AVRUPA BİRLİĞİ YAŞ MEYVE VE SEBZE PAZARLAMA PİYASASI.....	29
4.1 Genel Hatlarıyla Avrupa Birliği Meyve ve Sebze Ortak Piyasa Düzeni	29
5. DÜNYA VE AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE TOPTANCI HALLERİ İLE İLGİLİ UYGULAMALAR.....	32
5.1 Çin.....	33
5.2 ABD	34
5.3 Avrupa Birliği	35

İÇİNDEKİLER (devam)

	<u>Sayfa</u>
5.3.1 Hollanda.....	35
5.3.2 Almanya.....	36
5.3.3 Fransa.....	37
6. TÜRKİYE’DE YAŞ MEYVE VE SEBZE PAZARLAMASINDA TOPTANCI HALLERİNİN YERİ VE ÖNEMİ.....	39
6.1 Türkiye’de Tarihsel Süreçte Toptancı Halleri İle İlgili Yasal Düzenlemeler	39
6.2 5957 Sayılı Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun	48
6.3 5957 Sayılı Yeni Yasada Toptancı Hallerinin Yapısı ve İşleyişi İle İlgili Yapılan Düzenlemeler.....	50
6.4 Türkiye’ de Yaş Meyve ve Sebze Pazarlaması ve Toptancı Haller	55
7. ARAŞTIRMA BULGULARI.....	59
7.1 Araştırma Bölgesinde Seçilen Üreticilerin ve İşletmelerin Genel Durumu ve Pazarlama Yapısı.....	59
7.2 Üreticilerin Satış Yerleri ve Tercih Nedenleri.....	62
7.3 Üreticilerin Yeni Hal Yasası Hakkındaki Düşünceleri.....	68
7.4 İzmir Büyükşehir Belediyesi Hali Komisyoncu (Aracı) Anketi Bulguları.....	69

İÇİNDEKİLER (devam)

	<u>Sayfa</u>
7.4.1 Haldeki araçların genel özellikleri	71
7.4.2 Seçilmiş ürünlerin İzmir Hali'nde işlem görme durumu ve illere göre Türkiye üretimi payları	72
7.5 Seçilen Bazı Ürünlerin Hal Fiyatlarının Analizi	75
7.5.1 Patates Fiyatlarında Mevsimsel Dalgalanmalar	75
7.5.2 Kabak Fiyatlarında Mevsimsel Dalgalanmalar	76
7.5.3 Havuç Fiyatlarında Mevsimsel Dalgalanmalar	76
7.5.4 Sivri Biber Fiyatlarında Mevsimsel Dalgalanmalar	77
8. ARAŞTIRMA SONUÇLARI VE ÖNERİLER	78
KAYNAKLAR DİZİNİ	85
ÖZGEÇMİŞ	90
EKLER	

ŞEKİLLER DİZİNİ

<u>Şekil</u>	<u>Sayfa</u>
3.1 2009 yılında AB ülkelerinin sebze üretim oranları dağılımı (%).....	23
3.2 2009 yılında AB ülkelerinin meyve üretim oranları dağılımı (%)	24
6.1 Türkiye’de yaş meyve ve sebze pazarlama sistemi.....	56
7.1 Üreticilerin 5957 nolu yeni hal yasası hakkındaki düşünceleri.....	68
7.2 Haldeki araçların yeni hal yasası hakkındaki görüşleri.....	71
7.3 Haldeki satışların dağıtım yerlerine göre yüzdesel dağılımı	74
7.4 Patates fiyatlarında mevsimsel dalgalanmalar	75
7.5 Kabak fiyatlarında mevsimsel dalgalanmalar	76
7.6 Havuç fiyatlarında mevsimsel dalgalanmalar	76
7.7 Sivri Biber fiyatlarında mevsimsel dalgalanmalar	77

ÇİZELGELER DİZİNİ

<u>Çizelge</u>	<u>Sayfa</u>
3.1 Dünya Sebze Ekili Alanları ve Öne Çıkan Ülkeler (2005-2010) (Ha)11	
3.2 Ürünlere Göre dünya sebze üretimi (2005-2010) (1000 Ton)12	
3.3 Ülkelere göre dünya sebze üretimi (2005-2010)12	
3.4 Dünya sebze üretiminin ülkelere göre dağılımı (2009) (%)13	
3.5 Dünya patates üretiminde öne çıkan ülkeler (1000ton)13	
3.6 Dünya patates üretiminde öne çıkan ülkeler (1000ton)14	
3.7 Dünya domates üretiminde öne çıkan ülkeler (1000ton)15	
3.8 Dünya meyve üretim alanları ve öne çıkan ülkeler (2005-2010) (Ha)15	
3.9 Ürünlere göre dünya meyve üretimi (2005-2010) (1000 ton)16	
3.10 Dünya meyve üretimi ve öne çıkan ülkeler (1000 Ton)17	
3.11 Dünya meyve üretiminin ülkeler göre dağılımı (2010) (%)17	
3.12 Dünya mandalina üretiminde öne çıkan ülkeler (1000ton).....18	
3.13 Önemli sebzeler ve dünya ithalat miktar değerleri (Milyon \$).....19	
3.14 Önemli meyveler ve dünya ithalat değerleri (Milyon \$)19	
3.15 Dünya sebze ve meyve ithalatında önemli ülkeler (2009).....20	
3.16 Önemli sebzeler ve dünya ihracat değerleri (Milyon \$)20	

ÇİZELGELER DİZİNİ (devam)

<u>Çizelge</u>	<u>Sayfa</u>
3.17 Önemli meyveler ve dünya ihracat değerleri (Milyon \$).....	21
3.18 Dünya sebze ve meyve ihracatında önde gelen ülkeler (2009).....	22
3.19 AB sebze üretiminde önemli ürünler (1000 ton).....	22
3.20 AB meyve üretiminde önemli ürünler (1000 ton).....	23
3.21 Ürün bazında Türkiye meyve ve sebze üretimi (1000 ton).....	25
3.22 Ürün bazında Türkiye meyve ve sebze ihracatı (1000 ton)	26
3.23 Ülke bazında Türkiye meyve ve sebze ihracatı (1000 ton).....	27
3.24 Ülke bazında Türkiye meyve ve sebze ithalatı (1000 ton).....	28
6.1 Seçilmiş ürünlerde 2010 yılı itibariyle ortalama üretici, hal, Pazar ve market fiyatları (TL/kg)	56
7.1 Üreticilerin yaş grupları ve ortalama üretim alanlarına göre dağılımı.....	59
7.2 Üreticilerin eğitim durumları	59
7.3 Yaş gruplarına göre üretici sayısı ve eğitim seviyeleri	60
7.4 Üreticilerin meyve-sebze tarımıyla uğraşma süreleri (yıl).....	60
7.5 Seçilen ürünlerin ortalama üretim alanları	61

ÇİZELGELER DİZİNİ

<u>Çizelge</u>	<u>Sayfa</u>
7.6 2010 yılı itibariyle seçilen ürünlerde üreticilerin eline geçen fiyatlar, İzmir Hal fiyatları ve 3 büyük ilin fiyat ortalamaları (TL/kg)	61
7.7 İncelenen işletmelerde üreticilerin kooperatifleşme oranı	61
7.8 Üreticilerin tüccara satış nedenleri.....	62
7.9 Ürünlerin tüccara satış sebeplerinin etki dereceleri	63
7.10 Üreticilerin hale (komisyoncuya) satış nedenleri	64
7.11 Ürünlerin hale (komisyoncuya) satış sebeplerinin etki dereceleri	64
7.12 Üreticilerin doğrudan tüketiciye satış nedenleri	65
7.13 Ürünlerin doğrudan tüketiciye satış sebeplerinin etki dereceleri.....	66
7.14 Üreticilerin pazarcıya satış nedenleri.....	66
7.15 Ürünlerin pazarcıya satış sebeplerinin etki dereceleri	67
7.16 Üreticilerin işleme sanayiine satış nedenleri	67
7.17 Ürünlerin işleme sanayiine satış sebeplerinin etki dereceleri.....	67
7.18 Üreticilerin ihracatçıya satış nedenleri.....	68
7.19 Ürünlerin ihracatçıya satış sebeplerinin etki dereceleri	68
7.20 Hal içerisinde ürün satışından sonra komisyon oranlarından yapılan yasal kesintiler.....	70

ÇİZELGELER DİZİNİ

<u>Çizelge</u>	<u>Sayfa</u>
7.21 Seçilen ürünlerin İzmir Hali'ndeki işlem miktarları	72
7.22 Seçilen ürünlerin Halde işlem görme oranları.....	73
7.23 Seçilen ürünlerin Haline işlem görme miktarlarının İzmir üretimi ve Hale ürün gönderen diğer illerin üretim miktarlarına oranları	73

1. GİRİŞ

1.1 Konunun ve Çalışmanın Önemi

Günlük yaşamda vazgeçilmez gereksinimlerimiz arasında yer alan yaş meyve ve sebzenin ekonomik önemi kadar insan beslenmesinde de özel bir yeri bulunmaktadır. Nitekim yaş meyve ve sebzeler içerdekileri su, mineral, protein, karbonhidrat, ve yağ nedeniyle sağlıklı ve dengeli beslenme açısından oldukça önemlidirler. Ayrıca içerdikleri antioksidanlar, bitkisel kimyasallar ve lifler sebebiyle bir çok hastalığa karşı koruyucu özellik taşımaktadırlar.

Yaş meyve ve sebze sektörü ülke ekonomisinde üretim, tüketim ve dış ticarete konu olması nedeniyle önem taşımaktadır. Nitekim Türkiye yaklaşık 43 milyon ton yaş meyve ve sebze üretimi ile Avrupa'da birinci dünya'da dördüncü sırada yer almaktadır. Buna rağmen ihracatın üretime oranı %5 civarında seyretmektedir (FAO, 2010). Bunun en önemli sebepleri ise yurtiçi tüketim, yaş meyve ve sebzelerin gıda sanayinde hammadde olarak kullanılması ve ihracata konu olan sebze ve meyvelerin önemli oranda uluslararası kalite standartlarına uygun olmamasıdır.

Yaş meyve ve sebzenin üretimindeki olanak ve fırsatlar kadar, ürünlerin tüketiciye ulaştırma sürecinde pazarlama kanallarının durumu da önem taşımaktadır. Pazarlama kanalında birçok ürün aracılar yoluyla ya da doğrudan üreticiden yaş meyve ve sebze alıcılara ulaştırılmaktadır. Yaş meyve ve sebze pazarlama kanallarında aracılardan fazla olması pazarlama marjlarının artmasına yol açmaktadır. Bu açıdan bakıldığında pazarlama kanalı tüketiciler kadar konu ile ilgili diğer bütün kesimleri (üretici, komisyoncu, tüccar) da daha yakından ilgilendirmektedir.

Yaş meyve ve sebze pazarlamasında toptancı hallerinin ürünlerin kayıt altına alınması açısından önemi bulunmaktadır. Kayıt dışılığın fazla olması ekonomik kayba ve haksız rekabete yol açmaktadır. Ayrıca toptancı hallerde işlem gören yaş meyve ve sebze miktarının düşük olması sistemin işleyişini de olumsuz yönde etkilemektedir.

Nitekim bazı araştırma sonuçlarına göre, Türkiye 2004 yılı toplam meyve-sebze üretim miktarının sadece %13-%42 kadarının Toptancı Hallerinde pazarlandığı, belirtilmektedir (Anonim,2004a,b). Ayrıca meyve ve sebze de kayıtlı ya da kayıt dışı pazarlama arasındaki fiyat farkı %25'e ulaşabilmektedir (Naran, 2005). Bu açıdan bakıldığında ülkemizdeki toptancı hallerinin yeterince etkin kullanılmadığı söylenebilir. İşte bu sebeple meyve sebze pazarlamasında toptancı hallerinin etkinliği önem taşımaktadır.

1.2 Çalışmanın Amacı

Bu çalışmada; Türkiye'de yaş meyve ve sebze pazarlama kanalında yer alan ve ürüne göre değişmekle birlikte işlem hacminin genelde yetersiz olduğu toptancı hallerin etkinliği sorgulanmaktadır. Ayrıca, Türkiye'de yaş meyve-sebze pazarlamasında toptancı hallerine yönelik yasal düzenlemelerin incelenmesi ve İzmir ilinde bulunan toptancı halindeki işleyişin ortaya konularak karşılaşılan sorunların tespit edilmesi ve sorunlara yönelik çözüm önerileri getirilmesi amaçlanmıştır. Bu ana amaç çerçevesinde belirlenen yan amaçlar ise;

1- Dünya, AB, ve Türkiye'de yaş meyve-sebze sektörünün üretim, dış ticaret yapısı değerlendirmek,

2- Dünya ve AB ülkelerinde yaş meyve ve sebze pazarlama kanallarını ve toptancı halleri ile ilgili uygulamaları ortaya koymak,

3- Yeni Hal Yasasının olası sonuçlarını değerlendirmek, yaş meyve-sebze pazarlamasına yönelik yasal düzenlemelerin kapsam ve içeriklerini değerlendirerek aksayan yönlerini belirlemek,

4- Mevcut durumda hallerde meydana gelen sorunların saptanması,

5- Yaş meyve-sebze pazarlamasında kayıt dışı faaliyetlere karşı alınabilecek önlemleri ortaya koymak,

6- İBB Hali'ne ürün veren ve vermeyen üreticilerin kararlarında etkili olan faktörleri belirlemek,

7- Örnek olay yaklaşımı ile, yaş meyve-sebze pazarlama mekanizmasında önemli ve ağırlıklı bir paya sahip olan İzmir Büyükşehir Toptancı Hali'nde faaliyette bulunan aracılarn faaliyetlerini incelemek ve karşılaştıkları sorunları belirlemektir.

1.3 Materyal ve Yöntem

1.3.1 Materyal

Bu çalışmanın materyali iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci grup materyal üreticiler ve İzmir Büyükşehir Belediyesi Hali'ndeki komisyonculardan anket yoluyla elde edilen veriler oluşturmaktadır.

İkinci grup materyal ise, bu konuda daha önce yapılmış çalışmalar ile İzmir Büyükşehir Belediyesi Yaş Meyve ve Sebze Hali, TUIK, Ticaret Odaları, FAO, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, TÜSEMKOM, DPT vb. tarafından yayınlanmış kaynaklar ve istatistiksel kayıtlardan toplanan verilerden meydana gelmektedir.

Çalışmada, üretici ve aracılarn seçiminde belli ürünler üzerinden hareket edilmesi gerekliliği doğmuştur. Bu sebeple, ürünlerin seçilmesinde İzmir Büyükşehir Belediyesi Yaş Meyve ve Sebze Hali istatistik verileri ve TUIK verilerinden yararlanılmıştır. Ülkeler ile ilgili genel istatistik verilerin elde edilmesinde FAO verilerinden de yararlanılmıştır.

1.3.2 Yöntem

Öncelikle hallerin etkinliğinin test edilmesi amaçlandığı için, üç yılın ortalaması (2007–2009) itibariyle, İzmir Büyükşehir Belediyesi Toptancı Hali'nde işlem gören meyve ve sebzelerin işlem miktarlarının payları ele alınmıştır. İzmir Büyükşehir Belediyesi Hali'nde en çok işlem gören 10 ürün ve bu ürünlerin İzmir ili üretimindeki payları incelenmiştir. Buna göre üç yıllık dönem itibariyle (2007–2009 yılları ortalaması) İzmir Büyükşehir Belediyesi Halinde en fazla işlem gören ürünlerden payları sırasıyla %19,59 ile domates (sofralık), %15,70 ile karpuz, %13,23 ile patates, %9,82 ile portakal, %8,98 ile elma, %8,06 ile soğan, %7,49 ile hıyar, %6,78 ile limon, %5,30 ile havuç ve %5,05 ile mandalina gelmektedir.

Yapılan değerlendirme sonucunda İzmir ili meyve-sebze üretimi, ürünlerin halde işlem görme oranları, anketlerin sağlıklı olarak yürütülebileceği ve konu ile ilgili verilerin alınabileceği işletmeler göz önünde bulundurulduğunda, ayrıca maddi olanaklar gibi unsurlar birlikte değerlendirildiğinde, araştırmada ele alınacak, üretici ve aracı anketlerine esas oluşturacak ürünler patates, karpuz, domates (sofralık) ve mandalina olarak belirlenmiştir.

Araştırmada, gayeli örnekleme neticesinde her bir ürün için 30'ar üretici anketi ve toplamda 120 üretici anketi eşit olarak dağıtılmıştır. Komisyoncu anket sayısı ise her bir ürün için 10'ar tane olup toplamda 40 anket yapılmasına karar verilmiştir. Köylerdeki üreticilerin ve İzmir Büyükşehir Belediyesi Hali'ndeki komisyoncuların seçimi tesadüfi olarak yapılmıştır.

(Patates ve karpuz için üretim merkezi seçiminde izlenen yöntem) : 2007–2009 dönemi ortalaması itibariyle İzmir ili patates üretiminin %82,38'i Ödemiş ilçesine aittir. Bu oran karpuzda %37,69 ile Tire ve %29,28 ile Ödemiş ilçesidir. Buna göre hem zaman hem de maddi olarak daha uygun olması sebebiyle bu iki ürün ile ilgili anketlerin Ödemiş ilçesinde yapılmasına karar verilmiştir. Buna göre İzmir İl Tarım Müdürlüğü'nden elde edilen bilgiler çerçevesinde anketlerin üretimin yoğun olduğu Demircili, Karakova, İlkurşun ve Kayaköy köylerinde yapılmasına karar verilmiştir. (Mandalina için üretim merkezi seçiminde izlenen yöntem) : 2007–2009 dönemi ortalaması itibariyle İzmir ili mandalina üretiminin %43,14 ile Menderes %27,01 ile Seferihisar karşılamaktadır. Hem anket yapılan diğer ilçeler yakın olması hem de mandalınanın büyük oranda bu bölgede yetiştirilmesi sebebiyle anketlerin Menderes ilçesinde yapılmasına karar verilmiştir. (Domates için üretim merkezi seçiminde izlenen yöntem) : 2007–2009 dönemi ortalaması itibariyle İzmir ili domates üretiminin %52,84'ü Bergama, %11,96'sı Menemen ve %10,12'si Torbalı ve %7,24'ü Ödemiş ilçelerine aittir. Araştırma kapsamında İzmir Büyükşehir Belediyesi Hali'nden alınan bilgiler neticesinde İzmir'den gelen domatesin ağırlıklı olarak Menemen ilçesinden geldiği belirtilmiştir.

Bergama’da üretilen domatesin ise çoğunlukla işleme sanayinde kullanıldığı belirtilmiştir. Buna göre domates anketlerinin 25’inin Menemen ilçesinde 5 tanesinin ise Ödemiş ilçesinde yapılmasına karar verilmiştir.

Araştırma sonucunda üreticilerin ve komisyoncuların kişisel özellikleri, ekonomik durumları, eğitim durumları, yeni hal yasasına bakışları, üreticiler açısından bakıldığında hale ürün verip vermeme nedenleri, karşılaşılan sorunlar gibi özellikler likert ölçeği ve frekans tablosu gibi analiz metotları ile değerlendirilmiştir. Verilerin analizinde ise: Excel ve SPSS istatistik paket programlarından yararlanılmıştır.

Hal fiyatlarının analizi 2003–2011 yılları arasındaki dönemi kapsamaktadır. Çalışmanın materyalini oluşturan hal fiyat serileri İzmir Büyükşehir Belediyesi Hal Müdürlüğü kayıtlarından ve TÜİK verilerinden elde edilmiştir. Cari fiyatları reel fiyatlara çevirmede Üretici Fiyat Endeksi (ÜFE) kullanılmıştır. Fiyat analizi yapılan ürünlerin İzmir Hali’nde işlem görme miktarlarının ilk 15 ürün içerisinde yer alması ve ilgili yıllara ait hal fiyatlarına ilişkin bilgilere ulaşılabilir olması nedeniyle; sivri biber, kabak, havuç ve patates olarak belirlenmiştir. İncelenen döneme ait fiyat serilerinin mevsim indeksleri, hareketli ortalamaya oran yöntemi ile hesaplanmıştır. Fiyat analizi şu şekilde tanımlanmaktadır:

Bilindiği gibi fiyat analizi, geçmiş dönemlerdeki fiyat hareketleri ve arz-talep ilişkilerinin incelenmesine dayanmaktadır. Fiyat analizleriyle, oluşan fiyat dalgalanmalarının nedenleri, dalgalanmaların yönü ve şiddeti ortaya konulup, üreticilerin ve ilgili işletmelerin hangi ürünü ne kadar ve ne zaman yetiştirip piyasaya çıkaracağı, girdilerini ne zaman temin edeceğini belirlemeleri mümkün olmaktadır (Demirtaş, 2002).

2. ÖNCEKİ ÇALIŞMALAR

Koç (1990), “Çukurova Bölgesinden Avrupa Topluluğu’na Yapılan Yaş Meyve-Sebze Dışsatımının Sorunları” konulu çalışmasında, AT ve Türkiye yaş meyve ve sebze üretimi, dış ticareti ve dış ticaret politikalarının karşılaştırmalı analizi ile Çukurova bölgesinden AT’na yaş meyve-sebze dışsatımı yapan firmaların dış pazarlama hizmetlerinde karşılaştıkları sorunları araştırmıştır. Araştırma sonucunda dışsatım pazarlama hizmetlerinde önemli sorun olduğunu ifade etmiştir. Türkiye’nin yaş meyve-sebze dışsatımının hem toplamının hem de Avrupa Topluluğu’na yönelik kısmının üretimine oranla düşük olmasının nedeninin Topluluğun, dışalımına getirdiği kısıtlayıcı uygulamaların olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca nedenler arasında Türkiye’nin pazarlarda benzer ürünleri üreten Topluluk içi ve dışı Akdeniz ülkeleriyle rekabet olmasını da belirtmiştir.

Olgun (1994), makalesinde yaş meyve-sebzelerin Hal organizasyonu dışında pazarlanmasının nedenlerini irdelemiştir. Sorunların köklü bir biçimde çözümü için Hal sayısının hızla arttırılması ve bunu yapabilmek için de, özel Hal Yasası’nın hızla yürürlüğe konması gerektiğini vurgulamıştır.

Demirbaş (2001), çalışmasında son zamanlarda bazı gelişmeler elde edilmiş olmakla birlikte, konuya taraf olan her kesim için, bir takım sorunların olduğu tespit edilmiştir. Üreticiler açısından en önemli sorunlardan birinin, yasa konusunda yeterli ve sağlıklı bilgiye sahip olmamaları olduğunu vurgulamıştır. Üreticilerle ilgili olan bir diğer önemli sorunun, üreticilerin örgütlenmeleriyle ilgili olduğunu belirtmiştir.

DPT (2001), Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Sebzeçilik ve Meyvecilik Alt Komisyon Raporları’nda, meyve ağırlıklı olarak yurtiçi ve yurtdışı yaş meyve-sebze dağıtım kanalları, üretim ve tüketim, sektöre sağlanan destekler, ithalat ve ihracat değerleri ve öngörülen yasal ve kurumsal düzenlemelere yer verilmiştir.

DPT (2001), Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı Sebzeçilik Alt Komisyon Raporunda, sebze ağırlıklı olarak yurtiçi ve yurtdışı yaş meyve-sebze dağıtım kanalları, üretim ve tüketim, sektöre sağlanan destekler, ithalat ve ihracat değerleri ve öngörülen yasal ve kurumsal düzenlemelere yer verilmiştir.

Çolak (2002), “Türkiye’nin Yaş Meyve ve Sebze İhracatında Karşılaşılan Pazarlama Sorunları Çözüm Önerileri ve İhracatçıların Eğilimi” konulu çalışmasında sorunları tespit ederek çözüm önerileri sunmuş ve ihracatçıları ihracat süreci hakkında, pazar bulma, ürünü temin, tanıtma gibi konularda bilgilendirmeye çalışmıştır.

Naran (2003), Çalışmasında ülkemizde meyve-sebze sektöründe gelişmenin sağlanabilmesi için öncelikle hedeflerimizin belirlenmesi, bu hedeflere ulaşma konusunda var olan engellerin tespit edilmesi ve bu engellerin nasıl ortadan kaldırılacağı konusunda çözüm yolları üretilmesi gerektiğini belirtmiştir. Bunlar yapıldığı takdirde, meyve-sebze sektörümüz, iç ve dış talebe cevap vereceğini, üreticilerin yüzünü güldürecek bir üretim yapısına kavuşulacağını savunmuştur. Bu konuda herkese önemli görevler düştüğünü belirtmiştir. Özellikle TOBB’nin bu konuda aktif rol oynaması gerektiğini belirterek bu konuda Tarım Kurulunu oluşturarak ilk adımı attığını ifade etmiştir. Ayrıca çalışmada işin daha başlangıç noktası olduğu, bu kurula bağlı alt komitelerin raporlarını hazırlaması, raporlarda dile getirilen çözüm önerilerinin hayata geçirilmesi ile birlikte önemli ölçüde mesafe alınacağı ifade edilmektedir. TOBB’nin diğer kurum ve kuruluşlardan farklı olarak, sadece raporlar hazırlamakla yetinmemesi gerektiği, bu raporlarda ifade edilen konularda inisiyatif almaktan çekinmemesi gerekliliği vurgulanmıştır.

ZMO (2003), Tarafından yayınlanan bildiride, Türkiye’de yaş meyve-sebze sektörünün; üretim yapısından, fiziki altyapısından ve pazarlama altyapısından kaynaklanan sorunlarının olduğu ifade edilmiştir. Bu sorunlardan bazılarının muhafaza, ambalaj, girdi kullanımı, etiketleme, organik tarım, yetiştiricilik sistemleri, pazarlama altyapısının uygunsuzluğu ve eksikliği ile üretici örgütlenmesindeki yetersizlikler olduğu öne çıkarılmıştır.

Alanla ilgili olarak kronolojik sıra içinde getirilen düzenlemelerin, bu sorunların çözümüne yönelik yaklaşımlar içermekten öte, zincirin ilk ve son halkası olan üretici ve tüketici aleyhine bir eğilim sergilediği vurgulanmıştır.

Pezikoğlu (2004), Çalışmasında, taze meyve-sebze pazarlama zincirinde yer alan, modern perakendecilerin durumu, alım-satım politikaları, sektörde ortaya çıkardığı değişiklikler ve etkilerini ortaya koymuştur. Araştırmada, 2002 yılında Türkiye genelinde toplam 608 mağazaya sahip olan, merkezi İstanbul'da bulunan 5 zincir mağaza, Bursa'da 1 bölgesel ve 1 yerel olmak üzere 2 firma ve Kocaeli'nde 1 yerel firma inceleme kapsamına alınmıştır.

TKB (2005), Yaş Meyve ve Sebze Ortak Piyasa Düzeni Alt Çalışma Grubu Raporu'nda, Ülkemizde meyve ve sebze üretimi yapan işletmelerin genelde küçük işletmeler olduğu ve bu işletmelerde mekanizasyon tam olarak uygulanmamakta ve üretim maliyeti yüksek olduğu ifade edilmiştir. Genelde meyve bahçelerimizin büyüklüğü 5–15 dekar olmasına karşın, gelişmiş ülkelerde en az 75 dekar büyüklüğünde olduğu belirtilmiştir. Meyve bahçelerimiz ürünün özelliğine bağlı olarak en az 20 ile 50 dekar arasında değişmesi gerektiği, bunun ise arazi toplulaştırılması ile mümkün olduğu ifade edilmektedir. Üreticiler açısından en büyük sorunun pazarlama sorunu olduğu ve bununla mücadelede üretici birliklerinin teşvik edilerek, üretimden pazarlamaya kadar olan kesintisiz organik bağın sağlanması gerekliliği belirtilmiştir. Buna ilaveten ürün borsalarının kurulması konusu da bir başka öneri olarak yer almaktadır.

Vural (2006), Çalışmasında Türkiye' de ürün fiyatlarının devamlı yükselmesi ve çoğu zaman arzın talebi karşılayamamasının tarım sektörünün önemli sorunlarından olduğunu ifade etmiştir. Gelişmiş ülkelerde, özellikle Avrupa Birliği'nde, üreticilerin tamamına yakınının örgütlenmiş olmasının, üreticilerin sürdürülebilir seviyede (refah standardının yanı sıra, yeni teknolojilerden rahatlıkla faydalanması) tarım yapmalarının ana nedeni olarak vurgulanmıştır. Bu nedenle ülkemizde ilk yapılacak olan, üretici örgütlenmesinin tamamlanması olarak ifade edilmiştir. Aksi takdirde binlerce aracının faaliyette bulunduğu yaş meyve ve sebze sektöründe bütün sorunların toptancı hal yasası ile çözümlenemeyeceği belirtilmiştir.

Ayrıca üretici örgütlenmesi ve bu şekilde hale kadar mal ulaşımının teşvik edilmesi gerekliliği vurgulanmıştır. Böylece, pazarlama zincirinin kısalarak, üreticinin karının artmasına neden olacağı, tüketicilerin ise daha az ödeyerek, mevsimlik arz ve fiyat dalgalanmalarının azalacağı sonucuna ulaşılmıştır.

ZMO (2006), bu çalışmada Sebze ve Meyve Ticareti'nin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Tasarısı Taslağı' na İlişkin Ziraat Mühendisleri Odası'nın Görüşlerine yer verilmiştir.

İTO (2007), İzmir Ticaret Odası tarafından yayımlanan çalışmada İzmir Büyükşehir Belediye Yaş Meyve ve Sebze Hali'nin yapısal sorunlarına ve ihtiyaçlarına değinilerek İzmir Halinin AB standartlarına ulaşması için alınması gereken önlemlere yer verilmiştir.

Sayın (2007), Bu çalışmasında genel olarak "hal sisteminin" mevcut durumunun incelenmesi ve sistemin aksayan yönlerinin çeşitli açılardan ortaya konulmasını amaçlamıştır. Özelde ise Hal Yasası'nın yaş meyve sebze piyasasına olan etkilerinin tartışılarak uygulamada karşılaşılan başlıca sorunların ortaya konulup bunların çözümüne ilişkin çeşitli öneriler geliştirilmesi hedeflemiştir.

Gürbüzer (2008), "Türkiye'de Yaş Meyve ve Sebze Üretimi, İhracatı, Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri" adlı çalışmasında, Türkiye yaş meyve ve sebze üretiminden pazara kadar yer alan aşamalarına genel bir bakış yapılmış, belirlenen sorunlara bazı çözüm önerilerinin getirilmesi üzerinde durulmuştur.

Albayrak (2009), Çalışmada, Türkiye'de yaş meyve ve sebzenin toptancı hallerde işlem görme oranı yaş meyvede ortalama %22, sebzedede ise %30 düzeyinde bulunmuştur. Bu rakamlara göre Toptancı Hallerin pazarda etkili olmadığını söylemek hatalıdır. Nitekim yaş meyve ve sebze arz ve talebinin bir araya gelmesiyle fiyatların oluştuğu toptan pazarlar olan Hallerin önemi yadsınamaz. Bu noktada gelişen perakende sektör karşısında Hallerin alt yapılarının geliştirilmesi ve Hale girişlerin özendirilmesi gerekmektedir.

Özellikle laboratuvar olanaklarının geliştirilmesiyle arz ve talep cephesinin hale girişı sağlanabilir. İ ve dış pazarlar açısından hallerde veri tabanının oluşturulması, otomasyona geçilmesi ve işlevsel olmayan hallerle ilgili düzenlemeler gelecekte tartışılacak konular olacaktır.

etin (2009), alışmasında Türkiye'de toptancı hallerinin mevcut işleyiş sistemi ele almıştır. Oluşan yapısal değişimler ve eğilimler ile yeni perakendecilik sistemi çerçevesinde toptancı hallerinin izlemesi gereken stratejiler ortaya koymuştur. Yaş meyve ve sebzenin pazarlanması ve bu süreç içerisinde meknsal ve örgütsel aktörler olan toptancı halleri, perakendeciler, semt pazarları ve üreticiler çalışmanın esas içeriğini oluşturmuştur. Araştırmanın genel amacı ülkemizde yeni perakendecilik sisteminde toptancı hallerinin rolünü ortaya koymak, mevcut ve potansiyel sorunlarına çözüm nerileri geliştirmektir.

FAO, tarafından yayımlanan “Market infrastructure and management” konulu el kitabında, toptan piyasaların politik, ekonomik ve yasal açıdan yönetimi analiz edilmiştir.

3. DÜNYA, AVRUPA BİRLİĞİ ve TÜRKİYE' DE YAŞ MEYVE VE SEBZE SEKTÖRÜNÜN GENEL DURUMU

Yaş meyve ve sebze sektörü, her biri farklı özellikte arz ve talebe sahip olan çok sayıda ürünlerden oluşmaktadır. Her ne kadar yüzlerce sebze ürünü, ticari olarak alınıp satılıyor ise de sadece belirli sayıda ürünler bu piyasada önemli bir rol oynamaktadır.

Son yıllarda meydana gelen ekonomik kriz dolayısıyla enerji ve petrol fiyatlarındaki aşırı artış üretim ve nakliye maliyetlerinin artmasına sebep olmaktadır. Dünya genelinde insanların beslenme alışkanlıklarının değişmesi, küresel ısınma ile birlikte iklim değişikliklerinin etkisi; tarımın her alanında olduğu gibi, sebze ve meyve üretimini de olumsuz yönde etkilemektedir. Nitekim kullanılabilir su alanlarının azalmaya başlaması dikkate alındığında; küresel ısınma ile birlikte kuraklığın üretime olumsuz etkisi yıllar ilerledikçe daha kuvvetli hissedilmektedir.

Buna karşın Türkiye açısından bakıldığında yaklaşık %24'ü sulanan meyve alanlarında sulama olanakları ve modern sulama sistemlerinin yaygınlaşmasıyla üretim ve verimde artışlar sağlanabileceği düşünülmektedir (Albayrak, 2009).

3.1 Dünya Sebze Üretimi

Dünyada sebze yetiştirilen alanlardaki gelişmelere bakıldığında, 2005–2010 döneminde dünya sebze üretim alanı dalgalı bir seyir izleyerek yaklaşık 51,6 milyon hektardan 52,6 milyon hektara ulaşmıştır. Aynı yıllarda Çin'de yaklaşık 22 milyon hektardan düşüşe geçerek yaklaşık 21 milyon hektara gerilemiştir. Çin'deki bu düşüşün en önemli sebepleri arasında tarım arazilerinin sanayi ve biyoyakıt ihtiyacı olarak kullanılmaya başlaması gösterilebilir (Çizelge 3.1).

Çizelge 3.1. Dünya Sebze Ekili Alanları ve Öne Çıkan Ülkeler (2005–2010) (Ha)

Ülkeler	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Dünya	51.656.711	52.454.689	52.356.362	52.705.955	53.280.749	52.678.235
Çin	21.965.141	22.421.596	22.296.887	22.183.435	22.736.191	21.047.903
Hindistan	5.841.228	6.334.466	6.558.992	6.800.499	6.771.952	7.195.660
AB	2.637.866	2.617.245	2.537.855	2.444.028	2.451.211	2.387.707
Nijerya	1.535.750	1.583.000	1.577.000	1.612.838	1.300.393	1.785.900
ABD	1.239.078	1.227.581	1.193.568	1.157.798	1.174.763	1.123.800
Türkiye	1.068.472	969.349	983.613	1.086.649	1.114.863	1.089.805
Rusya	928.370	877.493	721.084	767.820	765.400	759.100

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

AB ülkeleri toplam sebze alanlarına bakıldığında aynı dönem içerisinde yaklaşık 2,6 milyon hektardan 2,3 milyon hektara gerilemiştir. (Çizelge 3.1). Bunun sebebi olarak AB'nin genel olarak arz fazlası nedeniyle üretimlerini ve dolayısıyla ekili alanlarını sınırlandırma yoluna gitmesinin olduğu söylenebilir.

2005–2010 döneminde dünya sebze üretimi zaman içerisinde dalgalı bir seyir göstermesine rağmen genelde artmakta olduğu görülmektedir. Dünya sebze üretiminde öne çıkan ürünler incelendiğinde %31,75 ile patates ilk sırada yer almaktadır. Bunu %13,28 ile domates, %9,02 ile karpuz ve %6,61 ile kuru soğan takip etmektedir (Çizelge 3.2).

Çizelge 3.2. Ürünlere Göre Dünya Sebze Üretimi (2005-2010) (1000 Ton)

Ürünler	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Patates	325.109	305.753	322.590	327.510	331.903	324.272
Domates	127.935	130.195	137.296	141.195	153.884	145.653
Karpuz	90.367	94.262	93.837	94.298	98.265	89.154
Kuru Soğan	64.088	66.626	71.841	73.052	72.034	74.221
Lahana	66.466	65.590	62.168	64.831	65.344	58.024
Hıyar	46.517	50.223	54.290	58.339	60.693	57.557
Patlıcan	32.043	33.160	37.621	39.799	43.064	41.830
Havuç, Turp	27.540	28.748	29.646	32.976	33.297	33.663
Yeşil Biber	25.229	26.598	27.450	28.095	28.464	27.519
Marul	22.348	23.398	23.645	23.718	23.940	23.613

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

2010 yılında dünya toplam sebze üretimi bir önceki yıla göre % 4,52 oranında azalmıştır. Aynı dönem içerisinde AB ülkeleri toplamında bu düşüş %3,97, ABD'de %6,71, Türkiye'de %3,19 ve Rusya'da %10,75 olarak gerçekleşmiştir (Çizelge 3.3). Ayrıca dünya toplam domates üretiminin %8,4'ü, hıyar üretiminin %3,8'i, kuru soğan üretiminin %3'ü ve patates üretiminin %1,3'ü ülkemiz tarafından karşılanmaktadır (FAO, 2010).

Çizelge 3.3. Ülkelere Göre Dünya Sebze Üretimi (2005-2010) (1000 Ton)

Ülkeler	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Dünya	893.775	928.266	958.807	987.368	1.011.468	965.751
Çin	442.824	462.067	487.079	507.943	522.651	473.095
Hindistan	71.451	81.898	87.979	91.729	92.771	99.680
AB	68.495	66.048	65.190	63.972	66.122	63.498
ABD	36.966	37.303	38.506	37.248	37.831	35.293
Türkiye	26.284	25.723	25.559	27.110	26.683	25.831
Rusya	16.126	16.629	12.368	14.349	14.827	13.233

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

2010 yılı Dünya sebze üretiminde ön sıralarda yer alan ülkelerin toplam üretimden aldıkları paylara bakacak olursak; Öncelikle % 48,98 ile Çin, bunu sırasıyla %10,32 ile Hindistan, %6,57 ile AB ülkeleri, %3,65 ile ABD ve %2,67 ile Türkiye takip ederken son sırada %1,37 ile Rusya almaktadır. Aynı zamanda bu ülkeler 2009 yılı dünya toplam sebze üretiminin % 73,52'sini oluşturmaktadır (Çizelge 3.4.).

Çizelge 3.4. Dünya Sebze Üretiminde Ülkelere Göre Dağılımı (2009) (%)

Ülkeler	Pay (%)
Çin	48,98
Hindistan	10,32
AB	6,57
ABD	3,65
Türkiye	2,67
Rusya	1,37
Toplam	73,58

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

Araştırma çerçevesinde incelenen ürünlerden patatesin ülkeler itibariyle üretim değerlerine bakıldığında en önemli üretici ülkelerin başında Çin olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla AB, Hindistan, Rusya ve Ukrayna izlemektedir. 2005–2010 döneminde Çin'in patates üretiminin %5,49 artış ile yaklaşık 71 milyon tondan 75 milyon tona çıktığı görülmektedir. AB ülkelerinin toplam patates üretimi ise % 9,01'lik bir düşüş ile yaklaşık 62 milyon tondan 57 milyon tona gerilediği görülmektedir. Türkiye'nin patates üretiminin ise aynı dönem içerisinde %11,20'lik artışla yaklaşık 4 milyon tondan 4,5 milyon tona yükseldiği görülmektedir (Çizelge 3.5).

Çizelge 3.5. Dünya Patates Üretiminde Öne Çıkan Ülkeler (1000Ton)

Ülkeler	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Çin	70.907	54.076	64.837	70.840	73.282	74.799
AB	62.469	56.986	63.753	61.575	62.534	56.841
Hindistan	28.788	29.175	28.600	34.658	34.391	36.577
Rusya	37.280	38.573	36.784	28.846	31.134	21.141
Ukrayna	19.462	19.467	19.102	19.545	19.666	18.705
ABD	19.223	19.990	20.179	18.827	19.564	18.016
Almanya	11.624	10.031	11.644	11.369	11.618	10.202
Polonya	10.369	8.982	11.791	10.462	9.703	8.766
Belarus	8.185	8.329	8.744	8.749	7.125	7.831
Hollanda	6.777	6.240	6.870	6.923	7.181	6.844
Fransa	6.605	6.363	7.183	6.872	7.175	6.582
İngiltere	5.979	5.864	5.635	5.999	6.399	6.045
Türkiye	4.090	4.397	4.246	4.197	4.398	4.548

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

Dünyada önemli karpuz üreticisi ülkelere bakıldığında Çin'in ilk sırada olduğu görülmektedir. Fakat 2005–2010 döneminde Çin'in karpuz üretiminin genelde dalgalı bir değişim göstererek % 5,75'lik bir düşüş ile yaklaşık 60 milyon tondan 56,6 milyon tona gerildiği gözükmektedir. İkinci sırada bulunan Türkiye'nin ise 2005 yılında 3,9 milyon ton olan karpuz üretimi 2010 yılında % 7,22 düşüş ile yaklaşık 3,6 milyon ton olarak seyrettiği görülmektedir. Bunu sırasıyla İran, AB ülkeleri, Brezilya ve ABD izlemektedir. Üçüncü sırada bulunan İran ise aynı dönem içerisinde üretimini 3,2 milyon ton seviyesinden %6,36'lık bir artışla 3,4 milyon tona çıkardığı görülmektedir. AB ülkeleri toplamında ise bu değişimin düşüş yönünde ve yaklaşık % 11 civarında olduğu söylenebilir. (Çizelge 3.6).

Çizelge 3.6. Dünya Karpuz Üretiminde Öne Çıkan Ülkeler (1000Ton)

Ülke	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Çin	60.106	62.850	62.257	63.025	65.002	56.650
Türkiye	3.970	3.805	3.797	4.002	3.810	3.683
İran	3.259	2.866	3.329	2.567	3.075	3.467
AB	2.942	2.851	2.577	2.655	2.885	2.625
Brezilya	1.637	1.947	2.093	1.995	2.065	1.870
ABD	1.742	1.908	1.694	1.815	1.765	1.867
Mısır	1.500	2.025	1.913	1.486	1.653	1.637
Özbekistan	615	744	840	981	1.071	1.182
Rusya	965	986	853	1.382	1.419	1.152
Meksika	865	977	1.059	1.200	1.007	1.037

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

Çizelge 3.7'de Dünya domates üretiminde önde gelen ülkeler görülmektedir. Buna göre çoğu üründe olduğu gibi domateste de Çin'in ilk sıralarda yer almaktadır. Ardından sırasıyla AB ülkeleri toplamı, ABD ve Hindistan'ın geldiği belirtilmektedir. Türkiye'nin ise bu sıralamada yine bu ülkeler ile birlikte üst sıralarda yer aldığı görülmektedir. 2005–2010 döneminde söz konusu ülkelerin domates üretim miktarlarındaki değişimlere bakıldığında; Çin'de %32,45'lik artış meydana geldiği, AB ülkeleri toplamında ise % 8,26'lık bir düşüş meydana geldiği söylenebilir. Hindistan'ın domates üretiminin ise genel olarak artış eğiliminde olduğu ve %35,74 artış oranı ile önemli üretici ülkeler arasında yer aldığı görülmektedir. Türkiye'nin domates üretiminin ise 2005 yılından itibaren genelde dalgalı bir seyir izlediği görülmektedir. Ayrıca 2005–2010 döneminde sadece %0,01'lik bir üretim artışının meydana geldiği ve yıllar itibarıyla toplam üretimin genel olarak yaklaşık 10 milyon ton civarında seyrettiği söylenebilir.

Çizelge 3.7. Dünya Domates Üretiminde Öne Çıkan Ülkeler (1000Ton)

Ülkeler	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Çin	31.618	32.519	36.097	39.939	45.366	41.880
AB	18.425	16.585	16.909	16.363	18.200	16.902
ABD	11.918	12.257	14.185	12.735	14.181	12.902
Hindistan	8.825	9.820	10.055	10.303	11.149	11.980
Türkiye	10.050	9.855	9.945	10.985	10.746	10.052
Mısır	7.600	8.576	8.639	9.204	10.279	8.545
İtalya	7.187	6.351	6.530	5.977	6.878	6.025
İran	4.781	5.065	5.534	4.826	5.888	5.256
İspanya	4.810	3.801	4.081	4.050	4.604	4.313
Brezilya	3.453	3.363	3.431	3.868	4.310	3.691
Meksika	2.800	2.899	3.150	2.937	2.591	2.998
Özbekistan	1.317	1.584	1.680	1.930	2.110	2.347
Rusya	2.296	2.415	1.791	1.939	2.170	2.000

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

3.2 Dünya Meyve Üretimi

Dünya’da yaş meyve üretim alanlarındaki gelişmeler 2005–2010 dönemi itibariyle incelendiğinde kimi ülkelerde dalgalanmalar olduğu görülse de dünya genelinde artış eğilimi görülmektedir. Bununla birlikte dünya meyve üretim alanı 2005 yılında yaklaşık 52,7 milyon hektardan %5,6’lık artışla 2010 yılında 55,7 hektara ulaşmıştır. Aynı yıllarda AB üretim alanlarındaki değişim yaklaşık 6,4 milyon hektardan %9,1’lik düşüşle 5,8 milyon hektara gerilemiştir. Türkiye’ de ise yaklaşık 1,04 milyon hektardan %4,9’luk bir artışlar 1,09 milyon hektara yükselmiştir (Çizelge 3.8.).

Çizelge 3.8. Dünya Meyve Üretim Alanları ve Öne Çıkan Ülkeler (2005–2010)(Ha)

Ülkeler	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Dünya	52.768.462	53.741.397	54.687.873	54.293.307	55.317.594	55.738.269
Çin	10.153.078	10.260.611	10.691.875	10.975.753	11.333.098	11.401.990
AB	6.446.647	6.324.262	6.243.280	6.161.564	6.119.464	5.856.718
Hindistan	4.821.533	5.299.850	5.606.441	5.833.356	6.279.484	6.880.650
Brezilya	2.362.740	2.413.183	2.458.157	2.462.144	2.338.873	2.441.430
Uganda	1.824.465	1.826.629	1.827.723	1.829.907	1.832.089	1.851.010
Nijerya	1.730.000	1.729.353	1.712.500	1.655.448	1.766.911	1.749.300
İran	1.364.996	1.378.327	1.383.461	1.147.093	1.076.389	1.082.973
Meksika	1.168.826	1.180.115	1.218.977	1.200.100	1.200.832	1.212.387
ABD	1.215.677	1.139.479	1.162.952	1.158.493	1.155.387	1.145.475
Filipinler	1.091.362	1.109.228	1.148.265	1.128.210	1.142.745	1.155.871
Türkiye	1.040.822	1.042.207	1.034.439	1.042.697	1.055.132	1.092.623

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

Muz, üzüm, portakal, elma, mandalina, armut, şeftali-nektarin, limon ve erik dünyada en fazla üretilen meyvelerin başında gelmektedir. FAO 2010 yılı verilerine göre dünya toplam meyve üretiminde %16,75 ile muz ilk sırada yer almaktadır. Bunu %11,41 ile elma, %11,40 ile portakal ve %11,21 ile üzüm takip etmektedir (Çizelge 3.9).

Çizelge 3.9. Ürünlere Göre Dünya Meyve Üretimi (2005-2010) (1000 Ton)

Ürün	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Muz	78.468	84.327	89.191	93.245	95.817	102.115
Üzüm	67.401	67.321	65.499	67.446	67.902	68.351
Portakal	62.832	65.910	65.502	69.497	67.595	69.508
Elma	62.429	64.175	65.508	68.729	70.516	69.568
Mandalina (Satsuma, Clementin)	23.895	26.094	20.302	21.121	21.967	21.318
Armut	19.371	19.955	20.905	21.251	22.480	22.638
Şeftali, Nektarin	17.791	18.111	19.091	19.891	20.390	20.278
Limon	12.229	13.460	13.249	13.740	14.470	14.234
Erik	9.955	10.487	9.638	10.339	10.946	11.002
Greyfurt (Altıntop)	4.292	4.716	6.741	7.042	7.032	6.953
Çilek	3.779	3.973	4.002	4.137	4.597	4.367
Kayısı	3.548	3.291	3.375	3.748	3.685	3.442
Kiraz	1.863	1.871	1.966	1.831	2.217	2.131
İncir	1.115	1.217	1.039	1.113	1.149	1.059

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

Dünya meyve üretimi 2010 yılında yaklaşık olarak 609 milyon ton civarında olup, son yıllarda artış eğilimi olmakla birlikte kimi ülkelerde toplam üretim düşüş eğilimi göstermektedir. Bazı ülkelerin tarımsal üretimindeki azalma daha önce de belirtildiği gibi meyve üretimine de yansımaktadır. Buna göre 2010 yılında bir önceki yıla göre AB ülkeleri toplam meyve üretimi %5,88 gerileyerek yaklaşık 61,44 milyon tondan 57,82 milyon tona gerilemiştir. Aynı dönem içerisinde ABD toplam meyve üretimi %7,37 gerileyerek yaklaşık 27,40 milyon tondan 25,38 milyon tona düşmüştür (Çizelge 3.10.).

Çizelge 3.10. Dünya Meyve Üretimi ve Öne Çıkan Ülkeler (1000 Ton)

Ülke	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Dünya	531.769	553.826	561.593	582.654	595.556	609.369
Çin	90.409	96.756	100.917	107.803	115.876	122.178
Hindistan	51.495	57.456	62.836	68.227	70.363	84.791
AB	63.239	65.575	59.069	61.764	61.444	57.829
Brezilya	36.586	38.012	39.249	38.790	37.124	39.287
ABD	27.019	26.020	25.087	27.745	27.404	25.384
İtalya	18.216	18.015	17.313	17.267	18.363	16.908
Endonezya	14.529	15.855	15.807	16.754	17.288	14.868
Meksika	15.238	15.789	15.837	16.125	15.732	15.256
İspanya	15.584	17.432	15.112	16.206	14.455	15.184
Filipinler	13.440	13.173	14.475	15.691	15.980	16.182
İran	14.103	13.431	13.400	13.834	12.538	12.126
Türkiye	12.678	12.224	12.362	12.927	14.223	13.946

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

Dünya meyve üretiminde söz sahibi ülkelerin toplam üretimden aldıkları paylara bakacak olursak, ilk sırada yaklaşık %20,04 pay ile Çin gelmektedir. Hindistan ise 2010 toplam üretiminin %13,91'ini karşılayarak ikinci sırada yer almaktadır. Avrupa Birliği ülkeleri toplam üretimi ise bu sınıflandırmada %9,48 ile üçüncü sırada yer alırken Brezilya %6,44, ABD ise %4,16'lık paya sahiptirler. Türkiye ise dünya toplam meyve üretiminin yaklaşık %2,28'ini karşılamaktadır (Çizelge 3.11.).

Çizelge 3.11. Dünya Meyve Üretiminin Ülkelere Göre Dağılımı (2010) (%)

Ülkeler	Pay (%)
Çin	20,04
Hindistan	13,91
AB	9,48
Brezilya	6,44
ABD	4,16
Türkiye	2,28
Toplam	50,35

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

Araştırma çerçevesinde ele alınan ürünlerden mandarinin ülkeler itibariyle üretim değerlerine bakıldığında en önemli üretici ülkelerin başında Çin olduğu görülmektedir. Bunu sırasıyla AB ülkeleri toplamı, İspanya, Brezilya ve Türkiye izlemektedir. 2005–2010 döneminde Çin'in mandarin üretiminin %11,55 düşüş ile yaklaşık 11,4 milyon tondan 10 milyon tona gerilediği görülmektedir (Çizelge 3.12).

AB ülkelerinin toplam mandarin üretimi ise % 22,92’lik bir düşüş ile yaklaşık 2,8 milyon tondan 2 milyon tona gerilediği görülmektedir. AB ülkeleri içerisinde en önemli üretici konumundaki İspanya’nın ise 2005 yılında 1,9 milyon ton olan toplam üretimi % 12,7 düşüş ile 1,7 milyon tona gerilediği görülmektedir. Türkiye’nin mandarin üretiminin ise aynı dönem içerisinde %20,09’lık artışla yaklaşık 715 bin tondan 859 bin tona yükseldiği söylenebilir (Çizelge 3.12).

Çizelge 3.12. Dünya Mandalina Üretiminde Öne Çıkan Ülkeler (1000Ton)

Ülkeler	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Çin	11.444	13.010	7.810	8.948	9.746	10.121
AB	2.820	3.434	3.006	3.222	3.103	2.174
İspanya	1.957	2.508	1.987	2.228	2.026	1.708
Brezilya	1.233	1.270	1.206	1.080	1.094	1.123
Türkiye	715	791	744	756	846	859
Mısır	665	731	758	758	810	797
Japonya	1.132	842	1.066	906	1.003	786
Kore	638	620	778	636	753	615
Pakistan	639	639	383	596	554	573
ABD	304	378	327	478	402	540
Fas	463	454	356	337	353	473
Arjantin	390	440	350	411	402	424
Meksika	403	350	469	450	442	409

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

3.3 Dünya Sebze ve Meyve Ticareti

3.3.1 İthalat

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) ithalat verilerine göre, 2009 yılı itibariyle dünyada en fazla ithal edilen sebzelerin domates, patates, kuru soğan, karpuz, ve hıyar olduğu görülmektedir.

2009 yılında dünya domates üretiminin yaklaşık %4,09’u (yaklaşık 6 milyon ton), patates üretiminin % 2,90’ı (yaklaşık 9,6 milyon ton) , karpuzun %2,33’ü (yaklaşık 2,2 milyon ton) ve kuru soğan üretiminin ise %8,26’sının (yaklaşık 6 milyon ton) ithalata konu olduğu belirtilmektedir (Çizelge 3.13.).

Çizelge 3.13. Önemli Sebzelelerin Dünya İthalat Miktar Değerleri(1000ton)(Milyon\$)

Ürün	2007		2008		2009	
	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer
Domates	6.101	6.959	5.735	7.336	6.291	7.135
Patates	10.379	3.744	10.162	3.727	9.634	3.310
Kuru Soğan	5.210	2.253	5.780	2.217	5.951	2.287
Marul	1.671	2.067	1.681	2.236	1.674	2.153
Hıyar	1.890	1.934	1.969	1.915	2.069	1.859
Kabak	1.739	1.006	1.869	1.157	1.821	1.051
Karpuz	2.062	849	2.252	1.006	2.289	983
Havuç	1.817	819	1.940	980	1.915	967
Yeşil Biber	289	964	289	1.086	308	945
Patlıcan	335	347	351	401	384	396

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

2009 yılında dünya toplam meyve ithalatında öne çıkan ürünlere baktığımızda ise birinci sırada yaklaşık 16,3 milyon ton ve 11 milyar dolar değer ile muz gelmektedir. Bunu elma, üzüm portakal mandarin takip etmektedir. Ayrıca 2009 yılı dünya muz üretiminin %19'u, üzümün %5,60'ı, portakalın %9,05'i, elmanın %11'i ve mandarinin ise %18,87'sinin ithalata konu olduğu belirtilmektedir (Çizelge 3.14).

Çizelge 3.14. Önemli Meyveler ve Dünya İthalat Değerleri (1000 Ton)(Milyon\$)

Ürün	2007		2008		2009	
	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer
Muz	16.432	9.834	16.664	11.401	16.315	11.180
Üzüm	3.545	6.055	3.824	6.905	3.727	6.641
Elma	7.401	5.968	7.354	6.601	7.396	5.655
Portakal	5.717	4.027	5.588	4.297	5.804	4.251
Mandarin	3.441	3.106	3.488	3.462	3.573	3.593
Armut	2.515	2.267	2.626	2.647	2.550	2.366
Limon	2.124	1.747	2.141	2.409	2.216	1.829
Şeftali ve Nektarin	1.414	1.782	1.552	2.223	1.499	1.820
Kiraz	264	950	272	1.072	316	1.057
Kayısı	183	320	241	409	247	362

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

Dünya meyve ve sebze ithalatında öne çıkan ülkeler ise; AB ülkeleri toplamı, ABD, Almanya, İngiltere, Fransa, Hollanda, Japonya, Rusya ve Belçika olarak göze çarpmaktadır. Buna göre 2009 yılı toplam sebze ve meyve ithalatında AB ülkeleri yaklaşık 84 milyar dolar ile birinci sırada yer alırken, bunu ABD'nin yaklaşık olarak 20 milyar dolar, Almanya'nın 17 milyar dolar, İngiltere'nin 11 milyar dolar, Fransa'nın yaklaşık 11 milyar dolar, Hollanda'nın 9,4 milyar dolar, ile takip ettiği belirtilmektedir (Çizelge 3.15).

Çizelge 3.15. Dünya Sebze ve Meyve İthalatında Önde Gelen Ülkeler (2009)

Ülke	Değer (1000\$)
AB (Tümü)	84.291.202
ABD	20.481.821
Almanya	17.386.226
İngiltere	11.183.931
Fransa	10.973.869
Hollanda	9.433.418
Japonya	7.329.045
Rusya	7.233.629
Belçika	7.172.072

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

3.3.2 İhracat

Dünyada miktar olarak en fazla ihraç edilen sebzelerin; patates , domates, kuru soğan, karpuz ve hıyar olarak ifade edilmektedir. FAO'nun 2009 yılı verilerine göre; dünya patates üretiminin yaklaşık %3'ü (yaklaşık 10 milyon ton), üretilen domatesin yaklaşık %4'ü (yaklaşık 6,3 milyon ton), kuru soğanın %8'i (yaklaşık 6,2 milyon ton), karpuzun %2,6'sı (yaklaşık 2,5 milyon ton) ihraç edilmektedir. Diğer ürünlerin üretim-ihracat miktarlarına oransal olarak bakacak olursak, üretilen hıyarın yaklaşık %3'ü (yaklaşık 2 milyon ton), havucun %6'sı (yaklaşık 2 milyon ton), yeşil biberin %5'i (344 bin ton) ve marulun %7'sinin (yaklaşık 1,6 milyon ton) ihraç edildiği belirtilmektedir (Çizelge 3.16).

Çizelge 3.16. Önemli Sebzeler ve Dünya İhracat Değerleri (Milyon\$)

Ürün	2007	2008	2009
	Değer	Değer	Değer
Domates	6.842	7.245	6.824
Patates	3.397	3.322	3.004
Kuru Soğan	2.061	2.185	2.241
Marul	1.913	2.080	2.008
Hıyar	1.877	2.032	1.785
Karpuz	895	1.089	1.082
Yeşil Biber	1.053	1.193	1.013
Havuç	785	960	980
Kabak	869	979	851
Patlıcan	350	401	396

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

FAO ihracat verilerine göre; 2009 yılı itibariyle dünyada en fazla ihraç edilen meyvelerin muz, turuncgil meyveleri, elma ve üzüm olduğu belirtilmektedir.

Turunçgil meyveleri içerisinde de 6,1 milyon ton ile portakal ilk sırayı alırken bu ürünü sırasıyla yaklaşık 4,1 milyon ton ile mandarin, yaklaşık 2,4 milyon ton ile limon izlemektedir.

Dünya’da ihracata konu olan önemli meyvelerin üretim-ihracat miktarlarına oransal olarak bakıldığında, üretilen muzun yaklaşık %24’ü, elmanın %11’i, portakalın %9’u, üzümün %5’i, mandarinin %13,5’i, limonun %17’sinin ihraç edildiği belirtilmektedir. Ayrıca bu ürünlerin yıllar itibariyle ihracat değerleri Çizelge 3.17’de verilmiştir.

Çizelge 3.17. Önemli Meyveler ve Dünya İhracat Değerleri (Milyon \$)

Ürün	2007	2008	2009
	Değer	Değer	Değer
Muz	6.666	7.657	8.083
Elma	5.500	6.224	5.520
Portakal	3.179	3.809	4.068
Üzüm	4.937	5.625	5.672
Mandarin	2.862	3.301	3.500
Armut	1.931	2.377	2.173
Limon	1.518	2.108	1.736
Şeftali ve Nektarin	1.703	2.112	1.779
Kayısı	301	365	358
Kiraz	808	974	1.052

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

2009 yılı dünya genelinde meyve ve sebze ihracat değerlerine bakıldığında; AB ülkeleri toplamı (yaklaşık 68 milyar dolar), ABD (yaklaşık 15,5 milyar dolar), Hollanda (yaklaşık 14,5 milyar dolar), İspanya (yaklaşık 14,3 milyar dolar), Çin (yaklaşık 12,5 milyar dolar), Belçika (yaklaşık 8,6 milyar dolar), İtalya (yaklaşık 8 milyar dolar), Meksika (yaklaşık 6,6 milyar dolar) ve Fransa (yaklaşık 5,6 milyar dolar) gelmektedir. Türkiye 5,3 milyar dolarlık ihracat değeri ile bu ülkeleri takip etmektedir (Çizelge 3.18.).

Türkiye miktar olarak önemli bir üretici ülke görünümünde olmakla birlikte, ihracatın üretime oranı ancak % 5 civarındadır. Bu düşük oranın en önemli nedenleri; ürünlerin önemli bir kısmının gıda sanayinde hammadde olarak kullanılması, yurtiçinde tüketilmesi, ihracata konu olan yaş meyve ve sebzelerin uluslararası piyasalarda talep edilen miktar ve kaliteye uygun çeşitlerden olmaması olarak belirtilmiştir (İGEME, 2010).

Çizelge 3.18. Dünya Sebze ve Meyve İhracatında Önde Gelen Ülkeler (2009)

Ülke	Değer (1000\$)
AB (Tümü)	68.355.070
ABD	15.528.578
Hollanda	14.538.821
İspanya	14.334.112
Çin	12.525.840
Belçika	8.698.217
İtalya	8.006.731
Meksika	6.658.991
Fransa	5.600.140
Türkiye	5.355.135
Almanya	5.334.658

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

3.4 Avrupa Birliği Sebze Üretimi

Çizelge 3.19’da 2008–2010 döneminde AB sebze üretiminde önemli ürünler incelenmiş olup en büyük payı 2010 yılında yaklaşık 56,8 milyon ton üretim ile patates alırken ardından 16,9 milyon ton ile domates gelmektedir. Bu iki ürün toplam sebze üretiminin yarısından fazlasını oluşturmaktadır.

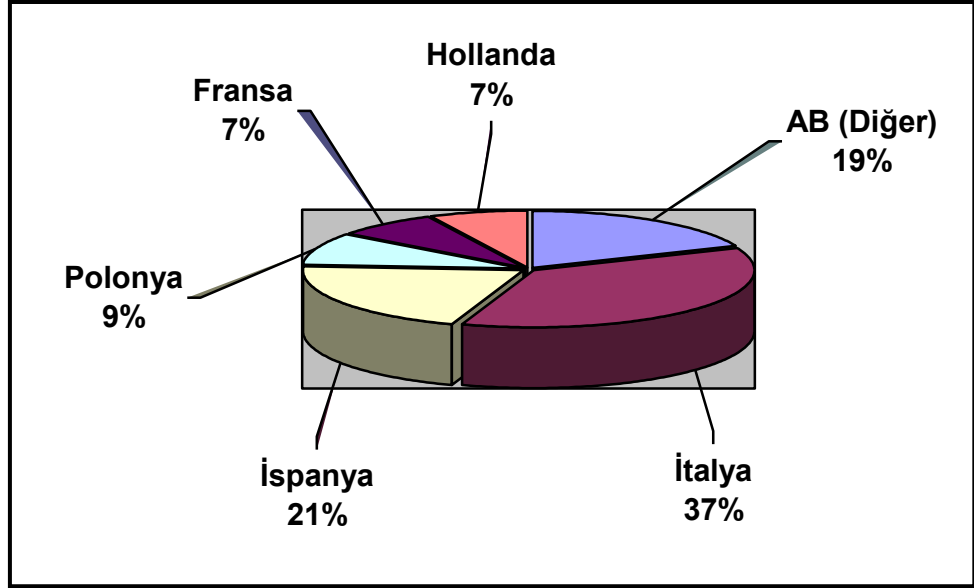
Çizelge 3.19. AB Sebze Üretiminde Önemli Ürünler (1000 Ton)

Ürünler	2008	2009	2010
Patates	61.575	62.534	56.841
Domates	16.363	18.200	16.902
Lahana	5.545	5.551	5.214
Kuru soğan	5.487	5.823	5.506
Havuç ve turp	5.216	5.427	5.166
Marul	3.304	3.132	3.023
Karpuz	2.655	2.885	2.625
Hıyar	2.752	2.833	2.731
Biber	2.282	2.439	2.227
Diğer	20.772	21.072	20.104
TOPLAM	125.956	129.897	120.341

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

2009 yılında AB sebze üretiminde en yüksek paya sahip olan ülkeler; İtalya, İspanya, Polonya, Fransa ve Hollanda olmakla birlikte, 2009 yılında bu ülkelerin AB toplam üretimindeki payı yaklaşık % 64,6 olarak gerçekleşmiştir (Şekil 3.1.).

Şekil 3.1. 2009 Yılında AB Ülkelerinin Sebze Üretim Oranları Dağılımı (%)



Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

3.5 Avrupa Birliği Meyve Üretimi

Çizelge 3.20'de 2008–2010 döneminde AB meyve üretiminde önemli ürünler incelenmiş olup en büyük payı 2010 yılında yaklaşık 24,4 milyon ton üretim miktarı ile üzüm alırken ardından 10,2 milyon ton ile elma gelmektedir. Bu iki ürün toplam meyve üretiminin yarısından fazlasını oluşturmaktadır.

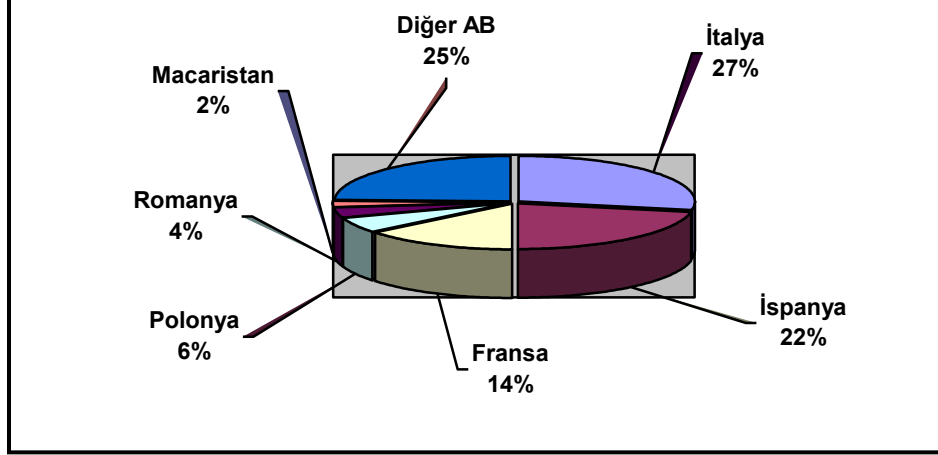
Çizelge 3.20 AB Meyve Üretiminde Önemli Ürünler (1000 ton)

Ürünler	2008	2009	2010
Üzüm	25.451	25.007	24.422
Elma	12.012	11.950	10.293
Portakal	6.596	6.084	6.522
Şeftali ve Nektarin	4.037	4.176	3.845
Mandarin	3.222	3.103	2.174
Armut	2.399	2.849	2.483
Erik	1.384	1.599	1.652
Limon	1.310	1.198	1.206
Çilek	1.141	1.137	1.093
Kayısı	589	683	625
Toplam	61.764	61.444	57.829

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

2009 yılında AB meyve üretiminde en yüksek paya sahip olan ülkeler; İspanya, İtalya ve Fransa olup, 2009 yılında bu ülkelerin toplam üretimdeki payları yaklaşık % 63 olarak gerçekleşmiştir. Birliğe en son katılan ülkelere Polonya, Romanya ve Macaristan'ın meyve üretimindeki paylarının toplamı ise % 12 seviyesindedir (Şekil 3.2.).

Şekil 3.2. 2009 Yılında AB Ülkelerinin Meyve Üretim Oranları Dağılımı (%)



Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>

3.6 Türkiye Yaş Meyve-Sebze Üretimi

Yaklaşık 43 milyon ton yaş meyve ve sebze üretimi ile Türkiye dünyanın önemli üretici ülkeleri arasında yer almaktadır. Bunun yanında Türkiye, Ortadoğu ve Avrupa'da meyve-sebze üreticisi ülkelerin başında yer almaktadır. Türkiye'nin iklim ve coğrafyası, meyve-sebzelerde çeşitliliği ve doğal koşullarda yetiştirilmesini mümkün kılmaktadır. (Yılmaz, 2007).

Dünyanın birçok ülkesiyle karşılaştırıldığında ülkemizde hemen hemen her mevsimde ve her bölgede meyve ve sebze üretimi yapılmaktadır. Fakat belirli bölgeler bu ürünler üretiminde daha fazla pay almaktadır. Akdeniz ve Ege bölgesi Türkiye toplam meyve üretiminin % 54'ünü ve sebze üretiminin ise %49'unu sağlamaktadır. Meyve ve sebze ürünleri, gerek sanayi üretimi ve gerekse ihracatımızda önemli bir yer tutmakta olup toplam tarım ürünleri ihracatımızın yaklaşık % 25'ini oluşturmaktadır (Akbaş ve ark., 2005).

Türkiye'de 2007 yılında sebze ürünleri üretim miktarı bir önceki yıla göre % 0,7 oranında azalarak yaklaşık 25,6 milyon ton olarak gerçekleşmiştir.

Sebze ürünleri alt gruplarında üretim miktarları incelendiğinde 2007 yılında sebzeler grubunun önemli ürünlerinden domates % 0,9, kuru soğan % 5,3, havuç % 62,6 oranında artarken, sivri biber % 6,2, dolmalık biber % 9, sakız kabak % 7,4, pırasa% 19,9, hıyar % 6,9, fasulye % 7,8, baş lahana % 7,5, ıspanak % 2,7, kavun % 5,9 oranında azalmıştır. 2007 yılında meyve ürünlerinin üretim miktarı bir önceki yıla göre %4,3 oranında azalarak yaklaşık 14,4 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Meyveler içinde önemli ürünlerin üretim miktarlarına bakıldığında, 2007 yılında bir önceki yıla göre elma % 22,8, armut % 12,1, kayısı % 21,2, erik % 12,3, kiraz % 28,3, vişne % 48,9 oranında artmış, şeftali % 2,4 oranında azalmıştır. Turunçgillerden portakal % 7,1, mandalina % 5,9 ve limon % 8,3 oranında azalmıştır. Toplam üzüm üretimi % 9,7, incir üretimi % 27,6 oranında azalmıştır (Çizelge 3.21).

Çizelge 3.21 Ürün Bazında Türkiye Meyve ve Sebze Üretimi (Miktar:1000 Ton)

Ürün adı	2006	2007	2008	2009
Portakal	2.019	1.871	1.884	2.196
Mandalina	793	746	758	848
Limon	710	652	672	784
Greyfurt	180	163	168	191
Üzüm	2.060	1.913	1.971	2.257
Elma	2.002	2.458	2.504	2.782
Kayısı	460	558	716	661
Şeftali	553	539	552	547
İncir	290	210	205	244
Kiraz	310	398	338	418
Kavun	1.766	1.661	1.750	1.679
Karpuz	3.805	3.797	4.002	3.810
Armut	318	356	355	384
Domates	6.913	6.963	7.420	7.206
Patates	4.366	4.228	4.197	4.398
Kuru Soğan	1.765	1.859	2.007	1.850
Hıyar	1.665	1.524	1.524	1.582
Biber (Sivri)	776	725	735	753
Patlıcan	924	864	814	816
Şeftali	507	486	503	502

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr>

3.7 Türkiye Yaş Meyve-Sebze Dış Ticareti

3.7.1 İhracat

2009 yılında Türkiye yaş meyve ihracatı yaklaşık 1,7 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Turunçgiller miktar bazında toplam meyve ihracatımızın yaklaşık % 70'ini oluşturmaktadır. İhracatta ilk sırayı limon almaktadır.

Turunçgillerin dışında Türkiye'nin meyve ihracatında en fazla pay alan diğer bir ürün ise sofralık üzüm olmakta olup toplam meyve ihracatının % 16'sını oluşturmaktadır (Çizelge 3.22). Türkiye'nin 2009 yılı toplam yaş sebze ihracatı ise 1 milyon tonun üzerine çıkmış olup, domates miktar olarak toplam sebze ihracatının %53' ünü oluşturmaktadır. İhracatı yapılan diğer önemli sebzeler domates, hıyar, taze biber ve kuru soğandır. Türkiye'de yaş meyve ve sebze üretimi miktar itibarı ile yüksek düzeyde olmasına karşın, ihracatın üretime oranı yaklaşık %5 gibi çok düşük bir orandır. İhraç edilen meyve ve sebzelerin uluslararası piyasalarda talep edilen çeşitlere uygun olmayışı ve üretimden tüketime miktar ve kalite kayıplarının yüksekliği bunun en nedenleri arasında gösterilmektedir (İGEME, Çizelge 3.22).

Çizelge 3.22 Ürün Bazında Türkiye Yaş Meyve ve Sebze İhracatı (D:1000\$)

	2007	2008	2009
ÜRÜNLER	D	D	D
Limon	194.535	202.906	277.657
Mandalina	155.708	196.089	253.392
Portakal	91.843	95.681	169.120
Üzüm	130.786	169.423	155.615
Kiraz-Vişne	144.203	113.458	132.943
Greyfurt	72.473	81.776	88.289
İncir	17.914	24.293	25.989
Çilek	21.535	30.124	25.304
Şeftali-Nektarin	15.935	36.711	23.925
Elma	5.432	12.314	22.838
Kaysı	14.979	31.987	20.595
Armut-Ayva	10.953	13.603	16.506
Karpuz	6.536	12.868	6.592
Erik	4.182	4.199	5.265
Domates	297.176	389.030	406.780
Hıyar	42.358	58.926	66.722
Taze Biber	62.786	66.730	61.024
Soğan	36.692	35.107	16.615
Havuç	9.907	10.260	9.942
Patlıcan	5.355	6.695	7.098
Patates	37.671	8.707	5.812
Pırasa	2.688	3.905	5.772
Ispanak	762	706	1.893
Toplam	1.425.560	1.669.624	1.884.623

Kaynak: <http://www.tuik.gov.tr>

Rusya Federasyonu, 2009 yılında yaklaşık 1,9 milyar dolarlık toplam yaş meyve ve sebze ihracatımızın %33'ünün yöneldiği en önemli ülke konumundadır. Rusya Federasyonu'nu % 10,5 ile Bulgaristan, % 9,3 ile Almanya, % 7,4 ile Ukrayna, % 6,7 ile Irak ve % 5,5 ile Romanya takip etmektedir. Suudi Arabistan, Hollanda, İngiltere ve Polonya diğer önemli ülkeler arasında yer almaktadır (İGEME, Çizelge 3.23)

Çizelge 3.23 Ülke Bazında Türkiye Yaş Meyve ve Sebze İhracatı (Değer:1000 \$)

ÜLKELER	2007	2008	2009
	D	D	D
RUSYA	511.011	627.850	619.538
BULGARİSTAN	42.195	102.341	197.855
ALMANYA	156.361	163.465	174.628
UKRAYNA	93.421	135.141	140.486
IRAK	29.345	50.276	12.095
ROMANYA	117.887	115.477	103.711
SUUDİ ARABİSTAN	66.532	69.802	88.064
HOLLANDA	39.299	33.890	38.263
İNGİLTERE	38.852	30.686	34.972
POLONYA	38.402	29.878	33.995
İRAN	5.215	8.501	27.603
YUNANİSTAN	18.860	21.475	25.698
İTALYA	15.812	15.221	18.484
SİRBİSTAN	13.177	15.141	17.295
ÇEK CUMHURİYETİ	13.130	16.294	15.964
FRANSA	16.378	16.562	15.207
BOSNA HERSEK	10.330	11.196	15.025
GÜRCİSTAN	7.063	10.605	14.323
BELÇİKA	16.495	22.062	14.203
AVUSTURYA	25.975	22.035	13.936
MOLDOVYA	17.824	17.427	13.925
AZERBAYCAN	7.555	9.037	12.255
BEYAZ RUSYA	14.071	17.984	125.701
MAKEDONYA	7.374	7.474	9.848
MACARİSTAN	8.972	10.614	8.876
İSVİÇRE	6.663	6.802	7.142
İSVEÇ	5.739	3.902	5.887
HIRVATİSTAN	6.342	6.194	5.807
KOSOVA	3.933	6.490	5.756
ÜRDÜN	2.756	4.783	4.577
TOPLAM (Diğerleri Dahil)	1.425.560	1.669.624	1.884.623

Kaynak: İGEME Yaş Meyve Sebze Sektör Raporu, 2010

3.7.2 İthalat

Türkiye ekolojik yapısı ve üretim alanı bakımından kendine yeterli ve ihracat şansına sahip ülkelerden birisidir. Fakat kimi ürünlerin yetersiz olması, bazılarının yetiştiricilik imkanlarının kısıtlı olması ya da zaman zaman reexport yapmak amacıyla ithalat yapılmaktadır. Buna göre muz, hindistan cevizi, ananas, avokado gibi yetiştiricilik bakımından kısıtlı olan veya yetiştiriciliği mümkün olmayan meyveler ithal edilmekte, zaman zaman da işleme sanayinin ihtiyaç duyduğu elma gibi ürünlerin temini amacıyla ithalat yapılmaktadır. Ayrıca bu sektör meyve ve sebzelerin sınıflandırılması ve paketlenmesinde kullanılan alet-ekipman, ambalaj materyali gibi kullanılan girdileri de ithal etmektedir. Bununla birlikte, Türkiye'nin 2009 yılı yaş meyve ithalatına bakılırsa yaklaşık 180 bin ton ile muz, 50 bin ton ile turunçgiller ve 10 bin ton ile hurma ithal edilen meyvelerin başında yer almaktadır. Toplam 8 bin tonluk ithalat ile tohumluk patates, 2009 yılı sebze ithalatının yarısını oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra yaklaşık 1000 tonluk ithalat ile sarımsak ve 600 tonluk ithalat ile soğan diğer önemli sebze grubunu oluşturmaktadır (Çizelge 3.24).

Çizelge 3.24 Ülke Bazında Türkiye Yaş Meyve ve Sebze İthalatı (Miktar:1000 Ton) (Değer:1000 \$)

ÜRÜNLER	2007		2008		2009	
	M	D	M	D	M	D
Muz	224.262	100.749	219.076	104.829	182.438	84.358
Hurma	13.092	6.874	12.277	8.571	10.398	9.592
Portakal	64.861	11.516	29.783	9.595	40.853	9.335
Elma	5.037	4.401	2.866	2.807	4.237	4.081
Kivi	9.166	3.126	6.537	1.936	10.517	3.276
Ananas	2.408	1.957	4.461	3.472	5.153	3.143
Karpuz	3.057	612	6.302	1.220	10.154	1.492
Limon	4.949	1.176	3.137	2.342	1.808	1.289
Mandarin	2.101	763	1.056	571	2.606	1.017
Greyfurt	6.137	1.115	4.411	1.080	4.900	1.006
Hindistan Cevizi	769	338	1.244	842	1.078	559
Üzüm	415	536	433	707	337	494
Armut ve Ayva	449	328	1.089	669	698	329
Mango	130	129	151	172	183	186
Avokado	127	167	135	216	118	143
Toplam (Diğerleri Dahil)	339.473	134.622	294.225	139.992	275.958	120.633
PATATES (TOHURLUK)	14.431	13.623	11.127	11.696	8.345	7.047
SARIMSAKLAR	2.007	4.242	3.080	6.693	924	2.024
PATATES TAZE	9.697	3.421	3.320	1.608	2.530	1.012
SOĞANLAR	642	100	279	37	619	100
KUŞKONMAZ	14	87	16	96	18	92
BAŞ MARUL	0	0	611	776	88	75
DİĞER MARULLAR	89	73	252	282	66	47
KARNABAHAAR/BROKOLİ	0	0	0	0	14	14
Toplam (Diğerleri Dahil)	29.142	22.469	21.415	24.214	15.605	12.266

Kaynak: İGEME Yaş Meyve Sebze Sektör Raporu, 2010

4. AVRUPA BİRLİĞİ YAŞ MEYVE VE SEBZE PİYASASI

4.1 Genel Hatlarıyla Avrupa Birliği Meyve ve Sebze Ortak Piyasa Düzeni

Avrupa Birliği Ortak Tarım Politikası (OTP) çerçevesinde tarımsal piyasalara ilişkin kurallar ortak piyasa düzenleri (OPD) aracılığıyla ortaya konulmaktadır. OPD'ler belirli bir ürün veya ürün grubuna özgü dış ticaret, destekleme mekanizmaları, kalite standartları, pazarlama kuralları, örgütlenme vb. konuları kapsayan tüzüklerdir (Güldoğan, 2007).

Yaş meyve ve sebzeler için ortak piyasa düzeni ilk olarak 1962 yılında oluşturulmuştur. Yıllar içerisinde bir takım değişikliklere uğramakla birlikte 2200/96 sayılı komisyon tüzüğünde, 2000 ve 2003 yıllarında önemli değişiklikler meydana gelmiştir.

OPD' nin sadeleştirilmesine ilişkin tartışmalar hala sürse de ana hatlarıyla 4 bölümden oluşmaktadır. Bunlar;

- 1- Standartlar,
- 2- Üretici örgütleri,
- 3- Müdahale düzenlemeleri,
- 4- Üçüncü ülkelerle ticaret.

2200/96 sayılı Konsey Tüzüğü'nün I numaralı ekinde 35 ürün mevcuttur. Üreticinin paketleme merkezinden perakende satış yerine, ihracat ve ithalata kadar dağıtımın her aşamasında (çiftlikten satışlar hariç) uyması gereken standartlar belirtilmektedir. Kalite, boyut, etiketleme, paketleme ve sunuş kriterleri, Extra, I. Sınıf, II. Sınıf ayrımı, Üye Devletler tarafından belirlenen ve Avrupa Birliği Komisyonu'na bildirilen makamlarca yapılan denetim ve bunun gibi hususlar standartlarda belirtilmiştir.

Standartlara uymayan ürünler Birlik içinde sergilenemez, satışa sunulamaz, dağıtılamaz ve pazarlanamaz şeklinde ifade edilmektedir (Yürükçü, 2005).

1962 yılında kurulan ortak meyve ve sebze piyasası içinde üretici örgütlerinin de kurulması ve teşviki öngörülmüştür (159/66 sayılı tüzük- OJ 192, 27-10-66). Böylece 1962 yılından beri sürmekte olan çalışmaların sonucunda üretici örgütleri topluluk içi piyasada önemli bir rol oynamaya başlamıştır. 159/66 sayılı tüzükle üye devletlere bu örgütlerin kuruluşundan sonraki üç yılda gittikçe azalan miktarlarda yardım etme olanağı tanınmıştır. Müdahale düzenlemeleri üretim fazlası olan yıllarda fiyat istikrarı sağlamak için piyasadan ürünlerin geri çekilmesi amacıyla yapılmaktadır. Müdahale düzenlemeleri üretici örgütleri aracılığıyla yürütülmektedir. Üretici örgütleri, üreticilerine yaptığı telafi ödemesi karşılığında belirli ürünler için Birlik fonlarından telafi ödemesi almaktadırlar. Piyasadan çekilen ürünlerin hangi yollardan çıkarılacağı ayrıntılı olarak düzenlenmiştir. Telafi miktarları giderek azaltılmakta ve sadece pazarlanabilir kalitede üretim için verilmektedir. Dış ticarete ilişkin olarak da ortak gümrük tarifesi ve ithalat-ihracat lisansları düzenlenmiştir (Yürükçü 2005).

Günümüzde yaş sebze ve meyve ticaret politikaları ve tüketici bilincinin daha da artmasıyla GLOBALGAP, HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point – Tehlike Analizi ve Kritik Kontrol Noktaları), ISO 22000 gibi kalite güvence sistemleri önemini daha da arttırmaktadır. AB üretici birlikleri toplam yaş sebze-meyvenin % 40'ını üretmektedir. Üye ülkelerden İspanya ve İtalya'daki çiftçiler bu yeni sistemin gerektirdiği yeni modern üretim tekniklerini öğrenmek, uygulamak, ürünlerini ortak paketlemek ve ortak pazarlamak için üretici birlikleri ve kooperatifler bazında örgütlenmişlerdir (Vural, 2009).

Kalite güvence sistemleri çerçevesinde, tedarik zincirde yer alan tüm paydaşlara sorumluluk yükleyen bir sistem oluşmaktadır. Avrupa Birliği ülkelerinin birçoğunda, üretici birlikleri şeklinde örgütlenme ve üretim ile pazarlamada etkin bir şekilde yer alma düşüncesi benzer şekilde gelişmektedir.

AB’de kalite, ambalaj, tüketici hakları, HACCP gibi birçok önemli uygulamalar, ülkemizde üreticilerin, ihracatçı firmaların bu konularda bilgi sahibi olmasını zorunlu kılmaktadır (Koç,2005).

AB ülkelerinin birçoğunda toplam meyve ve sebze ticaretinin %70’inin büyük süpermarket zincirleri tarafından gerçekleştirdiği belirtilmektedir. Bu büyük tedarik zincirleri ihtiyaçları olan sebze ve meyveyi doğrudan üretici birliklerinden almayı tercih etmektedirler. Ayrıca sağlıklı ve kaliteli ürün tüketimini sağlamak için kendi ürünlerinde ve ithal edilen tarımsal ürünlerde aranan minimum standartların ana dayanağını EUREPGAP’ le (yeni adı GLOBALGAP) belirlemişlerdir. (Vural, 2009) .

Avrupa Birliği’nde yaş sebze ve meyve ticaretini düzenleyen ortak bir toptancı halleri mevzuatı bulunmamaktadır. Ayrıca üye ülkelerde de hallerde toptan sebze ve meyve satışını düzenleyen ülkemizdeki gibi bir yasa mevcut değildir. Ek olarak, AB ülkelerinde sebze ve meyvelerin toptan satışında toptancı hale kaydolma zorunluluğu da bulunmamaktadır. AB bünyesinde kurulan EUCOFEL (European Union of the Fruit and Vegetable, Wholesale, Import and Export Trade - AB Sebze ve Meyve Toptancı, İhracatçı ve İthalatçılar Birliği); AB fiyat mekanizması, ihracat teşvikleri, kalite standartları, hijyen kuralları, gümrük vergileri, ambalaj ve ambalaj atıkları, destekleme fonları, bilgi alışverişi konularında faaliyet göstermektedir. EUCOFEL, AB piyasasında taze ürünlerin tüketimini artırılması suretiyle, taze ürün tüketiminin sağlıklı yaşama olan katkısını geliştirmeyi amaçlamaktadır (Özsu, 2005).

5. DÜNYA VE AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE TOPTANCI HALLERİ İLE İLGİLİ UYGULAMALAR

Dünya’da birçok ülkede toptancı hallerin özellikle sebze ve meyve fiyat oluşumunda büyük etkisi bulunmaktadır. Ülkelerle ilgili örneklere geçmeden önce toptancı haller ile ilgili dünya piyasasında en önemli kuruluş olan WUWM (Dünya Toptancı Pazarlar Birliği) ile ilgili genel bilgiler verilmesi yararlı olacaktır.

WUWM, 1955 yılında Avrupa yerel yönetimlerinin gıda ve pazarlama sorunlarını tartışmak ve bu konulardaki deneyimlerini paylaşmak üzere yaptıkları kongrelerden sonra Münih’te kurulmuştur. WUWM organizasyonu tarafından yayımlanan bildiriye göre WUWM’ nin ana kuruluş amacı “toptancı ve perakende pazarlar ile ilgili uluslararası bilgi paylaşımını sağlamak ve bu pazarların organizasyonu ile düzenlenme yöntemlerini geliştirmek” olarak belirtilmiştir. 1980’lerin başında Uluslararası Yerel Yönetimler Birliği (IULA) içerisinde bir çalışma grubu olarak kurulan WUWM hızla Avrupa Birliği sınırlarının ötesine geçerek kendi alanında profesyonel bir ağ haline gelmiştir. İçerisinde barındırdığı uzman kişileri bir araya getirerek düzenlediği organizasyonlar, fuarlar ve özel toplantılar sayesinde üye ülke halleri yönetici ve sorumlularına yararlı tavsiyeler vermektedir. WUWM, dünya genelindeki toptancı hallerin ve perakende pazarların yapısını inceleyerek devlet ve parlamento gruplarını, piyasaya bağlı enstitü ve özel makamları bilgilendirmektedir.

WUWM’ nin diğer amaçları ise;

- Kendi üyeleri ile devlet veya özel kurumlar arasında uluslararası bilgi paylaşımını sağlamak,
- Toptancı hallerin ve perakende pazarlarının çıkarlarını savunmak,
- Toptancı hallerden sorumlu karar mercileri ile perakendeciler, üreticiler ve üretici birlikleri ile komisyoncular arasındaki ilişkileri sağlamlaştırmak,
- Birlik üyelerinin işlerinin geliştirilmesinde yardımcı olmak,

- Toptancı haller ve perakende pazarlarda olduğu gibi, üretim noktalarındaki sorunların da çözümünde aktif rol oynayarak, üyelere piyasaların işleyişi ve pazarlama konusunda destek vermek, şeklinde ifade edilmektedir.

Ayrıca bu amaçlara ulaşmak için; düzenlenen konferanslarda dünya toptan ve perakende pazarları ile ilgili veriler toplanarak birlik üyeleri arasında bilgi ve tecrübe paylaşımı sağlanmaktadır. Bu çerçevede WUWM tarafından çeşitli rapor ve araştırma sonuçları yayınlanmaktadır. Dünya çapında 42 ülkeden 200 üyesi bulunan WUWM, kar amacı gütmeyen bir organizasyon olarak büyümeye devam etmektedir (WUWM, 2011).

Buradan yola çıkarak WUWM' nin dünya çapında bir organizasyon olduğu ve verdikleri bilgi ve tavsiyeler ile üyelerinin konu ile ilgili aldıkları kararlarda önemli rol oynadığı söylenebilir.

5.1 Çin

Dünya yaş meyve ve sebze üretiminde önemli bir ülke konumunda bulunan Çin'de Şanghai ve Beijing'de toptan pazarlar vardır ve bunlar arasında büyüklük, yapı ve işlemler bakımından da büyük farklılıklar mevcuttur. Şanghai'daki 32 toptan pazar orta büyüklükte, devlete ait, kar amaçlı olmayan ve devletin denetlediği yerlerdir.

Pazarlarda alıcılar aldıkları ürünün bedelini Pazar İdare Ofisine ödemektedirler. Ofis satıcıların her satışından %6 pazar idare ücreti ve %1,5 vergiyi düşmektedir. Beijing'de ise 10 büyük ve 40 küçük toptancı pazar vardır. Bunlar, 1985'ten sonra yeniden yapılanmış, kar amaçlı ve özel şirketlerin hakim olduğu pazarlardır. Beijing'deki en büyük toptan pazar olan Huaken Yuegezhuang yarı özeldir. Pazardaki üç yatırımcı; Çin Tarım Bakanlığı'na bağlı Devlet Tarım işletmeleri teşekkülü, Beijing Su Ürünleri Teşekkülü ve Yue Zhong Tarımsal Sanayi ve Ticaret şirketi'dir. Bu yatırımcılar, Dünya Bankası'ndan da düşük faizli borç almaktadırlar (Albayrak, 2009).

Pazarda dört tip satıcı bulunmaktadır. Bunlar:

a- Kamyoncu-aracı: Bu araçlar, daha çok uzaktaki üreticilerden aldıkları ürünleri satarlar. Bu araçların ödedikleri pazar ücretleri ve vergiler kamyonun büyüklüğüne ve ürün tipine göre değişmektedir.

Getirilen ürünler; lokanta ve dükkanlara satılmak üzere, yerel dağıtıcılara ya da pazarda yeniden satmak üzere ürün alan satıcılara (resellers) satılmaktadır. Ürünlerin çoğu, satılıncaya kadar pazarda birkaç gün kalmaktadır.

b- Yarı toptancılar: Pazarın sonunda kalan satılmayan ürünler 2–3 gün bazı örtüler üzerinde satılmak üzere yerel araçlar tarafından alınırlar. Bu arada, kamyoncu araçlar yeni ürün almak üzere giderken, yerel araçlar kalan ürünleri küçük alıcılara satarlar. Yerel araçlar, ürünleri satana kadar aileleri ile birlikte çalışmaktadırlar. Kamyoncu araçlar pazar için ücret öderken, yerel araçlar ilave ödeme yapmamaktadır.

c-Yerel üreticiler: Yerel üreticiler pazarda belirlenen yerde ürünlerini satmaktadırlar.

d- Satmak üzere ürün alan satıcılar (resellers) (Küçük pazar yerleri): Bu tip satıcılar doğrudan kamyoncu-aracılardan ya da yerel üreticilerden ürün alırlar ve pazarda belirli bir yerde gölgelikli sergiler şeklinde dükkanlarını kurarlar. Bu satıcılar ürünlerini ya doğrudan tüketicilere ya da küçük miktarda ürün alan toptancılara satarlar. Toptan pazarda ürün almada yeniden satış ruhsatı gerekli olmadığı için, satıcılar bisikletlerine yükleyebilecekleri kadar ürün alırlar ve sadece pazar çıkış ücreti öderler. Ücretler, ürünün miktar ve tipine göre ve genelde 0.11–1.10\$ arasında değişmektedir (Albayrak, 2009).

5.2 ABD

Amerika Birleşik Devletleri'nde yaş meyve ve sebze sektörü 90'lı yılların başından itibaren özellikle Avrupa kökenli ve büyük hacimli ticaret yapan tüccarların yoğun rekabet baskısı altında kalmıştır. Amerikalı perakendecilerin büyümesi ve diğer yandan Avrupalı perakendecilerin yatırımlarını arttırmaları ile birlikte tedarik zincirinde bir takım değişimler meydana gelmiştir. Perakendecilerin bir araya gelerek pazar yoğunluğunu arttırması ve şirketler arasındaki stratejik birleşmeler oldukça fazla görülmüştür. Bu durum piyasaların işleyişini olumsuz yönde etkilemiştir. 90'lı yılların sonlarında perakendeciler ile büyük toptancılar arasında da şirket evlilikleri yaşanmış ve bu durum yaş meyve-sebze tedarik zinciri üzerinde belli bir kesimin güç yaratmasına neden olmuştur.

Amerika Birleşik Devletleri'nde kuruluş itibariyle farklı tipte toptancı haller bulunmaktadır. Bu haller;

- Özel şirketler tarafından kurulup işletilen haller,
- Çiftçi kooperatifleri tarafından kurulup işletilen haller,
- Eyalet pazarlama sistemleri ve belediyeler tarafından kurulup işletilmekte olan haller, olarak gruplandırılmaktadır.

Bu pazarların büyük çoğunluğunda öncelik ve ağırlık üretici ve üretici birliklerine verilmektedir. Ayrıca üreticiler hal idarelerinde de görev almaktadırlar (Çetin, 2009).

1989 yılından sonra kurulan en son ve büyük toptan pazar Baltimor'daki Maryland Gıda Merkezi'dir. Pazar yönetimi her türlü sözleşmeler, sabit ücretler, kiraların belirlenmesi gibi pazarla ilgili her konuda yetkilidir. Ayrıca çeşitli konularda önerilerde bulunmak üzere, yedi üyeden oluşan bir Danışma Komitesi de bulunmaktadır (Albayrak, 2009).

5.3 Avrupa Birliği

Avrupa Birliği Ülkelerine geçecek olursak, Dünya Toptancı Pazarlar Birliği (WUWM), AB ülkelerinin toptan gıda pazarlarında yılda 33 milyon ton meyve ve sebzenin işlem gördüğü ve bu miktarın yıllık tüketimin %40'ı olduğunu belirtmektedir (WUWM, 2011).

Avrupa Birliği üyesi ülkelerdeki sebze ve meyve toptan ticareti ile ilgili uygulamalara bakıldığında, üye ülkeler arasında farklılıklar olduğu görülmektedir. Fakat genel olarak genel olarak haller belediye ve çiftçi kooperatifleri tarafından kurulmaktadır. AB'deki yaş sebze ve meyve ticareti ile ilgili olarak bazı önemli ülkelerdeki uygulamalar aşağıda yer almaktadır.

5.3.1 Hollanda

Avrupa Birliği ülkelerinden tarımsal örgütlenme bakımından en gelişmiş ülke olduğu belirtilen Hollanda'da toptancı hallerinde sadece sebze ve meyve ticareti değil, tüm gıda maddelerinin toptan ticareti yapılmaktadır. Hollanda'nın en büyük toptan gıda pazarı olan Amsterdam Hali 1934 yılında kurulmuştur (Özsu, 2005). Amsterdam halindeki bazı uygulamalar aşağıdaki gibidir:

- Halin işletilmesinden belediye sorumludur. Hal, belediyece atanan bir müdür tarafından yönetilmektedir.

- Toptancı halde bulunan işletmeler, hal idaresine *hizmet bedeli* adı altında yıllık bir vergi ödemektedir. Hizmet bedeli, işletmenin sahip olduğu m² ölçüsü ile orantılıdır.

- Toptancı halin denetiminden belediye meclisi sorumludur. Belediye meclisince görevlendirilen bir üye, halin faaliyetinden sorumludur. Her yılsonunda halin gelir ve giderleri incelemeye tabi tutulmaktadır.

5.3.2 Almanya

Almanya’da meyve sebze piyasası büyük ölçüde ithalata dayalı durumdadır. Toptan pazarları düzenlemek için federal ya da eyalet yasaları bulunmamaktadır. Toptan pazarların sorumluluğu, farklı şehirlerde doğrudan ya da dolaylı olarak yerel otoritelerin sahip olduğu şirketlere ait olduğundan belediyelere aittir. Bunun dışında, birkaç istisnai durumda toptan pazarlar şirketler tarafından yönetilmekte olup, bunların çoğu limited şirkettir (Anonim,1999).

Almanya’da ülkeyi en iyi temsil eden toptan pazar, Berlin’de bulunmakta olup, mülkiyeti 1960 yılında kurulan Berliner Grossmarkt GmbH kısaca BGG isimli bir limited şirkete aittir. Bu pazar, meyve ve sebze pazarı ile çiçek ve et ürünleri olmak üzere iki pazardan oluşmaktadır. Her iki toptan pazarın yönetim ve işleyişi “Meyve ve Sebze Toptan Pazarlarının Yönetimi” için Berlin Kooperatifine devredilmiştir. Ayrıca pazar idaresine toptancı pazarlarda alan ve satış sergisi kiralama ve kullanma, toptancıların lisanslarının onayı yada reddi, ceza uygulamaları ve şikayetler gibi birçok konuda önemli yetkiler verilmiştir.

Pazar yasası pazar günlerini, açılış ve satış saatlerini, girişleri düzenlemektedir. Toptancı, ihracatçı ve üretici çalışma lisansları pazarı yöneten kooperatif tarafından verilmektedir. Pazarda satış sergisi kiralama kooperatif tarafından yerine getirilmekte olup, kira sözleşmelerinin BGG tarafından da onaylanması gerekmektedir.

Toptan pazar bilgileri, BGG ve kooperatif tarafından çıkartılmaktadır. Cezalar, kooperatif tarafından düzenlenmektedir.

Kooperatifin kurulma ile ilgili düzenlediği önlemlere BGG, kooperatif, toptancılar birliği, ticaret odası ve meclis üyesi temsilcilerinden oluşan Komite karar vermektedir. Bu Komite kooperatif kararlarını düzenleyebilir, değiştirebilir ve onaylayabilir.

Pazar yasalarına bağlı olarak çalışma yasaları, pazar girişi, temizlik ve hijyen konularını, pazardaki değişiklik ve uyuşmazlıkları, soğuk depolama faaliyetlerini ve demiryolu duraklarını düzenlemektedir.

Kooperatif tarafından çıkartılan tarife düzenlemeleri, açılış saatleri ile ilgili olarak araçların hareketi konusunda tüm faaliyetleri düzenlemektedir. Satış yerleri ile ilgili sözleşmeler kooperatif ve ticaret yapanlar arasında düzenlenmektedir. (Albayrak, 2009).

5.3.3 Fransa

Fransa’da toptancı haller, 1953 yılında kabul edilen yasalara göre, “Bölgesel Pazarlar Ağı-Reseau de Marchés d’Interêt National (M.I.N.) olarak organize edilmiştir. Bu düzenlemeyle ürünlerin pazarlama sürecinde kalitelerinin artırılması, maliyetlerin azaltılması, pazarlama kanallarının basitleştirilmesi amaçlanmıştır. MIN’ların özellikleri; yakın pazarlardaki giriş ve çıkışları kontrol etmesi, ana yollar ve/veya demiryollarında kurulması, soğuk depolama faaliyetleri ve tamamlayıcı hizmetlere sahip olmasıdır.

1962 yılında, 1901 Yasası’na göre, Federation Française des Marchés d’Interêt National (FFMIN) bir birlik olarak kurulmuştur. FFMIN ile toptan pazarlar ağının geliştirilmesi ve koordinasyonu, kamu otoritelerini sorunlar ve çözümler konusunda bilgilendirme, üyelerini koruma ve ortak yönetim politikaları geliştirme amaçlanmıştır. Bu federasyonların faaliyetleri arasında toplantı, seminer ve konferanslar düzenlemek; bilgilendirme ve yayın çalışmaları bulunmaktadır. Federasyon üyelik ücretleri, devlet yardımları ve hizmet ücretleri ile finanse edilmektedir. 19 M.I.N. Fransa Bölgesel Pazarlar Ağı Federasyonu (FFMIN) kapsamında tekrar gruplandırılmaktadır. FFMIN, ulusal otoriteler ve profesyonel organizasyonları temsil etmektedir.

Fransa’da tüketilen meyve ve sebzenin yarısından fazlası (yılıda yaklaşık 4,5 milyon ton) M.I.N’de işlem görmektedir. Balık ve deniz ürünlerindeki işlem hacmi 200.000 tondur. Gıda alanında çalışanlar bu pazarlardan ürün alabilirler.

Her bir M.I.N yönetim birimi pazarlarda satış yapmak isteyen üretici ve toptancılara yardımcı olmaktadır. Üretici ve toptancılar da idari ve hijyen konusundaki düzenlemelere uymak zorundadırlar. Genelde, M.I.N.'da işlem değerinden %0,3-1 oranında, m2 üzerinden kira alınmaktadır.

Pazarlarda idari hizmetler (vergi, pazar haberleri bölümü, veteriner hizmetleri), bankacılık ve çeşitli hizmetler (ulaşım gibi) sunulmaktadır. Soğuk depolar kamu ve özele ait olabildiği gibi, M.I.N. tarafından yönetilmekte ve kontrol edilmektedir.

Genel bir değerlendirme yapılırsa AB ve diğer bazı ülkelerdeki toptan pazarların yönetim şekli, işlem gören ürünlerin çeşitliliği, pazar büyüklüğü ve altyapı olanaklarının farklı olduğu görülmektedir. AB'de belediye, özel ve ikisinin birlikte yönetimde yer aldığı, incelenen diğer ülkelerde ise bunlara ilaveten üretici örgütlerinin de yönetimde rol aldığı görülmektedir.

AB'de toptan pazarların işyeri sayısı, alan, yöneldiği nüfus miktarı açısından Türkiye'ye göre daha büyük olduğu ifade edilmektedir. AB ve diğer ülkelerde toptan pazarlarda işlem gören ürün çeşidi fazla olmakla birlikte süs bitkileri, su ürünleri, süt ürünleri de işlem görmektedir. Türkiye'de ise toptancı haller-pazarlar denildiğinde yaş meyve ve sebze ticareti akla gelmektedir. Hallerin altyapı olanakları ülkelerin gelişmişlik düzeyine paralel gelişmektedir. Hallerde bulunan depo, işyeri sayısı, diğer hizmet binaları, park alanları, otomasyon ve ulaşım olanaklarının AB ve gelişmiş ülkelerdeki durumu diğerlerine göre daha ileri düzeyde olduğu belirtilmektedir (Albayrak, 2009).

6.TÜRKİYE'DE YAŞ MEYVE VE SEBZE PAZARLAMASINDA TOPTANCI HALLERİNİN YERİ VE ÖNEMİ

6.1 Türkiye'de Tarihsel Süreçte Toptancı Halleri İle İlgili Yasal Düzenlemeler

Türkiye'de yaş meyve-sebze pazarlaması ile ilgili ilk yasal düzenleme 12 Eylül 1960 tarihinde, 80 sayılı ve "1580 Sayılı Belediye Kanunu'nun 15. Maddesinin 58. Bendine Tevfikan Belediyelerce Kurulan Toptancı Hallerinin Sureti İdaresi Hakkında Kanun" başlığını taşıyan yasa ile getirilmiştir. Yasaya göre, toptancı halleri kamu malıdır ve kiraya verilmemektedir.

Belediye hudutları içinde yalnızca halde yapılacak toptan satışlar, kooperatif veya kooperatif birlikleri, üretici ve komisyoncular tarafından yapılabilmekte, ancak bunlar birbirlerinden mal alıp satamamaktadırlar.

Hale ilişkin düzenlemeler, belediye meclislerinin çıkaracağı yönetmeliklerle belirlenmektedir. Yönetmelik hükümlerine aykırı davrananlara belediye encümenince çeşitli cezalar verilmektedir. Kendilerine halde yer verilen ilgililer, belediyeye bir ücret ve resim ödemektedirler. Alınacak komisyonun miktarı, % 8'i aşmamak üzere encümenince saptanmaktadır.

Daha sonra, 28.06.1984 tarihinde 3033 sayılı yasa ile 1580 sayılı Belediye Yasası'nın 15. maddesi 58. bendine getirilen ek hükümler ile; belediyelerin, belediye hudutları içinde, gerçek veya tüzel kişilere yaş meyve ve sebzelerin toptan alımı ve satımı için haller açma izni verebileceği, açılacak toptancı hallerinin kuruluş, yönetim ve işleyişlerine ait usul ve esasların nüfusu 250.000'in üzerindeki belediyelerde belediye meclislerince, nüfusu 250.000'den az olan belediyelerde ise Sanayi ve Ticaret Bakanlığınca çıkarılacak bir yönetmelikle saptanacağı, toptancı hali kuracak olan gerçek ve tüzel kişilere T.C. Ziraat Bankası'na kredi verileceği hükme bağlanılmıştır.

Özel ve tüzel kişilere de hal kurma olanağı sağlanmasına rağmen, özel sektör bu alanda çekimser davranmıştır. Hal tesis kurma maliyeti, daha önceden örnekleri bulunmayan bir çalışma alanı olması ve belediye karşısında rekabet edememe düşüncesinin caydırıcı etki yaratmış olduğu düşünülmektedir.

Buna karşın günümüzde Gümrük ve Ticaret Bakanlığı kayıtlarına göre, Burdur, Isparta ve Denizli halleri özelleştirilmiş olduğu bilinmektedir. Ayrıca İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı Bayrampaşa merkez ve Kadıköy/İçerenköy Şube halleri ve Sanayi ve Ticaret Bakanlığınca kurulmasına izin verilen Mega-Center ve Sultanbeyli özel halleri İstanbul genelinde faaliyet göstermektedir (Özsu,2005). Son olarak Kayseri Toptancı Hali KAYSEM 01.07.2008 tarihinde özelleştirilmiştir (kaysem.com).

Yasa zaman içerisinde gelişen ekonomik ve pazar koşullarına yanıt verememesi sonucunda 27 Haziran 1995 tarihinde 552 sayılı "Yaş Meyve Ve Sebze Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname" ile değiştirilerek yürürlüğe girmiştir.

Bu KHK'nin temel hedefleri arasında; Yaş sebze ve meyvenin öncelikle hallerde toplanması, serbest rekabet koşullarında en uygun fiyat oluşumunun sağlanması ve denetimin geniş ölçülerde belediyeler tarafından yürütülmesi yer almaktadır. Önceki yasadan farklı olarak getirdikleri ise; toptancı hallerin gerçek ve tüzel kişiler tarafından, Bakanlığın izni ile kurulması, bu izin verirken, fiyatların serbest rekabet koşullarına göre oluşması, üretici ve tüketicinin korunması... gibi uygulamaların yer aldığı göze çarpmaktadır. Bu KHK ile Komisyoncuların alacakları komisyon oranı % 8'i aşmamak kaydıyla, taraflarca belirlenmektedir. Üreticiler, belediyelerce belirlenen miktarları aşmamak kaydıyla ürettikleri malları üretici pazarlarında toptancı hale giriş zorunluluğu aranmaksızın doğrudan tüketicilere satabilmektedirler.

Bunun ardından, 552 sayılı KHK'de değişiklik yapan 4128 sayılı yasa 07.11.1995 tarih, 22456 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. "Toptancı Hallerinin Kuruluş Esasları Hakkında Yönetmelik" in 03.11.1996 tarihinde yürürlüğe girmesinin ardından, 4367 sayılı "Yaş Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine Dair" yasa, 14.06.1998 tarih, 23372 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.

4367 sayılı yasanın temel hedefleri arasında, yaş sebze ve meyvelerin hal dışında pazarlanmasından doğan vergi kaybının önüne geçmek, kayıt dışı ekonomiyi azaltmak ve yaş sebze ve meyve ticaretini daha uygun koşullarda yapılmasını sağlamaya yönelik olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

14.06.1998 tarihinde yürürlüğe giren 4367 sayılı yasa, 1995 yılında yürürlüğe giren KHK'de yapılan düzenlemeler ile ortaya çıkmıştır. Yapılan yasal düzenlemeyle ortaya çıkan önemli konular aşağıdaki gibidir;

— Malların belediye sınırları veya mücavir alanlar içerisinde perakende olarak satışını yapanlar, bunların Toptancı Halden satın alındığını belgelemek zorunda bırakılmıştır. Aykırı eylemleri tespit edilen nakliyeciler ve ambar sahiplerinin tasarrufu altındaki her türlü nakil vasıtaları, trafik ruhsatnameleri alıkonularak Toptancı Hal müdürlüklerince yedi, hakem kurulu kararıyla 15 gün süreyle parka çekilmek suretiyle faaliyetten men edilir. Eylemin tekrarı halinde bu süreler iki katı olarak uygulanmaktadır.

— Belediye sınırları ve mücavir alanlar içinde toptancı hal dışında malların toptan veya her ne şekilde olursa olsun toptancı halden satın alınmadan perakende satışa sunulduğunun tespiti halinde, malların toptancı hale girişi sağlanarak hal müdürlüğünce, açık artırma ile satışı yapılır veya yaptırılır. Bu durumda belediye veya işletme payı %25 olarak tahsil edilmektedir.

— Belediye sınırları ve mücavir alanlar içerisinde toptan veya perakende mal satmak üzere münhasıran fatura veya müstahsil makbuzu ile üreticilerden mal satın alanlar satış işlemine başlamadan önce bunları fatura veya müstahsil makbuzu örnekleriyle toptancı hal müdürlüklerine bildirmek zorundadırlar. Bu durumda malların toptancı hale girişi yapılmaz ve fatura veya müstahsil makbuzunda gösterilen bedel üzerinden % 15 oranında belediye payı tahsil edilmektedir. Bildirim yükümlülüğünün ilgililerce yerine getirilmemesi veya miktar ve değer yönünden gerçeğe aykırı bildirimde bulunulması hallerinde, belediye payı malların hakem kurullarınca tespit edilecek gerçek değer ve miktarları üzerinden % 30 oranında uygulanmaktadır.

— Toptancı hallerde satışlar; üreticiler, üretici birlikleri, komisyoncular ile kendi nam ve hesaplarına olmak üzere yaş sebze ve meyve toptan ticareti ile iştiğal eden gerçek ve tüzelkişiler tarafından yapılmaktadır.

— Sayılan kişi ve kuruluşların yaptıkları satışlarda fatura düzenlememeleri veya eksik fatura düzenlemeleri halinde mal bedelinin % 25'i oranında belediye payı tahsil edilir. Eylemin tekrarı halinde, ayrıca, işyeri tahsisi belediye encümenince iptal edilmektedir.

— Toptancı hallerde satılan malların toptan satış bedelinin % 2'sini geçmemek şartıyla belediye meclislerince düzenlenecek tarifeye göre belediye payı tahsil etmektedir. Bu şekilde tahsil edilen paylardan en az % 10'u, izleyen yıl belediye bütçesine toptancı hal ihtiyaçları için harcanmak üzere ödenek olarak konur ve yalnız bu amaçla harcanmaktadır.

Toptancı halleri ile ilgili diğer bir yasal düzenleme olan 552 sayılı “Yaş Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname”nin bazı maddelerinin değiştirilerek kabulüne ilişkin kanun 23 Mayıs 2007 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

Buna göre;

— Toptancı hallerinin; belediye ve mücavir alan sınırları içinde belediyeler, büyükşehir belediye sınırları içinde büyükşehir belediyeleri tarafından açılması veya açılmasına ruhsat verilmektedir.

— Gerçek ve tüzel kişiler tarafından toptan ve perakende halleri açılması belediyelerin iznine tabii olmaktadır.

— Toptancı hallerinin kuruluşuna ilişkin usul ve esaslar, Tarım ve Köy işleri Bakanlığı ile İçişleri Bakanlığı'nın uygun görüşü alınarak Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın çıkaracağı bir yönetmelikle düzenlenmektedir.

— Önceki uygulamaya göre, toptancı halleri; "Büyükşehir belediyesi, büyükşehir belediye teşkilatı bulunmayan şehirlerde belediyeler ve/veya gerçek ve tüzel kişiler tarafından müzayede, depolama, tasnifleme, ambalajlama, standart ve kalite denetim laboratuvarı bölümlerini içeren tip projeler çerçevesinde, İçişleri Bakanlığı'nın görüşü üzerine Sanayi ve Ticaret Bakanlığı izni ile" kurulmaktaydı. Bu kanuna göre ise, üretildiği il veya ilçe dışına sevk edilen mallar satışa sunulacağı yer haline girer ve bunlardan alınacak belediye payı, malın satışa sunulduğu yer belediyesince tahsil edilmektedir.

Malın sevkiyatında, sevk veya taşıma irsaliyesi veya ziraat odası kaydı belgelerinden birisi bulunacak ve kontroller sırasında bunların ibrazı zorunluluk teşkil etmektedir.

— Belediye sınırları ve mücavir alanlar içinde toptancı hal dışında malların toptan veya her ne şekilde olursa olsun toptancı halden satın alınmadan perakende satışa sunulduğunun tespiti halinde, malların toptancı hale girişi sağlanarak hal müdürlüğüne açık artırma ile satışı yapılmakta veya yaptırılmaktadır. Bu durumda belediye veya işletme payı yüzde 25 olarak uygulanmaktadır.

— Belediyeler, toptancı hallerini tahsis yoluyla işletebilecekleri gibi kiralama veya satış yoluyla da işletmektedirler veya işletmektedirler. İşyerlerinin kiralanması veya satılmasına ilişkin işlemler, 2886 sayılı Devlet İhale Kanunu hükümlerine göre yapılmaktadır.

— Önceki kanunda, "toptancı hallerinde işyeri tahsisinde üretici birliklerine öncelik verilmesi" hükmü değiştirilerek yerine toptancı hallerinde bulunan işyerlerinin yüzde 10'unun üretici birliklerine kontenjan olarak ayrılması şartı getirilmiştir. Ayrıca işyerleri, Ankara, İstanbul ve İzmir Büyükşehir belediyesi sınırlarındaki haller hariç, halin bulunduğu il sınırlarındaki üretici birlikleri arasında yapılacak ihale ile kiraya verilmektedir. Üretici birliklerine kiralanmış işyerlerinin herhangi bir nedenle boşalması durumunda, toptancı halinde işyeri bulunmayan diğer üretici birliklerine tahsis yapılmaktadır. Üretici birliklerine ayrılan işyeri sayısı kadar talep olmaması halinde, diğer talep sahiplerine kiralama yapılabilmektedir.

— Toptancı hallerinde bulunan işyerlerinin kiralanması veya satılması durumunda, gerçek ve tüzel kişiler en fazla bir işyeri kiralayabilir veya satın alabilmektedirler. Doğrudan veya dolaylı olarak birden fazla işyerinin aynı kişi tarafından kiralandığının veya satın alındığının tespit edilmesi durumunda, kira sözleşmesi feshedilmektedir, satış işlemi ise iptal edilmektedir. Ayrıca, bu kişilere belediye encümeni kararı ile 25 bin TL idari para cezası verilmektedir.

— Kira süresi en fazla 10 yıl olarak belirlenmiştir. Kira süresi sona erenler, açılacak kiralama ihalelerine tekrar katılabilmektedir. Kira bedeli her yıl aylık olarak, Vergi Usul Kanunu uyarınca tespit ve ilan edilen yeniden değerlendirme katsayısı oranında arttırılmaktadır.

— Toptancı hallerinin tahsis yoluyla işletilmesine karar verilmesi durumunda tahsis ücreti, Belediye Kanunu'na göre belediye meclisince belirlenmektedir. Tahsisin usul ve esasları, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın görüşü alınarak İçişleri Bakanlığı'nca çıkarılacak yönetmelikle düzenlenmektedir.

— Bu kanuna ve kira sözleşmesine aykırı hareket ettikleri tespit edilenler yazılı olarak uyarılmaktadır. Tespit edilen eksiklik ve aykırılık en fazla 20 gün içinde giderilmez ise kira sözleşmeleri feshedilmektedir. İlgililer, sözleşmenin fesih bildiriminden itibaren işyerini 30 gün içinde tahliye etmektedir. Tahliye, öngörülen sürede yapılmadığı takdirde belediye tarafından yapılmaktadır.

— Kendilerine işyeri tahsis edilenlerin, yönetmelikte öngörülen şartları taşımadıkları veya sonradan kaybettiklerinin tespiti durumunda, belediye encümeni tarafından tahsisin iptaline ve haldeki işyerinden çıkarılmasına karar verilmektedir.

— Kanunda yer alan geçici maddeye göre, toptancı hallerinde bulunan işyerlerinin satışında veya kiraya verilmesinde, halde işletmecilik yapanlara, ihale bedeli üzerinden yüzde 25 oranında indirim uygulanmaktadır. Bu kişilere yapılan satış bedeli, 3 yılı geçmemek üzere 6 taksitte tahsil edilmektedir.

— Kuruluş işlemleri 23 Temmuz 2004'ten önce başlatılmış olan hallerin 10 Temmuz 2004 tarihli ve 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanunu'na göre büyükşehir belediyelerine devrinde, ilgili belediyenin muvafakati zorunludur. Devir için muvafakat verilmeyen haller, ilgili belediye tarafından bu kanuna göre ruhsatlandırılıp işletilmektedir.

Toptancı halleri için temel teşkil eden 552 sayılı KHK ve bu kararnameyi değiştiren kanunların yanı sıra, toptancı hallerindeki işleyişi düz enleyen çeşitli Yönetmelikler ve diğer yasal düzenlemeler de bulunmaktadır. Bunlar;

- Toptancı Hallerinin Kuruluş Esasları Hakkında Yönetmelik (3 Ekim 1996 tarih ve 22776 sayılı Resmi Gazete)

- Toptancı Hallerin Yönetim ve İşleyişi Hakkında Yönetmelik (28.12.1997 tarih ve 23214 sayılı Resmi Gazete) (Yönetmeliğin bazı maddeleri değiştirilmiş ve söz konusu değişiklikler 26.8.1998 tarih ve 23445 sayılı Resmi Gazete ' de yayımlanmıştır)

- Yaş Sebze ve Meyve Üretici Birliklerinin Tabi Olduğu Esaslar Hakkında Yönetmelik (15 Ocak 1997 tarih ve 22878 sayılı Resmi Gazete)

- Toptancı Hal Hakem Kurulları Yönetmeliği (26 Ağustos 1998 tarih ve 23445 Mükerrer Sayılı Resmi Gazete)

- Hal Zabıtası Teşkilatı Personelinin Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik (11 Eylül 1998 tarih ve 23460 sayılı Resmi Gazete)

- Genelge 98/1 (19.6.1998 tarih ve 4862 sayılı)

- Yaş Sebze ve Meyve Toptancı Halleri Tip Proje Esası'dır

3 Ekim 1996 Tarih ve 22776 Sayılı Resmi Gazetede Yayımlanan Toptancı Hallerinin Kuruluş Esasları Hakkında Yönetmelik, belediyeler ile diğer gerçek ve tüzel kişiler tarafından kurulacak olan toptancı hallerinin kuruluşuna ilişkin usul ve esasları belirleyerek, herhangi bir toptancı hâl kuruluşunun kuruluş prosedürünü açıklayarak, toptancı hallerinin kuruluşlarını belirli bir standarda kavuşturma gayretine girmiştir. Bu Yönetmelikte toptancı hallerinin kuruluşu tip proje esasına dayandırılmıştır. Tip projeler, herhangi bir projenin belli başlı standartlara uygun geliştirilmesini garanti altına alabilmek için sorumlu kurum veya kuruluşlar tarafından belli kriterler belirlenerek hazırlanmaktadır.

Tip projeler belli bir standardın sağlanması açısından önemli olmakla birlikte, tip projelerin uygulanabilir olması, bölge şartlarına uygunluk göstermesi ve uygulanmasını sağlayacak tedbirlerin alınması da gerekmektedir. Tip proje esasına göre toptancı halleri büyüklüklerine göre; büyük orta ve küçük olarak üç gruba, hizmet amaçlarına göre de; merkez tüketim, transit ve ortak amaçlı olarak üç sınıfa ayrılmıştır. Bu ayırımın nedeni her grupta ve sınıfta aranılan hizmet tesislerinin farklı olmasıdır. Yine tip proje esasları içerisinde toptancı hallerinin kuruluş yeri olarak aşağıdaki şartlar sıralanmaktadır.

— Şehrin trafiği yoğun merkez ve kavşaklarından uzakta olmalıdır.

— Şehre giren veya şehirden çıkan bir ana karayolu veya su yolu kenarında yahut demiryolu güzergâhında kurulmalıdır.

— II. Sınıf tarım arazileri dışında kalan ya da tarım dışı faaliyetlere tahsisi için Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı Köy Hizmetleri Genel Müdürlüğünce izin verilen tarım arazilerindeki kuru ve iyi drene edilmiş bir alanda tesis edilmiş

olmalı. Akarsulardan veya yağışlardan meydana gelebilecek su baskınlarına maruz kalmamalı, altyapı tesisleri tamamlanmış olmalıdır.

— Pis koku veya duman saçan sanayi bölgelerinden, yoğun yerleşme merkezlerinden, şehirlerin kanalizasyon sularını boşaltan akarsulardan, çöp yığınak alanlarından veya tozlu yerlerden uzakta bulunmalıdır.

— Bol ve temiz su ve yeterince enerji sağlanabilecek ana dağıtım merkezlerine yakın olmalı veya bu merkezlerden bağlantı boru ve hatlarıyla su ve enerji sağlanmalıdır.

— Hal tesisleri, ürün getiren ve götüren araçların kolay yanaşıp yükleme ve boşaltma yapabilecekleri ve görevli kimselerin rahat çalışabilecekleri biçimde yerleştirilmelidir.

— Adi depolar ve soğuk hava depoları, içlerine yerleştirilecek yaş sebze ve meyve dolu ambalajların rahat ve kolay yerleştirilip çıkarılabileceği şekilde yapılmalıdır.

— Hallerde, hale giren ve çıkan vasıtaların kolaylıkla manevra yapabilecekleri boş alanlar ve yeteri kadar park yerleri bulunmalıdır.

Eski yıllarda kurulmuş hallerde yukarıda sıralanan koşulların birçoğunun olmadığı bilinmektedir. Bu maddeler yeni kurulacak olan toptancı halleri için aranan kuruluş yeri özellikleridir. Ancak, söz konusu tip proje esasına dayalı olarak kurulan ve yukarıdaki şartların tümünü değilse de büyük bir kısmına uyan bazı yeni toptancı hallerinde, şehirden uzak olmanın getirdiği en büyük dezavantajın ticari işlem hacmindeki azalma olduğu tespit edilmiştir. Özellikle küçük ölçekli toptan alım yapanların ana yol bağlantısında bile olsa şehrin uzak yerlerine kurulan toptancı hallerden alışveriş yapma kararı verirken, alacağı ürünün değeri ile yapacağı yol masrafını karşılaştırdığı ve toptancı hale gelmektense biraz daha pahalı da olsa merkezden alım yapmayı tercih ettikleri belirlenmiştir. Bu durum toptancı hallerdeki komisyoncuların ticari faaliyetlerine zarar vermektedir. Yukarıda sıralanan şartlar her ne kadar ideal şartlar da olsa, söz konusu şartların ülke ve bölge koşulları ile toptancı hallerinin iş hacmi dikkate alınarak düzenlenmesi gerekmektedir (Çetin, 2009).

Tip projelerde, halin büyüklüğüne bağlı olarak adi depoların yanı sıra, soğuk hava deposu, ön soğutma merkezi ve paketleme evi kurulması da yer almaktadır. Yönetmelik ekinde aşağıdaki şartlardaki tesisler önerilmiştir:

“Soğuk hava deposu: Hale gelen ve hemen satılmayan veya sevk edilmeyen yaş sebze ve meyveleri bir süre muhafaza etmek amacı ile hal giriş kapısının aksi istikametine, halin diğer kenarına inşa edilmelidir Büyük haller; oda kapasiteleri 10 tondan aşağı olmamak üzere en az 5000 m³'lük depolama kapasiteli, orta büyüklükteki haller ise oda kapasiteleri 10 tondan aşağı olmamak üzere, en az 2000 m³ lük depolama kapasiteli olmalıdır.”

“Ön Soğutma Merkezi: Transit ve ortak amaçlı toptancı hallerinde bulunacak olan ön soğutma merkezi, yurdun uzak bölgelerine frigorifik kamyonlarla sevk edilecek yaş sebze ve meyvelerin bu kamyonlara yüklenmeden önce ısılarının düşürülmesi maksadı ile paketleme evi yanında en az saatte 10 ton kapasiteli olarak kurulmalıdır.”

“Paketleme Evi: Transit ve ortak amaçlı toptancı hallerinde bulunacak olan paketleme evi, yaş sebze ve meyve modern şekilde sınıflandırma, kalibre etme ve ambalajlama işlemlerine tabi tutmak ve gerekli diğer işlemleri uygulamak için soğuk hava deposunun olduğu kesime günde en az 100 ton ürün işleyecek kapasitede kurulmalıdır Gerekli görüldüğünde, ihraç malları için paketleme evlerine sarartma ve fümigasyon üniteleri de eklenebilir.“

Özellikleri belirtilen tesislerin kurulması mutlaka gereklidir. Ancak, bu tesislerin kapasiteleri ve kaplayacakları alanın yine bölgedeki üretim desenine ve üretim hacmine uygun bir şekilde belirlenmesi gerekmektedir. Ayrıca, ülkemizde ürünlerin hemen hemen hepsi üretildiği alanda tasniflenip, basit bir şekilde ambalajlanmaya tabi tutulmaktadır. Soğuk hava deposu, ön soğutma merkezi, paketleme evi vb. yapıların hallerin için de mi yoksa lojistik merkezler şeklinde çeşitli yoğun üretim bölgelerinin yakınında mı kurulması gerektiğinin sorgulanması gerekmektedir.

6.2 5957 Sayılı Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzeylenmesi Hakkında Kanun

1960'tan bu yana birçok yasa ve KHK hazırlanmıştır. Hazırlanan yasalarda birçok öngörülerde bulunulmuştur. Ancak üreticilerin ve tüketicilerin çıkarlarına olan öngörüler hayata geçirilememiştir. Ortaya çıkan ve çözüm bekleyen bir takım sorunlar yeni bir yasal düzenlemenin gerekli olduğunu göstermiştir. Sonuçta "5957 sayılı Sebze ve Meyveler İle Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzeylenmesi Hakkında Kanun" 11.03.2010 tarihinde TBMM Genel Kurulunda kabul edilerek 26.03.2010 tarihli ve 27533 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

Bu Kanunun "Yürürlük" başlıklı 19 uncu maddesi hükmü doğrultusunda, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın görev ve yetkilerini düzenleyen 15 inci maddesi 26.03.2010 tarihinde yürürlüğe girmiş olup, diğer maddeleri ise 1.1.2012 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Ayrıca standartlarla ilgili 6. maddesinin beşinci fıkrası 26.03.2013 tarihinde yürürlüğe girecektir.

5957 Sayılı kanunun getirdiği yeni düzenlemelere geçmeden önce bu kanunun ortaya çıkış sebeplerini ortaya koymak daha yararlı olacaktır. 24.06.1995 tarihinde yürürlüğe giren 552 sayılı KHK ve yapılan ilave değişiklikler ile; sebze ve meyve ticaretinin kalite, standart ve sağlık kurallarına uygun olarak serbest rekabet sistemi içerisinde yapılması, üretici ve tüketiciler ile sebze ve meyve ticaretini meslek edinenlerin çıkarlarının dengeli ve eşit şekilde korunması ve toptancı hallerinin modern ve çağdaş bir altyapı sistemine kavuşturulması amaçlanmış ancak, aradan geçen yaklaşık on dört yıllık süre boyunca bahsi geçen bu amaçlara ulaşılamamıştır.

Toptancı hallerinin etkinliğinin artırılması ve yaş meyve ve sebzenin ekonomiye katkısını arttırmak için, kayıt altına alınmasına olanak sağlanması gerekmektedir. Ayrıca hallerde ürünlerin standardizasyonun sağlanması, paketleme ve depolama gibi alanlarda altyapının geliştirilmesiyle tüketicilerin aldığı ürünler hakkında bilgi sahibi olarak güven duyması gerekmektedir. Ancak, mevcut yasalardaki tutarsızlıklar hallerden kaçışa fırsat yaratmaktadır. Bu durum,

hem ekonomik kayba hem haksız rekabete neden olmaktadır. Bir önceki yasa gereği ürünler tüketici merkezlerine gelene kadar birçok hale uğramak zorunda kalabildikleri için, üreticiler ve aracılar açısından bakıldığında ürünlerin hallere gönderilmesi konusunda olumsuz bir tablo ortaya çıkmaktadır. Ürünlerin hallerdeki işlem hacimleri de bu durumu açıkça ortaya koymaktadır.

Nitekim Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından (yeni adı ile Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı) hazırlanan yeni yasanın genel gerekçelerinde; TÜİK verilerin göre 2008 yılında Türkiye’de yıllık yaklaşık 43 milyon ton sebze ve meyve üretildiği belirtilmekte, üretilen ürünlerin % 5’nin ihraç edilebildiği, % 25’nin zayi olduğu, % 70’nin de iç pazarda satılan ürünlerden % 30’nun toptancı hallerinde işlem gördüğü, % 70’nin de kayıt dışı olarak satıldığı belirtilmektedir.

Buna ek olarak Türkiye’de 2000 yılında pazara sunulan meyvelerden toptancı hallerde en fazla işlem görenler; ayva (%30), erik (%40), Şeftali(%31), limon (%36,5), altıntop (%34), badem (%4), kestane (%3), muz (%100), nar (%45) ve çilektir (%30,3).

Sebze üretiminde en yüksek paya sahip ürünlerin toptancı hallerdeki işlem hacimlerinin de oldukça düşük düzeyde olduğu belirtilmektedir.

Sebze üretiminde yaklaşık %33–41 ile en büyük payı olan domatesin toptancı hallerdeki işlem görme oranı % 16, karpuzun %17, hıyarın %26, kuru soğanın %12, kavunun %13 ve sivri biberin %18 düzeyinde gerçekleşmiştir. Verileri olan sebzeler değerlendirildiğinde, ortalama % 30 civarında halde işlem hacmi gerçekleşmiştir. 2000 yılında pazara sunulan sebzelerden toptancı hallerde en fazla işlem görenleri ise şunlardır; maydanoz (%100), semizotu (% 95), ıspanak (%85), bakla (%31), fasulye (%25) ve bezelye (%24), dolmalık kabak (%55), patlıcan (%28), biber-dolmalık (%27), hıyar (%26), havuç (%48), sarımsak-kuru (%31) ve karnabahar’dır (%98) (Ek – 4, 5).

6.3 5957 Sayılı Yeni Yasada Toptancı Hallerin Yapısı ve İşleyişi İle İlgili Yapılan Düzenlemeler

Söz konusu kanun incelendiğinde, çözüme kavuşturulması gereken birçok konuyla ilgili yeni düzenlemeler yapıldığı görülmektedir. Kanunun birinci maddesinde yasanın hangi amaç doğrultusunda hazırlandığı belirtilmiştir. Buna göre; sebze ve meyveler ile arz ve talep derinliğine göre belirlenecek diğer malların ticaretinin kaliteli, standartlara ve gıda güvenilirliğine uygun olarak serbest rekabet şartları içinde yapılmasının, malların etkin şekilde tedarikinin, dağıtımının ve satışının, üretici ve tüketicilerin hak ve menfaatlerinin korunmasının, meslek mensuplarının faaliyetlerinin düzenlenmesinin, toptancı halleri ile pazaryerlerinin çağdaş bir sisteme kavuşturulmasının hedeflendiği vurgulanmıştır.

Ayrıca yeni kanun ile kayıt dışılığı artıran en önemli unsur olarak görülen kesintilere ilgili düzenlemeler yapılmıştır. Bu kapsamda halde satılan mallardan % 1, hal dışında satılan mallardan ise % 2 oranında hal rüsumu alınması karara bağlanmıştır. Rüsum konusu ile ilgili bir diğer önemli nokta ise; bedelin üreticiden değil, satın alandan tahsil edilecek olmasıdır. Hal rüsumu ile ilgili istisnalar getirilerek yeni bildirim sistemi ile hale bildirimde bulunmak şartıyla hal dışında da satış yapılabilmesinin önü açılmıştır.

Kanunun 4. maddesinde, toptan alım ve satımlardan hangilerinin toptancı hali dışında da yapılabileceği belirtilmiştir. Bunlar;

— Sınaî üretimde kullanılmak üzere satın alınan mallar,

— İhraç edilmek üzere satın alınan mallar,

— İlgili mevzuatı çerçevesinde ithal edilen mallar,

— 1.12.2004 tarihli ve 5262 sayılı Organik Tarım Kanunu kapsamında organik tarım faaliyetleri esaslarına uygun olarak üretilen ham, yarı mamul veya mamul haldeki sertifikalı ürünler,

— Üretici örgütlerince toptancı hali dışında satılan mallar,

— Fatura veya müstahsil makbuzu ile üreticilerden satın alınan mallar,

— Perakende ya da toptancı halinde toptan olarak satmak veya kendi tüketiminde kullanmak üzere fatura veya müstahsil makbuzu ile üreticilerden toptan olarak satın alınan malların, alım ve/veya satım işlemleri toptancı haline bildirilmek kaydıyla toptancı hali dışında da yapılabilecektir. Elektronik ticaret yoluyla yapılan satışlar da bu madde kapsamındadır.

Üreticiler açısından bakıldığında Kanun ile üreticilerce kurulan tüm tüzel kişiliklerin üretici örgütü olarak kabul edilebilmesi mümkün olmaktadır. Ayrıca üretici örgütlerince toptancı halinde satılan mallardan hal rüsumu alınmamasına karar verilmiştir. Bu şekilde, üretici örgütlerinin işlem maliyetleri azaltılarak mallarını piyasaya sunma imkanları daha da büyümüştür. Üreticiler ile ilgili bir başka yenilik ise üreticilerin ve üretici örgütlerinin mallarını tüketicilere doğrudan sunabilmesine imkan vermektedir. Bu şekilde üretici örgütlerine semt pazarlarında veya toptancı hallerde bulunan satış yerlerinin en az %20'sinin ayrılıp ürünlerini tüketicilere doğrudan satabilme imkanı doğmuştur.

Ayrıca, 552 sayılı KHK' den farklı olarak bu yasa ile üretici örgütlerine, ortak veya üyesi olmayan üreticiler ile diğer üretici örgütlerinin mallarını da toptan veya perakende olarak satabilme imkânı sağlanmıştır. Üreticilerin üretimlerine devam edebilmesi, ürettikleri malların satış bedelini zamanında alabilmeleri ile mümkündür.

Bu nedenle, Kanunda komisyoncuların mal bedelini satış tarihinden itibaren on beş iş günü içinde üreticiye veya üretici örgütlerine ödemek zorunda oldukları, süresi içinde üreticiye ödenmeyen mal bedellerinin hal hakem heyeti veya mahkemenin kararı ile ilgisine ödeneceği hükümlerine yer verilerek, toptancı hallerinde ticari güvenin sağlanmasına ve üreticiler ile üretici örgütlerinin alacaklarını hızlı ve etkin şekilde alabilmelerine yönelik etkin bir mekanizma oluşturulmuştur.

5957 sayılı Kanunun diğer yeniliklerinden birisi de gıda güvenilirliği konusundaki düzenlemedir. Kanunda bulunan 4. Madde ile perakende satış yapan üreticiler ile toptan veya perakende satış yapan diğer satıcıların; malları cinsine, doğal özelliklerine, kalite ve standartlarına göre sınıflandırmak, gıda güvenilirliğine, teknik ve hijyenik şartlara uygun olarak ürünün özelliğine göre satışa sunmak ve satışa sunulan malların izlenebilirliğine yönelik bilgileri içeren künyeleri kap veya ambalajların üzerinde bulundurmak zorunda olmalarına karar verilmiştir.

Künye uygulaması ile tüketicilerin, ürünün nerede, kimin tarafından ve hangi yöntem ile üretildiği ile ilgili bilgilere tüketiciler ulaşılması mümkün hale gelmektedir. Böylece tüketicilerin yanıltıcı bilgilerle aldatılmasının da önüne geçilmiş olmaktadır. Bu uygulamaya göre malın hale bildirim yapıldıktan sonra, sistem tarafından bu işleme ilişkin bir künye oluşturulmaktadır. Künye, malın üretim yerini, cinsini, miktarını, hangi üretici ve işletmeye ait olduğunu, varsa sertifika bilgilerini ve Bakanlıkça uygun görülen diğer hususları içermektedir. Her bir künye için sistem tarafından özgün bir künye numarası üretilmektedir.

Bu numara ve Bakanlıkça belirlenecek diğer bilgiler, bildirimde bulunulan mal miktarına göre ilgililer tarafından sistem üzerinden barkodlu etiket olarak basılmaktadır. Bakanlık, sistem üzerinden basılacak etiket adedini uygulama veya standartları dikkate alarak sınırlandırma yetkisine sahiptir.

Ayrıca, yetkili laboratuvarlarda gıda güvenilirliği ve kalitesi analizi yaptırılan mallardan hal rüsumunun yarısı oranında alınmasına yönelik bir düzenleme yapılmıştır. Toptancı halleri için ise gıda güvenilirliği analizi yaptırmak Kanunun 16. maddesi ile bir zorunluluk haline getirilmiştir.

Gıda güvenilirliğini sağlamak açısından yapılan bir diğer düzenleme ise toptancı hallerinin fiziki yapısına ilişkindir. Malların tedarik zincirinde en önemli halkayı oluşturan toptancı hallerinin Avrupa Birliği standartlarında çağdaş bir yapıya kavuşturulması büyük önem arz etmektedir. Yapılan yeni düzenlemeler ile birlikte toptancı halleri; müzayede, depolama, tasnifleme ve ambalajlama tesisleri

ile laboratuvar ve soğuk hava deposu gibi diğer asgarî koşulları taşıyan projeler çerçevesinde kurulabilecektir. Mevcut toptancı halleri de yine bu altyapı standartları çerçevesinde Kanunla öngörülen süre içinde modernize edilecektir.

Hal hakem heyetlerine ilişkin olarak da 5957 sayılı Kanunda 552 sayılı KHK' den farklı düzenlemeler mevcuttur. 5957 sayılı Kanun ile birlikte hal hakem heyeti üyelerinin sayısı artırılarak uyuşmazlık yaşamayı muhtemel tüm kesimlerin temsilcilerine heyette yer verilmiş, kararları ilam niteliğine kavuşturulmuş, kararlarına karşı itirazın yalnızca mahkemeye yapılabileceği hükme bağlanmış ve belki de en önemlisi değeri elli bin TL'ye kadar olan uyuşmazlıklarda heyete başvuru zorunlu kılınmıştır. Şikâyete konu husus, hal hakem heyetinde görüşüldükten sonra alınan karara karşı asliye ticaret mahkemesine itiraz edilmek suretiyle yargıya taşınabilecektir. Böylece anlaşmazlıklar kolay, hızlı ve düşük maliyetle çözümlenebilecek ve mahkemelerin üzerindeki iş yükü de azaltılmış olacaktır.

Sebze ve meyve ticaretine ilişkin kamusal politikaların oluşturulabilmesi ve sektörün bu alanda öngörülerde bulunarak gelişebilmesi, ancak sektöre yönelik sağlıklı verilerin sürekli olarak izlenebilmesi ile mümkündür.

Bu nedenle; sebze ve meyve ticaretine konu olan ve toptancı halinde ve dışında işlem gören malların cinsine, miktarına, fiyatına, alıcı ve satıcısına ilişkin bilgilerin elektronik ortamda tutulması, izlenmesi ve duyurulması, üreticiler, üretici birlikleri, tüccarlar, komisyoncuların kayıt altına alınması, bunlara yönelik veri tabanının oluşturulması ve toptancı halleri arasında ortak bilgi paylaşımının ve iletişiminin sağlanmasını amaçlayan merkezi hal kayıt sisteminin kurulmasına yönelik bir düzenleme yapılmıştır.

Hal kayıt sisteminin kurulmasıyla; kamu kesimi, meslek mensupları ve tüketiciler tarafından alım ve satıma konu sebze ve meyvelerin miktar ve fiyatlarına ulaşılabilmesi, meslek mensuplarının (malların ticaretiyle iştigal eden ilgili meslek odalarına kayıtlı kişiler) kayıt altına alınabilmesi, üreticilerin mallarını satacakları kişilerin irtibat bilgilerine ulaşarak onlar hakkında bilgi sahibi olabilmesi ve ürünlerini daha çok kar edebileceği pazarlara

yönlendirebilmesi düşünülmektedir. Bu şekilde üreticiler geleceğe yönelik planlama yapabilecek ve tüccarlar karşısında daha güçlü bir pozisyonda bulunabilecektir.

Ayrıca yeni yasa ile vatandaşların, bilgi ve iletişim teknolojileri yardımıyla, kamusal alandaki karar alma süreçlerine katılımı sağlanıp, belediyelerin şeffaf ve hesap verebilir hale getirilmesine katkıda bulunulmuştur. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı yaygınlaştırılarak, özel sektör faaliyetlerine yol gösterilerek hedeflerine ulaşmaları temin edilmesi düşünülmüştür.

Üreticiler, tüketiciler, ve konu ile ilgili meslek mensupları sebze ve meyve sektörüne ilişkin bilgileri etkin bir şekilde kullanabilecek ve böylece önemli bir rekabet avantajı sağlayacaktır. Ayrıca e-ticaretin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılmasına katkıda bulunabilecektir. Öte yandan kamunun sebze ve meyve ticaretine yönelik olarak daha sağlıklı değerlendirmeler yapması ve düzenlemeler oluşturması temin edilmesi düşünülmektedir.

Kayıt dışılığın yüksek olduğu sebze ve meyve ticareti sektöründe hal kayıt sistemi kullanılarak yapılacak bildirimlerle ticarete konu sebze ve meyveler kayıt altına alınarak piyasada kayıt dışılığın önlenmesi, sektörde saydamlık sağlanması ve vergi gelirlerinin artması planlanmaktadır.

Türkiye, sebze ve meyve üretimi bakımından dünyanın önde gelen ülkeleri arasında yer almaktadır. Üretim, tüketim ve dış ticarete konu olan sebze ve meyveler; hem ekonomik açıdan hem de temel besin maddesi olması açısından üzerinde dikkatle durulması gereken bir alanı oluşturmaktadır.

1.1.2012 tarihinde yürürlüğe giren 5957 sayılı Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun ile getirilen hükümler ile; genel olarak ürünlerin üretim, dağıtım ve satışında etkinlik sağlanması ve tüketicilerin daha sağlıklı ürünler yemesi gerekliliği düşünülmektedir.

Ancak; bu kuralların uygulanabilmesi için, sebze ve meyve ticareti alanında faaliyet gösteren meslek mensuplarının, üretici örgütlerinin ve bu alanda belki de en önemli söz sahibi olarak nitelendirilebilecek olan tüketicilerin desteğinin sağlanması gerekmektedir.

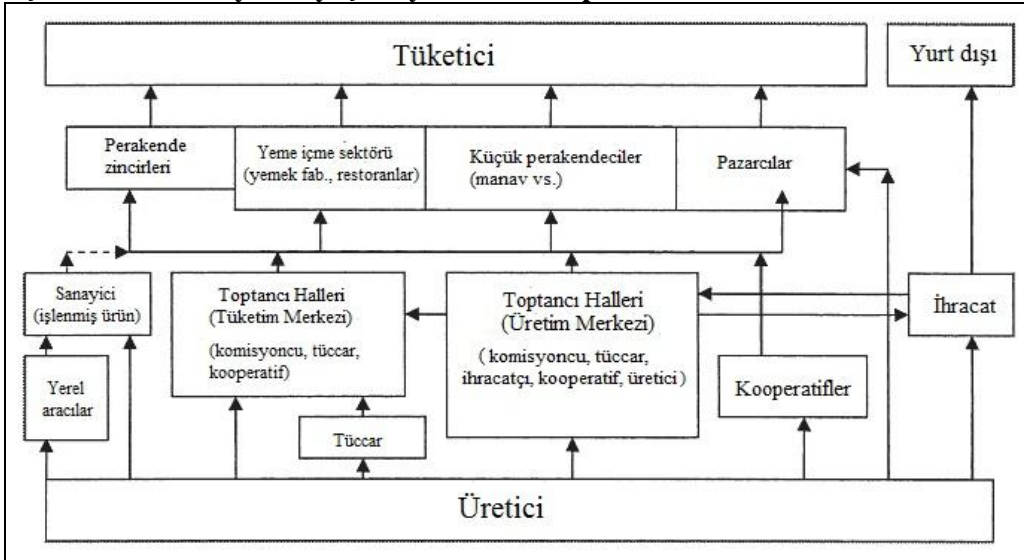
6.4 Türkiye’ de Yaş Meyve ve Sebze Pazarlaması ve Toptancı Haller

Pazarlama, ekonominin önemli alt işlevlerinden birini oluşturmaktadır. Üreticinin üretim faktörlerini kullanarak ürettiği ürünü ancak iyi bir pazarlama sistemi ile tüketiciye ulaştırdığında ekonomik değer bulmakta, böylece hem üreticisine hem de tüketicisine yarar sağlamaktadır. Kısaca pazarlama, mal ve hizmetlerin üreticiden tüketiciye veya kullanıcıya doğru akışını yönlüten işletme faaliyetlerinin yerine getirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Türkiye’de yaş meyve ve sebze pazarlaması doğrudan veya çeşitli aracılara içeren pazarlama kanalları ile yapılmaktadır. Üretici ürettiği ürünün satışını bahçesinde, bağında ya da tarlasında doğrudan sanayiciye, ihracatçıya veya perakendeciye yasalarda belirtildiği gibi yapabilmektedir.

Ayrıca üretici pazarı, semt pazarı, organik ürün pazarı, elektronik ticaret gibi yöntemlerle de ürünü doğrudan tüketiciye pazarlayabilmektedir. Bunun yanında üretici örgütlenmesindeki eksiklikler, araçların finansal gücü yetersiz olan üreticilere avans vererek ürünü bizzat üreticilerden alması gibi bir takım uygulamalar da üreticilerin pazara entegre olamamasına neden olmaktadır. Bu durum üreticilerin hallerde temsil gücünü zayıflatarak fiyat oluşumundaki etkinliğini kısıtlamaktadır (Yılmaz, 2002). Pazarlama kanalındaki önemli bir üretici oluşumu ise 6 Temmuz 2004 tarihli Remzi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren 5200 sayılı Tarımsal Üretici Birlikleri Kanunu’na dayalı olarak kurulan yaş meyve ve sebze üretici birlikleridir. Kanuna göre meyvede 2008 yılında 117, sebzedede (+süs bitkileri) 63, üretici birliği kurulmuştur. Meyve ve sebze üretici birliklerinin bitkisel ürünlerle ilgili üretici birliklerindeki payının ise yaklaşık %77 düzeyinde olduğu ifade edilmiştir (Albayrak, 2009).

Toptancı hallerde ise üretici ürününü kendisi satabileceği gibi tahsis sahibi olan komisyonculara da belirli bir hizmet bedeli karşılığı ürününün satışını yaptırabilir. Yaş meyve ve sebzedede üretici örgütlenmesinin arzulanan düzeyde olmaması pazarlama kanalının uzamasına ve tüketicinin ödediği paradan üreticinin eline geçen miktarın düşmesine yol açmaktadır (Şekil 6.1.).

Şekil 6.1. Türkiye’de yaş meyve ve sebze pazarlama sistemi



Kaynak: YILMAZ, S., YILMAZ, İ., (2008) “Evaluation of the wholesale market system for fresh fruits and vegetables in Turkey: a case study from Antalya Metropolitan Municipality”

Pazarlama kanallarında araçların fazla olması pazarlama marjlarının artmasına yol açmaktadır. Örnek vermek gerekirse Çizelge 6.1.’de de görüleceği gibi 2010 yılında mandalina yaklaşık % 295, elma % 270 ve ıspanak % 245 bir fiyat farkı ile tüketicilere ulaşmaktadır. Genel ortalamaya bakıldığında ise bu oran %218 civarındadır.

Çizelge 6.1. Seçilmiş Ürünlerde 2010 Yılı İtibariyle Ortalama Üretici, Hal, Pazar ve Market Fiyatları (TL/Kg)

Ürünler	Üretici Fiyatı	Hal Fiyatı	Pazar Fiyatı	Market Fiyatı	Hal/Üretici Fiyat Farkı (%)	Pazar/ Üretici Fiyat Farkı (%)	Market/ Üretici Fiyat Farkı (%)
Armut	1,12	1,81	2,55	3,68	60,97	127,04	227,94
Domates	0,76	1,15	1,73	2,48	50,48	127,21	225,54
Elma	0,67	1,13	1,60	2,50	67,92	136,93	270,22
Havuç	0,48	0,65	1,21	1,45	36,17	151,33	201,70
Ispanak	0,60	0,97	1,50	2,06	61,96	151,20	245,45
Karpuz	0,40	0,56	0,84	1,08	39,11	107,43	166,34
Kavun	0,50	0,64	0,94	1,21	27,71	87,95	142,57
Kuru Fasulye	1,48	2,03	4,04	4,98	37,20	173,51	237,53
Limon	0,78	1,20	2,18	2,63	52,72	177,75	234,99
Mandalina	0,57	1,15	1,78	2,27	100,00	211,35	295,63
Nohut	0,83	1,27	2,08	2,73	53,21	151,39	230,16
Patates	0,45	0,67	1,07	1,20	50,00	139,18	170,41
Pathican	0,67	1,11	1,70	2,27	64,82	151,62	236,39
Pırasa	0,63	0,99	1,64	1,96	57,67	159,52	210,32
Salatalık	0,56	0,84	1,40	1,87	49,67	150,00	234,36
Sivri Biber	0,86	1,39	2,29	2,82	62,35	167,44	228,63
Soğan	0,55	0,77	1,22	1,48	40,50	122,31	168,76
Yeşil Fasulye	1,54	2,36	3,49	4,80	53,13	126,47	211,38
ORTALAMA	0,75	1,15	1,85	2,41	53,64	145,54	218,80

Kaynak: <http://www.tzob.org.tr> basın bülteninden elde edilmiştir. Not: Veriler Ankara, İzmir, İstanbul, Mersin, illerindeki hal müdürlüklerinden derlenen ortalama fiyatlardır

Sebze ve meyve ticaretinde toptancı haller büyük bir önem taşımaktadır. Burada hizmet verenler, büyük çoğunlukla komisyoncular, tüccarlar nadiren de üretici birlikleri ya da kooperatiflerdir. Alıcılar ise, genellikle perakendeciler ve toplu tüketime yönelik hizmet veren kişi ya da kuruluşlardır. Üretici düzeyinde yapılan araştırmalar, yaş meyve-sebzelerin türlerine göre % 13 ile % 42'sinin toptancı halleri aracılığı ile pazarlandığını ortaya koymuştur (Çetin, 2009). Aslında, üretici herhangi bir düzeyde alıcıya direkt satışı tercih etmekte, fakat bu durum çoğunlukla gerçekleşmemektedir.

Üreticiler genellikle işgüçlerini üretime yönlendirdikleri ve pazar ortamından uzak oldukları için, pazarlama fonksiyonuna yeterli zamanı ayıramamaktadırlar.

Üretici düzeyinde pazarlamada etkin görev yapacak kuruluşların, özellikle yaş meyve-sebze alanında, bulunmayışı çoğunluğu küçük ölçekli olan üreticileri güç durumda bırakmaktadır. Böylece milyonlarca üreticinin her biri değişik pazarlama kanalları arayışı içine girmektedirler. Bu durum, özellikle depolanma olanağı kısıtlı olan veya ekonomik olmayan bazı ürünler için daha da önemli sorunlar yaratmaktadır.

Öte yandan yaş meyve ve sebze pazarlamasında bir diğer olumsuzluk, işlenmiş meyveye günümüzde duyulan talebin sınırlı oluşu nedeni ile kurulu bulunan meyve işleme sanayinin düşük kapasite ile çalışma durumunda kalması, bu nedenle yaş meyvelerin dalından koparıldığı gibi doğal hali ile pazarlanması zorunluluğudur. Bu durum, binlerce üreticinin ürettiği aynı tür meyvenin bir anda pazara sunulması ve talebe göre arz fazlalığı nedeni ile fiyatın düşmesine neden olmaktadır. Pazarlamanın fonksiyonları içinde yer alan "Depolama" faaliyetinde soğuk depolar tüketicilerce çok talep gören ve katma değeri yüksek olan belirli bir kaç meyve türünde hizmet verebilmektedir.

Fiyatların yıl içindeki dağılımı yanında, tüketim periyodunu da ayarlama yarar bilinen soğuk depoların kayıpları azaltarak, milli ekonomiye daha fazla katkı sağlaması için tüm meyve üretim bölgelerine ve daha fazla meyve türü için yaygınlaştırılması gerekmektedir. Ancak bundan da önemlisi aynı zamanda, soğuk depoların toptancı hallerinde de bulunması gerekmektedir. Gününde satılmayan bazı hassas sebze ve meyve türleri doğal koşullarda bekletildiğinde değer kaybına uğramaktadır. Bu da hem üreticinin hem de komisyoncunun daha az gelir elde

etmesi anlamına gelmektedir. Bu nedenle yaş sebze ve meyveler ambalajlama ve taşımada özen gerektirmektedir.

Yurt içinde, sebze ve meyveler çoğunlukla üzeri açık kamyonlarla ve bozulmayı önlemek için de genellikle gece toptancı hallerine ya da diğer satış yerlerine taşınmaktadır. Soğuk hava donanımlı taşıyıcılar genellikle diğer ülkelere yapılan dışsatım için kullanılmaktadır (Aydemir, 2006).

Pazarlama üretimden tüketime kadar uzayan bir zincirdir. Bu zincirin birinde oluşabilecek aksaklık tüm pazarlama etkinliğini düşürmekte ve çok zor bir süreç olan üretimin anlamını yok etmekte veya azaltmaktadır. Bu nedenle yaş meyve-sebze pazarlamasında ürünü üreticisinden son tüketicisine ulaştıran perakendeciye kadar görev alan tüm birimlerin çok dikkatli ve hızlı hareket etmeleri gerekmektedir. Bu yapılmadığı takdirde üretilen ürünlerin yaklaşık %30'u pazarlama aşamasında ziyan olduğu ifade edilmektedir (Çetin, 2009). Her türlü bozulma ya karşı hassas olan yaş meyve-sebzelerde pazarlamadaki başarının, çok dikkatli bir hasat ile başladığı unutulmamalıdır. Hasat edilen tüm ürünler aynı boy ve kalitede olmayacağı için, her boy ve kalite ayrı ambalajlanmalı ve pazara ambalaj-fiyat uyumlu olarak sunulmalıdır. Depolanması gereken meyve-sebzelerin, hasat edildiği gün en kısa sürede depoya ulaştırılmasına özen gösterilmeli, depolanmayacak ürünler ise hasat edildiği gün satış yerine ulaştırılmalıdır. Bu satış yeri, daha önce de belirtildiği gibi toptancı halleridir. Taze meyve-sebzeler toptancı hallere aktarılmasını takiben çoğunluğu pazar ve manav esnafınca olmak üzere günün erken saatlerinde satın alınmakta ve tüketicilere sunulmaktadır.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Ağustos 2010 verilerine göre, Türkiye genelinde 203 adet toptancı sebze ve meyve hali, bu toptancı hallerde de halen faal olan 9.864 işyeri bulunmaktadır. Antalya İli'nde 25 adet (%12), Mersin İli'nde 18 adet (%9), İstanbul İli'nde 4 adet (%2), Ankara İli'nde ise 2 adet (%1) toptancı hal mevcuttur. Toptancı hallerin altyapılarında eksiklikler bulunmaktadır. 9.864 adet işyerinden yalnızca 275'inde (%3) soğuk hava deposu bulunmaktadır. Yaş meyve ve sebzelerin çabuk bozulabilirliği ve fiyat dalgalanmaları da dikkate alındığında, depolamanın önemi yadsınamaz. 203 adet toptancı sebze ve meyve halinin %49'unda halen fiyat panosu bulunmamaktadır. Hallerde oluşan fiyatların anında/en kısa sürede ürünlerin ticaretini yapanlara ulaştırılması ve pazarda şeffaflık açısından fiyat panolarının önemli işlevleri bulunmaktadır. Gıda analiz laboratuvarı bulunan toptancı hal sayısı ise sadece 5 adettir (Ek - 3).

7. ARAŞTIRMA BULGULARI

7.1 Araştırma Bölgesinde Seçilen Üreticilerin ve İşletmelerin Genel Durumu ve Pazarlama Yapısı

Çizelge 7.1.'de Anket çalışılmalarında incelenen işletmeler ve üreticilerin genel özelliklerine görülmektedir. Buna göre; işletmecilerin yaş grubunda en küçük değer 24, en büyük değer 73'tür.

Ankete katılan üreticilerin %35'i 24 ile 43 yaş arası, %38,33'ü 44 ile 58 yaş arası ve %26,66'sı 59 ile 73 yaş grubunda yer almaktadır. Ortalama üretim alanlarının yaş gruplarına göre dağılımına bakıldığında; 24-43 yaş aralığındaki üreticilerin ortalama üretim alanı 13,09 da, 44-58 yaş aralığındaki üreticilerin ortalama üretim alanı 20,30 da ve 59-73 yaş aralığında kalan üreticilerin ortalama üretim alanı ise 10,76 da olup genel ortalama ise 14,76 da olarak hesaplanmıştır. Buna göre üretim alanı en geniş yaş grubunun orta yaş ve biraz üzeri olduğu söylenebilir.

Çizelge 7.1. Üreticilerin Yaş grupları ve Ortalama Üretim Alanlarına Göre Dağılımı

Yaş Grubu	Üretici Sayısı	(%)	Ortalama Üretim Alanı (da)
24-43 arası	42	35	13,09
44-58 arası	46	38,33	20,30
59-73 arası	32	26,66	10,90
Toplam	120	100	15,27

Üreticilerin %30'u ilköğretimi bitirememiştir. İlköğretimi bitiren üreticiler anket görüşmesi yapılan toplam üreticilerin %56,67'sini oluşturmaktadır. İlköğretim ve sonrası eğitim görenler ise %13,33'lük bir paya sahiptir (Çizelge 7.2.).

Çizelge 7.2. Üreticilerin Eğitim Durumları

Eğitim Durumu	Üretici	% Dağılımı
İlköğretimi bitirmemiş	36	30
İlköğretim mezunu	68	56,67
İlköğretim üzeri	16	13,33
Toplam	120	100

Buna ek olarak ilk 24–43 yaş grubunun % 9,52’si, 44-58 yaş grubunun %39,13’ü ve 59-73 yaş grubunun %43,75’i ilköğretimi bitirmemiştir. Ayrıca 24–43 yaş grubu üreticilerin % 66,66’sı, 44–58 yaş grubuna ait üreticilerin %52,17’si ve 59–73 yaş grubu üreticilerin %50’si ilköğretim mezunudur. İlköğretim sonrası eğitime devam edenlerin oranı ise 24–43 yaş aralığı için %23,8, 44–58 yaş aralığı için %6,69 ve 59–73 yaş aralığı için %6,25 olarak bulunmuştur (Çizelge 7.3.).

Çizelge 7.3. Yaş gruplarına göre Üretici Sayısı ve Eğitim Seviyeleri

Eğitim durumu	24–43 Arası	%	44–58 Arası	%	59-73 Arası	%	Toplam	%
İlköğretim bitirmemiş	4	9,52	18	39,13	14	43,75	36	30
İlköğretim mezunu	28	66,66	24	52,17	16	50	68	56,67
İlköğretim sonrası	10	23,82	4	8,69	2	6,25	16	13,33
Toplam	42	100	46	100	32	100	120	100

Bu sonuçlara göre, genel olarak genç ve orta yaşlı sayılabilecek işletmecilerin eğitim düzeyinin yeterli olmadığı söylenebilir.

Çizelge 7.4.’te üreticilerin meyve-sebze tarımıyla uğraşma sürelerine bakıldığında; karpuz yetiştirilen işletmelerde faaliyet süresi 3–30 yıl aralığında değişmektedir. Ortalama faaliyet süresi ise 22,7 yıldır. Mandalına üretiminde ise ortalama faaliyet süresi 30 yıl olup, minimum faaliyet süresi 6 yıl ve maksimum faaliyet süresi 45 yıldır.

Patates üretimine bakıldığında minimum faaliyet süresi 8 yıldır. Patates üreticileriyle yapılan görüşmelerde maksimum faaliyet süresi sorulduğunda çok uzun yıllar faaliyette bulunduğu belirtilmiştir. Bu sebeple net bir veri elde edilememiştir. Domateste ise ortalama faaliyet süresi 10 yıl, minimum faaliyet süresi 5 yıl ve maksimum faaliyet süresi ise 15 yıldır.

Çizelge 7.4. Üreticilerin Meyve-Sebze Tarımıyla Uğraşma Süreleri (Yıl)

	Karpuz	Mandalina	Patates	Domates
Maksimum Faal. Sür.	30	45	(*)	15
Minimum Faal. Sür.	3	6	8	5
Ortalama Faal. Sür.	22,7	30	20	10

(*) Süre belirtilmemiştir; ancak çok uzun yıllardır, patates yetiştiriciliği ile uğraşıldığı ifade edilmiştir.

Araştırma kapsamında ele alınan ürünler itibariyle ortalama üretim alanları Çizelge 7.5.'te verilmiştir. Çizelgeye göre domates işletmelerinde işletme başına ortalama arazi genişliği yaklaşık 15,76 da'dır. Bu değer karpuz işletmelerinde ise 10,73 da, patates işletmelerinde 8,86 da ve mandalina da ise 25,73 da'dır.

Çizelge 7.5. Seçilen Ürünlerin Ortalama Üretim Alanları

Ürün	Ortalama Üretim Alanı
Domates	15,76 da
Karpuz	10,73 da
Patates	8,86 da
Mandalina	25,73 da
Genel Ortalama	15,27 da

Çizelge 7.6.'da Araştırma kapsamındaki işletmelerde 2010 yılı itibariyle üreticilerin eline geçen fiyatlar ile İzmir Büyükşehir Belediyesi Hali yaş meyve-sebze fiyatları ve 3 büyük ilin (Ankara, İstanbul, İzmir) pazar ve market fiyat ortalamaları karşılaştırılmıştır.

Buna göre seçilen ürünlerdeki üretici fiyatları ile market fiyatları arasındaki minimum fark %380 ile patatesten oluşmuştur. Maksimum değer ise %656 ile mandalinadadır.

Çizelge 7.6. 2010 Yılı İtibariyle Seçilen Ürünlerde Üreticilerin Eline Geçen Fiyatlar, İzmir Hal Fiyatları ve 3 Büyük İlin Fiyat Ortalamaları (TL/kg)

Ürün	Üretici Fiyatı	Hal Fiyatı	Pazar Fiyatı	Market Fiyatı
Domates	0,34 TL	0,47 TL	1,73 TL	2,48 TL
Karpuz	0,15 TL	0,39 TL	0,84 TL	1,08 TL
Patates	0,25 TL	0,41 TL	1,07 TL	1,20 TL
Mandalina	0,30 TL	0,72 TL	1,78 TL	2,27 TL

Not: Pazar ve market fiyatları Ankara, İzmir, İstanbul, Mersin ortalama fiyatlardır.

İncelenen işletmelerin %65'i kooperatif üyesidir. Bu oranın %60'ı Tarım Kredi Kooperatifi ve Tariş oluştururken %5'ini ise Tarımsal Kalkınma Kooperatifi oluşturmaktadır. Yapılan görüşmeler sonucunda doğrudan meyve-sebze üretim ve pazarlamasıyla ilgili bir kooperatife rastlanmamıştır. Fakat bu amaçla kurulan Tarımsal Kalkınma Kooperatifi faaliyetlerine devam etmekle birlikte yeterli ilgiyi görmemektedir (Çizelge 7.7.).

Çizelge 7.7. İncelenen İşletmelerde Üreticilerin Kooperatifleşme Oranı

Kooperatifler	Oran (%)
Tarım Kredi Koop + Tariş	60,00
Tarımsal Kalkınma Kooperatifi	5,00
Kooperatif Üyesi Olmayanlar	35,00

7.2 Üreticilerin Satış Yerleri ve Tercih Nedenleri

Üreticilerin ürünlerini sattıkları yerler ve teslim şekilleri meyve-sebze pazarlamasında oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu bölümde incelenen işletmeler için ürünler bazında üreticilerin satış yerlerine göre tercih nedenleri verilmiştir.

Buna göre incelenen işletmelerde ürünlerini tüccara satan toplam 9 mandalina üreticisi bulunmaktadır. Mandalina üreticilerinin tercih sebepleri arasında malı satın alan güvenilir tüccarların olması, satışın kolay olması, peşin ödeme yapılması ve başka alıcının olmaması sayılabilir. Ayrıca araştırma bölgesinde görüşülen üreticilerin bir kısmı önceki yıllarda ürününü verdikten sonra ortadan kaybolan bazı tüccarlar nedeniyle mağdur olduklarını ifade etmiştir. Bu sebeple ürünlerini tüccara veren mandalina üreticileri açısından güvenilir tüccarlar ile çalışmanın en önemli tercih sebebi olduğu söylenebilir.

Patates işletmelerinde ise anket yapılan 30 üreticiden 28'i ürünlerini tüccara vermektedir. Buna göre en önemli tercih sebepleri sırasıyla satışın kolay olması (alıcının ayağına kadar gelmesi), ürünü alan güvenilir tüccarların olması ile günlük ve peşin ödeme yapılması gelmektedir. Karpuz işletmelerinde ise tüccar ile çalışan 20 üreticiye rastlanmıştır. Bu üreticiler için en önemli tercih sebebi ise satışın kolay olması ilk sırada yer almaktadır. Bunun ardından tüccarın günlük ve peşin ödeme yapması ve başka alıcının olmaması gibi sebepler gelmektedir. Anket görüşmesi yapılan 30 domates üreticisinden 8'i ürettiği ürünü tüccara satmaktadır. Bunun en önemli sebeplerini sırasıyla; ürettikleri ürünün hale götürülmek için fazla olması, tüccarın peşin ödeme yapması ve ayağına kadar gelerek ürün satışını kolaylaştırması olarak ifade etmişlerdir. (Çizelge 7.8.-7.9.).

Çizelge 7.8. Üreticilerin Tüccara Satış Nedenleri

Ürün	Tercih Sebebi	Üretici Sayısı	%
Mandalina	Ürünü satın alan güvenilir tüccarlar olmasından + Satışı kolay (Tüccarın ayağına kadar gelmesi)+ Peşin ödeme yapılması + Başka alıcının olmaması	7	77,77
	Başka alıcının olmaması	2	22,22
	TOPLAM	9	100
Patates	Satışı kolay (Tüccarın ayağına kadar gelmesi) + Ürünü satın alan güvenilir tüccarlar olması + Günlük ve peşin ödeme + Ürünün hale götürmek için fazla olması	21	75,00
	Başka alıcının olmaması	7	15,00
	TOPLAM	28	100
Karpuz	Başka alıcının olmaması + Satışı kolay (Tüccarın ayağına kadar gelmesi + Günlük ve peşin ödeme	17	85,00
	Ürünün hale götürmek için fazla olması	3	15,00
	TOPLAM	20	100
Domates	Ürünün hale götürmek için fazla olması+ Peşin ödeme yapılması + Satışın kolay olması	8	100
	TOPLAM	8	100

Çizelge 7.9. Ürünlerin Tüccara Satış Sebeplerinin Etki Dereceleri

Ürün	Tercih Sebebi	Ortalama Likert Ölçeği Değeri	Standart Sapma Değeri
Mandalina	Ürünü satın alan güvenilir tüccarlar olmasından	3,88	1,69
	Günlük ve peşin ödeme yapılması	3,66	1,65
	Satışın kolay olması (Alıcının ayağına kadar gelebilmesi)	3,66	1,65
	Başka Alıcının olmaması	1,88	1,26
	Ürünün Hale ya da pazara götürmek için fazla olması	1,00	0
	Daha yüksek fiyat	1,00	0
Patates	Satışın kolay olması (Alıcının ayağına kadar gelebilmesi)	3,82	1,78
	Ürünü satın alan güvenilir tüccarlar olmasından	3,39	1,66
	Günlük ve peşin ödeme yapılması	3,17	1,74
	Ürünün Hale ya da pazara götürmek için fazla olması	3,07	1,76
	Başka Alıcının olmaması	1,96	1,85
	Daha yüksek fiyat	1,00	0
Karpuz	Satışın kolay olması (Alıcının ayağına kadar gelebilmesi)	4,40	1,42
	Günlük ve peşin ödeme yapılması	3,90	1,44
	Başka Alıcının olmaması	3,25	1,21
	Ürünün Hale ya da pazara götürmek için fazla olması	1,60	1,42
	Ürünü satın alan güvenilir tüccarlar olmasından	1,00	0
	Daha yüksek fiyat	1,00	0
Domates	Ürünün Hale ya da pazara götürmek için fazla olması	4,12	0,99
	Günlük ve peşin ödeme yapılması	3,75	1,16
	Satışın kolay olması (Alıcının ayağına kadar gelebilmesi)	3,62	1,30
	Başka Alıcının olmaması	1,00	0
	Ürünü satın alan güvenilir tüccarlar olmasından	1,00	0
	Daha yüksek fiyat	1,00	0

*1:Kesinlikle Etkisiz 2:Az etkili 3:Orta derecede etkili 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

Ürünlerini hale (komisyoncuya) satan üreticilerin tercih sebeplerine bakıldığında; anket yapılan 30 mandalina üreticisinden 8 tanesinin ürünlerini hal komisyoncusuna teslim ettiği ifade edilmiştir. Üreticilerin bu kararın almasında en etkili sebepler; hal ile çalıştıklarında paralarını alma garantisinin olması ve yetiştirdikleri ürünün tüccarın gelmeyeceği kadar az olması gösterilmektedir. Ayrıca aile işgücü sebebiyle kasalamanın sorun olmaması ürünün hale gönderilmesinde bir diğer faktör olmaktadır. Patateste ise anket görüşmesi yapılan 30 üreticiden sadece 2 tanesi ürünlerini hale göndermektedir. Bu üreticiler açısından bakıldığında en önemli tercih sebepleri; ürünün az olmasından dolayı tüccarın gelmemesi ve hal ile çalışıldığında parayı alma garantisinin olması etken sebepler olarak ifade edilmiştir. Karpuz üretimi yapan işletmelerde ürünlerini hale gönderen 4 üreticiyle görüşme yapılmıştır. Bu üreticilerin hale ürün gönderme sebeplerinden en önemlileri sırasıyla sattıkları ürünün pazarda satmak için fazla olması ve başka alıcının olmaması olarak ifade edilmiştir.

Domateste ise ürününü hale gönderen 12 üretici bulunmaktadır. Bu üreticiler tarafından ifade edilen en önemli tercih sebepleri ise üretilen domatesin pazarda satmak için fazla olması ve pazaryerlerinin parselli olmasından dolayı yer sıkıntısı yaşamalarıdır (Çizelge 7.10.-7.11.).

Çizelge 7.10. Üreticilerin Hale (Komisyoncuya) Satış Nedenleri

Ürün	Tercih Sebebi	Üretici Sayısı	%
Mandalina	Ürün az olduğundan tüccarın gelmemesi + parayı alma garantisi	5	63,00
	Aile işgücü nedeniyle kasalamanın sorun olmaması	3	38,00
	TOPLAM	8	100
Patates	Parayı alma garantisi + ürün az olduğundan tüccarın gelmemesi	2	100
	TOPLAM	2	100
Karpuz	Başka alıcının olmaması + ürünün pazarda satmak için fazla olması	4	100
	TOPLAM	4	100
Domates	Ürünün pazarda satmak için fazla olması	9	75,00
	Pazaryerlerinin parselli olması ve yer sorunu	3	25,00
	TOPLAM	12	100

Çizelge 7.11. Ürünlerin Hale (Komisyoncuya) Satış Sebeplerinin Etki Dereceleri

Ürün	Tercih Sebebi	Ortalama Likert Ölçeği Değeri	Standart Sapma Değeri
Mandalina	Parayı alma garantisi	3,50	2,07
	Ürün az olduğundan tüccarın gelmemesi	3,25	1,90
	Aile işgücü nedeniyle kasalamanın sorun olmaması	2,50	2,07
	Ürünün Pazarda satmak için fazla olması	1,00	0,00
	Başka alıcının olmaması	1,00	0,00
	Daha yüksek fiyat	1,00	0,00
	Pazar yerlerinin parselli olması ve yer sorunu	1,00	0,00
Patates	Ürün az olduğundan tüccarın gelmemesi	5,00	0,00
	Parayı alma garantisi	4,50	0,70
	Ürünün Pazarda satmak için fazla olması	1,00	0,00
	Başka alıcının olmaması	1,00	0,00
	Aile işgücü nedeniyle kasalamanın sorun olmaması	1,00	0,00
	Daha yüksek fiyat	1,00	0,00
	Pazar yerlerinin parselli olması ve yer sorunu	1,00	0,00
Karpuz	Ürünün Pazarda satmak için fazla olması	4,20	0,83
	Başka alıcının olmaması	3,80	1,09
	Ürün az olduğundan tüccarın gelmemesi	1,00	0,00
	Parayı alma garantisi	1,00	0,00
	Aile işgücü nedeniyle kasalamanın sorun olmaması	1,00	0,00
	Daha yüksek fiyat	1,00	0,00
	Pazar yerlerinin parselli olması ve yer sorunu	1,00	0,00
Domates	Ürünün Pazarda satmak için fazla olması	3,67	1,78
	Pazar yerlerinin parselli olması ve yer sorunu	1,83	1,59
	Başka alıcının olmaması	1,00	0,00
	Ürün az olduğundan tüccarın gelmemesi	1,00	0,00
	Parayı alma garantisi	1,00	0,00
	Aile işgücü nedeniyle kasalamanın sorun olmaması	1,00	0,00
	Daha yüksek fiyat	1,00	0,00

*1:Kesinlikle Etkisiz 2:Biraz etkili 3:Orta derecede etkili 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

Ürünlerinin bir kısmını doğrudan tüketiciye satan işletmecilerin tercih sebeplerine bakıldığında; toplam 4 mandalina üreticisi ile görüşülmüştür. Bu üreticilerin tercih sebeplerinden en önemlisi bu şekilde satış yapmanın daha karlı olduğu ve halde bu paranın ellerine geçmeyeceğini düşünmeleri olarak ifade edilmiştir. Bununla birlikte kimi zaman hasat masraflarının üreticinin kar elde edemeyeceği kadar fazla olması bir başka tercih sebebi olarak belirtilmiştir. Ayrıca ürünün az olması sebebiyle tüccarın gelmemesi de üreticilerin bu şekilde bir yol izlemelerinde etken sebeplerden bir tanesi olarak öne çıkmaktadır (Çizelge 7.12.-7.13.).

Patates üretici anketlerinde ürünlerini doğrudan tüketiciye satan işletmeye rastlanmamıştır. Karpuzda ise ürünlerini doğrudan tüketiciye satan 3 üretici ile görüşme yapılmıştır. Yine aynı şekilde hasat masraflarının fazla olması, bu şekilde satıldığında daha fazla gelir elde edilmesi ve hal ile çalışmanın güçlüğü nedeniyle sadece pazarda satılacak kadar ürün yetiştirilmesi en önemli sebeplerin başında gelmektedir. Domateste ise hal ile çalışmanın güç olmasından dolayı pazarda satılacak kadar yetiştirmek ve ürünün az olmasından dolayı tüccarın gelmemesi tüketiciye doğrudan satış nedenleri olarak ifade edilmiştir (Çizelge 7.12.-7.13.).

Çizelge 7.12. Üreticilerin Doğrudan Tüketiciye Satış Nedenleri

Ürün	Tercih Sebebi	Üretici Sayısı	%
Mandalina	Daha yüksek fiyat (Halde bu fiyat elime geçmez) + hasat masrafının satış tutarından fazla olması	3	75,00
	Ürün az olduğundan tüccarın gelmemesi	1	25,00
	TOPLAM	4	100
Patates	-	-	-
Karpuz	Daha yüksek fiyat (Halde bu fiyat elime geçmez) + Hasat masrafının satış tutarından fazla olması + Pazara yetiştirilememe ve yol kenarında satılması	3	100
	TOPLAM	3	100
Domates	Halle çalışmanın güçlüğü, bu sebeple pazarda satılacak kadar yetiştirmek + Ürünün az olduğundan tüccarın gelmemesi	2	100
	TOPLAM	2	100

Çizelge 7.13. Ürünlerin Doğrudan Tüketiciye Satış Sebeplerinin Etki Dereceleri

Ürün	Tercih Sebebi	Ortalama Likert Ölçeği Değeri	Standart Sapma Değeri
Mandalina	Daha yüksek fiyat (Halde bu para elime geçmez)	4,00	2,00
	Hasat masraflarının satış tutarından fazla olması	3,50	1,91
	Ürünün az olduğunda tüccarın gelmemesi	2,00	2,00
	Pazara yetirilememe ve yol kenarında satılması	1,00	0,00
	Pazarda sergisi bulunması	1,00	0,00
	Halle çalışmanın güçlüğü, bu nedenle pazarda satılacak kadar...	1,00	0,00
Karpuz	Hasat masraflarının satış tutarından fazla olması	4,33	1,15
	Daha yüksek fiyat (Halde bu para elime geçmez)	4,33	1,15
	Halle çalışmanın güçlüğü, bu nedenle pazarda satılacak kadar...	4,00	1,00
	Pazarda sergisi bulunması	1,00	0,00
	Ürünün az olduğunda tüccarın gelmemesi	1,00	0,00
	Pazara yetirilememe ve yol kenarında satılması	1,00	0,00
Domates	Ürünün az olduğunda tüccarın gelmemesi	5,00	0,00
	Halle çalışmanın güçlüğü, bu nedenle pazarda satılacak kadar...	4,00	1,41
	Pazara yetirilememe ve yol kenarında satılması	1,00	0,00
	Pazarda sergisi bulunması	1,00	0,00
	Hasat masraflarının satış tutarından fazla olması	1,00	0,00
	Daha yüksek fiyat (Halde bu para elime geçmez)	1,00	0,00

*1:Kesinlikle Etkisiz 2:Az etkili 3:Orta derecede etkili 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

Ürünlerini pazarcıya satan işletmecilerin tercih sebeplerine bakıldığında; Görüşme yapılan üreticilerden 2 tanesi mandalina yetiştiriciliği yapmaktadır. Bu üreticilerin tercih sebepleri ise önem sırasına göre; günlük ve peşin ödeme yapılması, pazaryerlerinin parselli olması ve ürünü hale götürüp fatura alma zorunluluğu olmasıdır. Bir diğer sebep ise ihracatçının ürünü beğenmemesi ya da düşük fiyat vermesi olarak beyan edilmiştir. İncelenen patates işletmelerinde ürünlerini pazarcıya satan işletmeye rastlanmamıştır. Görüşme yapılan 3 karpuz üreticisi ise yine mandalina da olduğu gibi günlük ve peşin ödeme yapılmasının en önemli tercih sebebi olduğunu ayrıca pazara girilmesinde yaşanan güçlükler neticesinde ürünlerini pazarcıya teslim ettiklerini belirtmişlerdir. Domateste ise 3 üretici ile görüşme yapılmıştır. Bu üreticilerin vurguladıkları en önemli tercih sebebi de yine aynı şekilde günlük ve peşin ödeme yapılması ile pazaryerlerinin parselli olmasından kaynaklanan yer sorunundan dolayı ürünlerini pazarcıya teslim etmektedirler (Çizelge 7.14.-7.15.).

Çizelge 7. 14. Üreticilerin Pazarcıya Satış Nedenleri

Ürün	Tercih Sebebi	Üretici Sayısı	%
Mandalina	İhracatçının ürünü beğenmemesi ya da düşük fiyat vermesi +Günlük ve Peşin ödeme + Pazaryerlerinin parselli oluşu ve hale götürüp fatura alma zorunluluğu	2	100
	TOPLAM	2	100
Karpuz	Peşin para+Pazara girilmesinde yaşanan güçlükler	3	100
	TOPLAM	3	100
Domates	Peşin para + Pazaryerlerinin parselli oluşu ve hale götürüp fatura almaz zorunluluğu	3	100
	TOPLAM	3	100

Çizelge 7.15. Ürünlerin Pazarcıya Satış Sebeplerinin Etki Dereceleri

Ürün	Tercih Sebebi	Ortalama Likert Ölçeği Değeri	Standart Sapma Değeri
Mandalina	Günlük ve peşin ödeme yapılması	5,00	0,00
	Pazaryerlerinin parselli oluşu ve hale götürüp fatura alma zorunluluğu	4,00	0,70
	İhracatçının ürünü beğenmemesi ya da düşük fiyat vermesi	3,50	2,12
	Pazara girilmesinde yaşanan güçlükler	1,00	0,00
	Pazarcı ile ortak çalışılması	1,00	0,00
	Ürünün fazla olması ve başka alıcının olmaması	1,00	0,00
Karpuz	Günlük ve peşin ödeme yapılması	4,66	0,57
	Pazara girilmesinde yaşanan güçlükler	3,33	1,52
	İhracatçının ürünü beğenmemesi ya da düşük fiyat vermesi	1,00	0,00
	Pazaryerlerinin parselli oluşu ve hale götürüp fatura alma zorunluluğu	1,00	0,00
	Pazarcı ile ortak çalışılması	1,00	0,00
	Ürünün fazla olması ve başka alıcının olmaması	1,00	0,00
Domates	Günlük ve peşin ödeme yapılması	4,67	0,58
	Pazaryerlerinin parselli oluşu ve hale götürüp fatura alma zorunluluğu	4,33	1,15
	İhracatçının ürünü beğenmemesi ya da düşük fiyat vermesi	1,00	0,00
	Pazara girilmesinde yaşanan güçlükler	1,00	0,00
	Pazarcı ile ortak çalışılması	1,00	0,00
	Ürünün fazla olması ve başka alıcının olmaması	1,00	0,00

*1:Kesinlikle Etkisiz 2:Az etkili 3:Orta derecede etkili 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

İncelenen işletmelerde ürünlerini işleme sanayiine satan sadece 5 üretici bulunmaktadır. Bu üreticilerin tamamı domates üretimi yapmaktadır. Genel olarak üreticilerin işleme sanayini tercih etmelerindeki en büyük etken fabrikanın ürünü gelip alması yani satışının kolay olması olarak ifade edilmiştir. İkinci önemli tercih sebebi olan günlük ve peşin ödeme yapılması genelde olduğu gibi burada da tercih etmektedirler (Çizelge 7.16.-7.17.).

Çizelge 7.16. Üreticilerin İşleme Sanayiine Satış Nedenleri

Ürün	Tercih Sebebi	Üretici Sayısı	%
Domates	Günlük ve Peşin Ödeme + Kolay olması (Fabrikanın ürünü gelip alması)	5	100
	TOPLAM	5	100

Çizelge 7.17. Ürünlerin İşleme Sanayiine Satış Sebeplerinin Etki Dereceleri

Ürün	Tercih Sebebi	Ortalama Likert Ölçeği Değeri	Standart Sapma Değeri
Domates	Kolay olması (Fabrikanın ürünü gelip alması)	4,80	0,45
	Günlük ve peşin ödeme yapılması	4,60	0,89

*1:Kesinlikle Etkisiz 2:Az etkili 3:Orta derecede etkili 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

Ürünlerini ihracatçı yoluyla satan 7 üretici ile anket görüşmesi yapılmıştır. Bu üreticilerin tamamı mandalina üretimi yapmaktadır. Üreticilerin ürün tesliminde ihracatçıları tercih etme sebeplerine bakıldığında; en önemli sebebin ürünün satış garantisinin olması gelmektedir. Bunun ardından ürünün hale götürmek ve pazarda satmak için fazla olması bir diğer önemli tercih sebebi olarak ifade edilmiştir (Çizelge 7.18.-7.19.).

Çizelge 7.18. Üreticilerin İhracatçıya Satış Nedenleri

Ürün	Tercih Sebebi	Üretici Sayısı	%
Mandalina	Ürünün satış garantisi olması + Ürünün hale götürmek için ya da pazarda satmak için fazla olması	7	100
	TOPLAM	7	100

Çizelge 7.19. Ürünlerin İhracatçıya Satış Sebeplerinin Etki Dereceleri

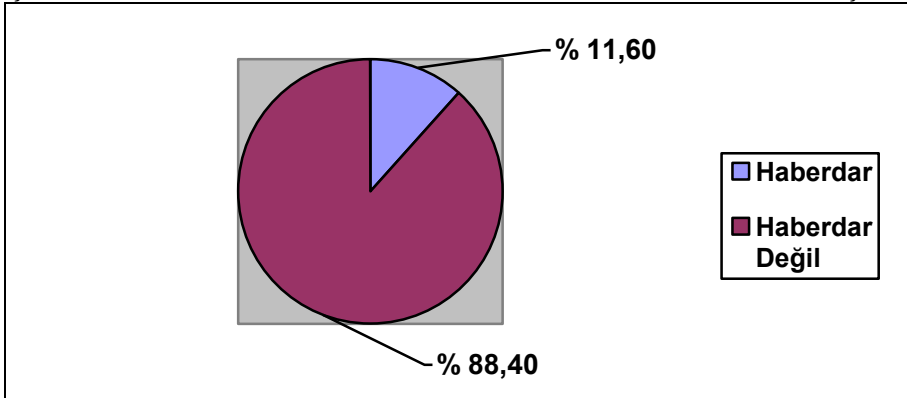
Ürün	Tercih Sebebi	Ortalama Likert Ölçeği Değeri	Standart Sapma Değeri
Mandalina	Ürünün satış garantisi olması	4,14	0,90
	Ürünün Hale götürmek ya da pazarda satmak için fazla olması	4,00	1,00

*1:Kesinlikle Etkisiz 2:Biraz etkili 3:Orta derecede etkili 4:Büyük ölçüde etkili 5:Kesinlikle etkili

7.3 Üreticilerin Yeni Hal Yasası Hakkındaki Düşünceleri

İşletmecilere sorulan “Yeni Hal Yasası hakkında bilginiz var mı?” sorusuna alınan cevaplara göre işletmecilerin %11,60’ı yeni hal yarasından haberdardır. Bu kişilere sorulan “Size göre yeni hal yarası sebze-meyve pazarlamasını etkiler mi?” sorusuna alınan cevaplar bu kişilerin yasanın içeriği ile ilgili net bilgilere sahip olmadığı sonucuna varılmıştır (Şekil 7.1).

Şekil 7.1. Üreticilerin 5957 Nolu Yeni Hal Yasası Hakkındaki Görüşleri



7.4 İzmir Büyükşehir Belediyesi Hali Komisyoncu (Aracı) Anketi Bulguları

Anket çalışmalarının yapıldığı 2011 yılı itibariyle 552 No’lu hal kanunun yürürlükte olması nedeniyle bu bölümde yapılan tanımlamalar ve halin işleyişi ile ilgili bilgiler bu husus göz önünde bulundurularak ifade edilmiştir. Buna göre toptancı hal, “Belediyeler ve diğer gerçek tüzel kişiler tarafından birlikte ya da ayrı ayrı projesine uygun olarak kurulmuş bulunan yaş sebze ve meyvelerin toptan alım ve satımının yapıldığı yerlerdir.” şeklinde tanımlanmaktadır (552 sayılı “Toptancı Hallerin Yönetim ve İşleyişi Hakkında Yönetmelik’in 3. Maddesi).

552 sayılı kanun hükmünde kararnamede üreticiye, ürünlerini iç tüketimde kullanılmak üzere toptancı hali aracılığıyla satmak ve halin bulunduğu ilin üretim bölgesi dahilinde üretilen ürünler için, hale girme zorunluluğu olduğu belirtilmiştir. Ayrıca malların belediye sınırları veya mücavir alanlar içerisinde perakende olarak satışını yapanların, bu malların, toptancı halden satın alındığını belgeleme zorunluluğu olduğu belirtilmiştir. Fakat malların, Ziraat Odaları ve Ziraat Odaları Birliği Kanunu uyarınca kurulmuş Ziraat Odalarına kayıtlı üreticilerce kurulan en az 50 ortaklı kooperatifler ve üst kuruluşları üretici birlikleri olarak adlandırılan üretici birliklerinden satın alınarak perakende satışa sunulduğunun belgelenmesi halinde toptancı halde satış zorunluluğu ortadan kalkmaktadır. Ancak üretici birliklerinin hal dışındaki her türlü satışlarının, gerçek usulde vergi mükellefi olan perakende mal satanlara yapılmış olması zorunlu tutulmuştur (552 khk.m.5/2).

“Toptancı Hallerin Yönetim ve İşleyişi Hakkında Yönetmelik’in 3. Maddesi).yaş sebze ve meyvelerin toptan ticareti toptancı hallerde veya satışa sunulacağı yerin toptancı hallerine bildirilerek gerçekleşmektedir. Ayrıca ihracata konu olan ürünler ile sanayi ürünleri (örn: konserve domates) ve organik tarım sertifikalı ürünlerin hale girmesi zorunlu tutulmamaktadır. Toptancı hallere giren ürünler satışa sunulmadan evvel, ürünün cinsi, miktarı, üreticisi vb. bilgiler kayıt altına alınmaktadır. Toptancı hallerde fiyat, malların arzı ve talebine göre belirlenmektedir. Üreticinin ürünü komisyoncu vasıtası ile satılmış ise yasal kesintiler yapılarak ürün bedeli üreticiye ödenmektedir.

Hallerde toptan satışlar üreticiler, üretici birlikleri, komisyoncular ve kendi nam ve hesabına olmak üzere yaş meyve ve sebze toptan ticareti yapan tüccarlar tarafından yapılmaktadır. Komisyoncular, kendilerine gönderilen ürünlerin komisyon esasına göre satışını yapmaktadır. Toptancı hallerde yapılan satışlarda üreticiden; üretici ve komisyoncunun kendi aralarında belirledikleri oranda pazarlama masrafı olan komisyon (en yüksek %8), komisyon bedelinin KDV'si (%1,44), zirai stopaj (%2), varsa üretici Bağ-Kur kesintisi (%1) ve hamaliye masrafı (parça ya da kg başına değişmektedir) kesintileri yapıldığı ifade edilmektedir. Daha sonra satılan ürünlere ait satış faturaları düzenlenmektedir. Satış faturaları içeriğinde malın cinsi, miktarı, tutarı yazılarak üç nüsha halinde düzenlenmektedir. Faturalar kesildikten sonra bir nüshasının satıcıda, bir nüshası alıcıya verilmesi, bir nüshasının da hal müdürlüğünün çıkış kapısında uygunluğu kontrol edilerek görevliler tarafından görüldü kaşesi vurularak hal müdürlüğünde bulunması gerekmektedir. Fatura koçanı bittikten sonra toplam cirosu hesaplanmaktadır. Toplam ciro üzerinden Belediyeye, yapılan hizmet karşılığı, güvenlik, temizlik, denetim kontrol, bakım vs. gibi hizmetler karşılığı amacıyla % 2 pay ödenmektedir. Komisyon oranının üst sınırı belirlenmiş olmakla birlikte, alt sınırı değişebildiğinden, toplam kesintinin genellikle %15–16 arasında değiştiği belirtilmektedir (Çizelge 7.20.).

Çizelge 7.20. Hal İçerisinde Ürün Satışından Sonra Yapılan Yasal Kesintiler

Kesintiler	%
Komisyon Bedeli	8
Komisyonun KDV'si (%18)	1,44
Zirai Stopaj	2
Bağ-Kur	1
Belediye Payı (Rüsum)	2
Hamaliye (Parça ya da kg başına)	-
Toplam Kesinti	15-16

Not: Yasal kesintiler yeni yasa çıkmadan önceki değerlerdir.

Hal dışında müstahsil makbuzu veya fatura beyanı ile toptancı hallere bildirimde bulunularak yapılan satışlarda ticarete konu olan ürünün bedeli üzerinden belediyeler %15'lik belediye payı almaktadır. Toptancı hal içi satışlarda kesilen zirai stopaj hal dışı satışlarda %4, KDV ise % 8 olarak belirlenmiştir.

Yapılan anket çalışmasında haldeki araçların % 75'lik bölümünü sebze meyve ticaretini kendi adına ve müvekkili hesabına yapan komisyoncular oluşturmaktadır.

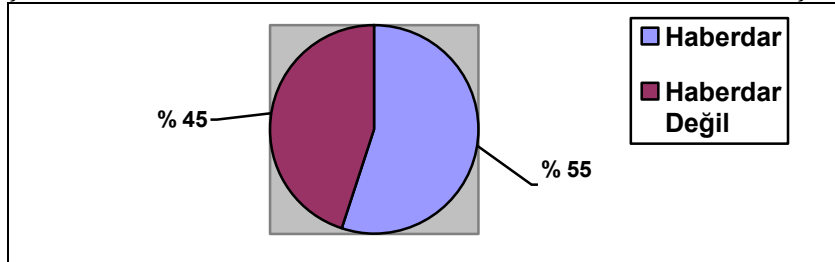
Görüşme yapılan komisyoncuların araştırma çerçevesinde incelenen ürünlerden mandalina (10 komisyoncu), domates (10 komisyoncu), patates (4 komisyoncu) ve karpuz (5 komisyoncu) ticareti ile uğraştıkları belirlenmiştir. %25'lik payı ise toptan ticareti sadece kendi nam ve hesabına yapan tüccarlar oluşturmaktadır. Bu aracilar ise araştırma çerçevesinde ele alınan ürünlerden karpuz (5 tüccar) ve patates (6 tüccar) ticareti ile uğraştığı belirlenmiştir. Satılan mal miktarına göre değişmekle birlikte genel olarak komisyoncuların %45' lik bir bölümü %8 komisyon oranıyla çalışmaktadır. Geri kalan %55'lik bölüm ise %2 ile %7 arasında değişen oranlarda komisyon esasına göre çalışmaktadırlar.

7.4.1 Haldeki araciların genel özellikleri

- İzmir Büyükşehir Belediye Hali'nde incelenen toplam 40 komisyoncunun yaşları 25 ile 52 arasındadır. Yaş ortalamaları ise 42'dir.
- Aracıların %35'i ilkokul, %45'i ortaokul ve %20'si ise lise, üniversite ya da yüksek okul mezunudur.
- Aracıların hal içinde meyve-sebze ticaretiyle uğraşma süreleri 2 yıl ile 30 yıl arasında değişmektedir. Hal dışında meyve-sebze ticaretiyle uğraşma süreleri de 3 yıl ile 20 yıl arasında değişmektedir.
- Hal dışında da meyve-sebze ticaretiyle uğraşmış olan araciların %60'i daha önce pazarcılık yaptıklarını belirtmiştir. Bununla birlikte toptancı hallerdeki faaliyetlerinin öncesinde üreticilik, komisyonculuk ve nakliyecilik yapan aracilar da bulunmaktadır.

Görüşme yapılan araciların %55'i yeni hal yerasından haberdardır. Bu kesimin %95'lik bölümü yeni hal yerasının yürürlüğe girdiği taktirde olumsuz sonuçlar doğuracağını belirtmişlerdir (Şekil 7.2.).

Şekil 7.2. Haldeki araciların Yeni Hal Yasası Hakkındaki Görüşleri



Aracılara sorulan “Sizce haller ile ilgili en büyük sorun nedir? Nasıl önlenebilir?” sorusuna verdikleri cevaplar:

- Hal dışarısında (örn: yol kenarlarında) ve halde bildirilmeden yapıldığı ifade edilen kayıt dışı satışların önlenmesi gerekmektedir. Bunun için belediye ekiplerinin denetimlerini ani baskın şeklinde ve sıklıkla yapması gerekmektedir.
- Üretilen ürünlerin mümkün olduğunca fazla miktarda halden geçmesi gerekmektedir. Bu durumda ürün bollaşması nedeniyle hal esnafı açısından, fiyatların düşmesi nedeniyle de tüketiciler açısından yararlı bir durum oluşacağı ifade edilmektedir.
- Hal içerisindeki teknik alt yapının iyileştirilmesi gerekmektedir (Hal içerisinde haksız rekabete yol açabilecek kaçak depoların mevcut olduğu belirtilmiştir).
- Ayrıca haldeki bloklar arası yeterince geniş değildir. Bu sebeple hal içi trafiğinin kamyonların sağlıklı bir şekilde işlev göremeyecek kadar dar olduğu belirtilmiştir.
- Yerel pazarlarda fatura kontrol denetimlerinin artırılması gerekmektedir.

7.4.2 Seçilmiş ürünlerin izmir hali’nde işlem görme durumu ve illere göre türkiye üretimi payları

İzmir Büyükşehir Belediyesi Hali kayıtlarına göre seçilen ürünlerin İzmir Hali’nde işlem görme miktarları incelendiğinde; 2009 yılında domates yaklaşık olarak 52 bin ton, karpuz 43 bin ton, patates 36 bin ton ve mandalina ise 13 bin ton işlem görmüştür (Çizelge 7.21.)

Çizelge 7.21. Seçilen Ürünlerin İzmir Hali’ndeki İşlem Miktarları (2009) (ton)

Ürünler	Miktar (ton)
Mandalina	13.882
Patates	36.220
Karpuz	43.004
Domates	52.305

Kaynak: İzmir Büyükşehir Belediyesi Yaş Meyve ve Sebze Hali Kayıtları

Haldeki araçlarla yapılan görüşmeler sayesinde elde edilen verilere göre 2009 yılında halde işlem gören domatesin %30’u, karpuzun %45’i, patatesin

%54'ü ve mandalınanın ise %72'si İzmir ilinde üretilmektedir. Geri kalan ihtiyaç ise mandalınada Hatay, Mersin, Balıkesir ve Aydın'dan, patatesten Niğde ve Nevşehir'den karpuzda Adana, Antalya, Balıkesir ve Manisa'dan, domateste ise Antalya'dan karşılanmaktadır (Çizelge 7.22).

Çizelge 7.22. Seçilen Ürünlerin Halde İşlem Görme Oranları (%)

Ürünler	İzmir	Diğer İllerden Gelen
Mandalina	72,50	27,50
Patates	54	46
Karpuz	45	55
Domates	30	70

Not: Sadece İzmir Büyükşehir Belediyesi Hali'nde yapılan anketlerden elde edilen verilerdir.

2009 yılında İzmir mandalina üretimi yaklaşık 100 bin ton olmasına rağmen bunun sadece yaklaşık %10'u Hal'de işlem görmeye birlikte Hal'e diğer illerden gelip işlem gören mandalina miktarının diğer illerin üretim miktarına oranı ise %1,10'dur. Patatesten Türkiye üretiminde 407 bin tonla 3. sırada olmasına rağmen halde işlem gören patates miktarı bunun sadece %4,80'i olarak dikkat çekmektedir. Karpuzda üretim miktarı ise yaklaşık 244 bin ton olup bunun sadece yaklaşık %8'i İzmir Büyükşehir Belediyesi Hali'nde işlem görmüştür. 2009 yılı İzmir ili domates üretimi yaklaşık 199 bin ton olup bunun ise %7,8'i Hal'de işlem görmüştür (Çizelge 7.23).

Çizelge 7.23. Seçilen Ürünlerin Halde İşlem Görme Miktarlarının İzmir Üretimi ve Hale Ürün Gönderen Diğer İllerin Üretim Miktarlarına Oranları (2009)

ÜRÜNLER	İzmir Haline Ürün Gönderen İller	Yıllık Üretim Mik. (ton)	Halde İşlem Gören Ürünlerin Mik. (ton)	Halde İşlem Gören Ürünlerin Üretim Miktarına Oranları (%)
MANDALİNA	Diğer iller toplamı	345.987	3.817	1,10
	İzmir	100.891	10.064	9,98
PATATES	Diğer iller toplamı	1.147.499	16.661	1,45
	İzmir	407.247	19.558	4,80
KARPUZ	Diğer iller toplamı	1.427.412	23.652	1,66
	İzmir	244.687	19.351	7,91
DOMATES	Diğer iller toplamı	2.024.836	36.613	1,81
	İzmir	199.042	15.691	7,88

Not: Diğer illerden gelen ürünlerin Hal İşlem miktarları yaklaşık değerler olup, İ.B.B Hali verileri ve komisyoncular ile yapılan anket görüşmelerinden yararlanılarak hesaplanmıştır.

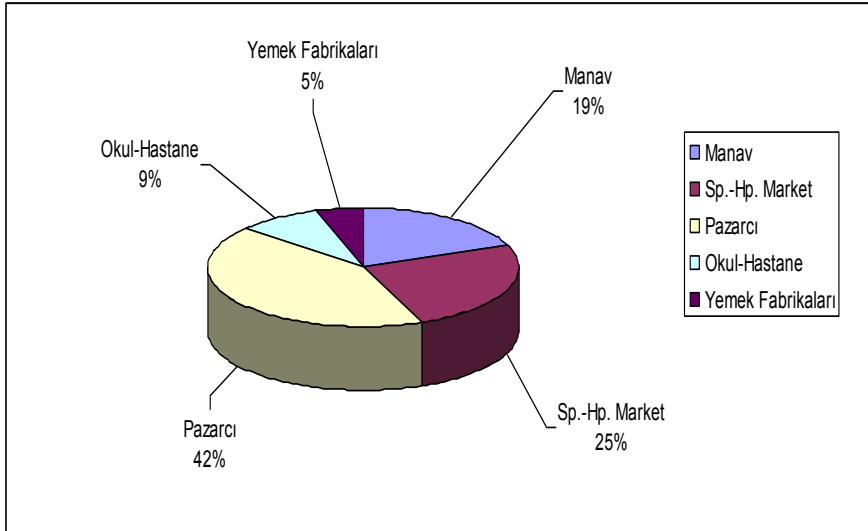
Bunlara ek olarak Demirbaş (2001) İzmir Büyükşehir Belediyesi haline karpuz, 20 Nisan–20 Mayıs tarihleri arasında İran'dan, 21 Mayıs–5 Temmuz tarihleri arasında Adana'dan, 30 Haziran'dan sonra ise, İzmir'in Tire, Ödemiş, Kiraz ve Bayındır İlçelerinden de geldiğini belirtmektedir.

Ayrıca, Manisa ve Bursa (Karacabey) de karpuzun geldiği diğer üretim merkezleri olarak ifade edilmiştir. Ürünler en yakın ilçe hali yerine, çoğunlukla diğer il ve ilçe hallerine ya da merkez hale de gidebilmektedir. Bunun nedeninin daha fazla gelir elde etmek ve ticaret olarak gösteren araçların oranı %62,85 olarak ifade edilmiştir.

Halde işlem gören ürün miktarının az olmasında en önemli sebepler; kayıt dışı satışların fazla olması ve üreticilerin ürünlerini göreceli olarak daha az hale göndermeleri olarak sıralanabilir. Hale göreceli olarak az ürün gönderilmesi ise haller ile çalışmanın gerek fiziksel gerekse de ekonomik açıdan cazip görülmemesinden kaynaklanmaktadır. Bu sebeple üreticiler genellikle ürünlerini daha kolay teslim edebilecekleri ve ürünlerin ayağına kadar gelip alınmasını sağlayan yolları tercih etmektedirler. Bütün bu veriler ışında İzmir Büyükşehir Belediyesi Yaş Meyve ve Sebze Hali'nin etkin bir şekilde kullanıldığını söylemek oldukça zor gözükmektedir.

Halden yapılan satışların yüzesel dağılımına bakıldığında en büyük payı %42'lik oranla pazarcılar almaktadır. Daha sonra %25'ile süpermarketler bunu takip ederken manav %19, okul ve hastaneler %9, yemek fabrikaları ise %5'lik pay almaktadırlar (Şekil 7.3.).

Şekil 7.3. Haldeki Satışların Dağıtım Yerlerine Göre Yüzesel Dağılımı



7.5 Seçilen Bazı Ürünlerin Hal Fiyatlarının Analizi

Zaman içindeki fiyat değişimleri ekonominin genel konjonktüründen, mevsimsel etkilerden ve ürünün genel trendinden kaynaklanır. Bir ülkedeki genel fiyatlar düzeyindeki artışlarda ürün fiyatları üzerinde oldukça etkilidir. Türkiye’de olduğu gibi yüksek enflasyonun yaşandığı ekonomilerde fiyatlar reel olarak incelenmelidir. Genel fiyatlar düzeyindeki artışların, ürün fiyatlarındaki etkisi giderilmeli ve elde edilen reel fiyatlar analiz edilerek yorumlanmalıdır. Bu amaçla, cari fiyatlar 2000–2004 yılları arasında TEFE ile (Toptan Eşya Fiyat Endeksiyle) 2005–2011 döneminde ÜFE ile (Üretici Fiyat Endeksiyle) reel fiyatlara indirgenmiştir.

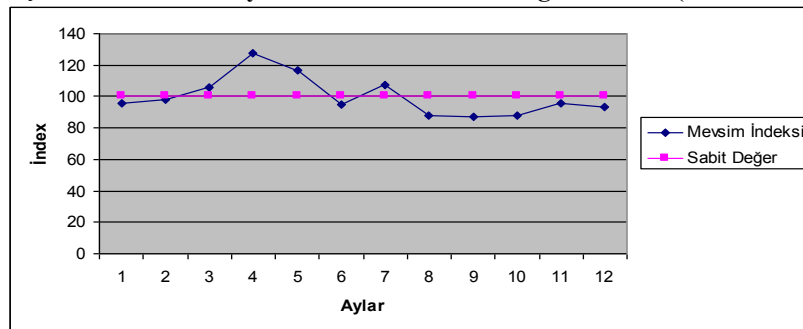
Birçok tarım ürününde arz edilen miktarlar mevsimlere göre farklılık göstermektedir. Bu durum fiyatların dalgalanmasına sebebiyet vermektedir. Tarım ürünlerinde arz, hasat mevsiminde yoğunlaşmaktadır. Buna karşılık talep edilen miktar yıl boyunca sürekli olmaktadır. Arzın talebe uyumundaki gecikmeden dolayı mevsimsel fiyat dalgalanmaları sıkça görülmektedir. Ürün fiyatlarının mevsimsel analizi üreticiler açısından, üretim planlaması, pazarlama ve depolama kararlarının sağlıklı olarak alınmasında yardımcı bir araç olarak kullanılabilir.

7.5.1 Patates fiyatlarında mevsimsel dalgalanmalar

Patates reel fiyatları 2003–2011 dönemi boyunca mart, nisan, mayıs ve temmuz aylarında mevsim ortalamasının üzerinde seyretmiştir. Patates reel fiyatları en yüksek değerine nisan ayında, en düşük değerine de eylül ayında ulaşmıştır.

Üreticilerin ürünlerini arz edeceği en uygun ay olarak nisan ayı önerilebilir. Tüketiciler açısından bakıldığında en uygun fiyatların ağustos, eylül ve ekim aylarında ayında oluştuğu görülmektedir (Şekil 7.4.).

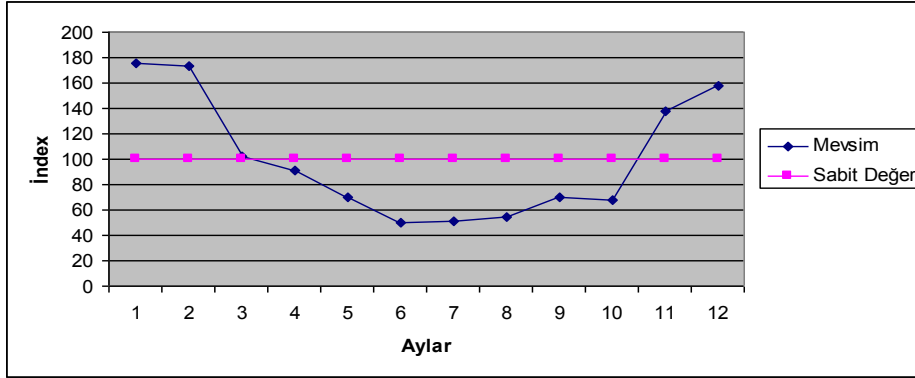
Şekil 7.4. Patates Fiyatlarında Mevsimsel Dalgalanmalar (2003–2011)



7.5.2 Kabak fiyatlarında mevsimsel dalgalanmalar

Kabak reel fiyatları 2003–2011 dönemi boyunca ocak, şubat, kasım ve aralık aylarında mevsim ortalamasının üzerinde seyretmiştir. Kabak reel fiyatları en yüksek değerine ocak ayında, en düşük değerine ise haziran ayında ulaşmıştır. Üreticilerin ürünlerini arz edeceği en uygun ay olarak ocak ayı önerilebilir. Tüketiciler açısından bakıldığında en uygun fiyatların haziran ve temmuz ayında olduğu görülmektedir (Şekil 7.5.).

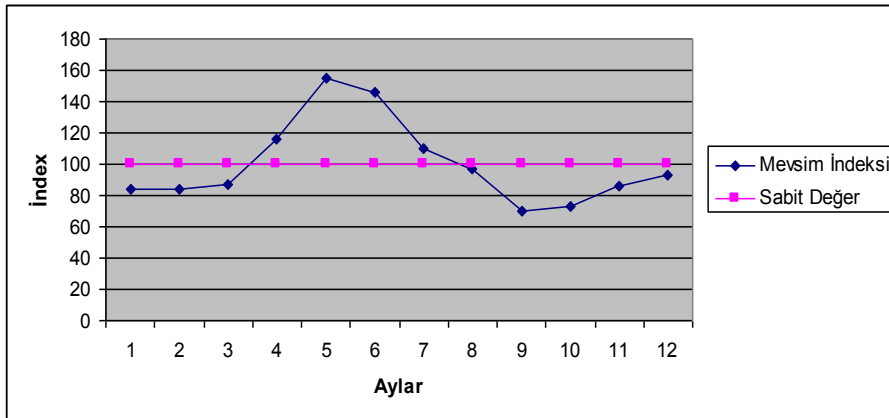
Şekil 7.5. Kabak Fiyatlarında Mevsimsel Dalgalanmalar (2003–2011)



7.5.3 Havuç fiyatlarında mevsimsel dalgalanmalar

Havuç reel fiyatları 2003–2011 dönemi boyunca nisan, mayıs, haziran ve temmuz aylarında mevsim ortalamasının üzerinde seyretmiştir. Kabak reel fiyatları en yüksek değerine mayıs ayında, en düşük değerine ise eylül ayında ulaşmıştır. Üreticilerin ürünlerini arz edeceği en uygun ay olarak mayıs ayı önerilebilir. Tüketiciler açısından bakıldığında en uygun fiyatların eylül ve ekim ayında olduğu görülmektedir (Şekil 7.6.).

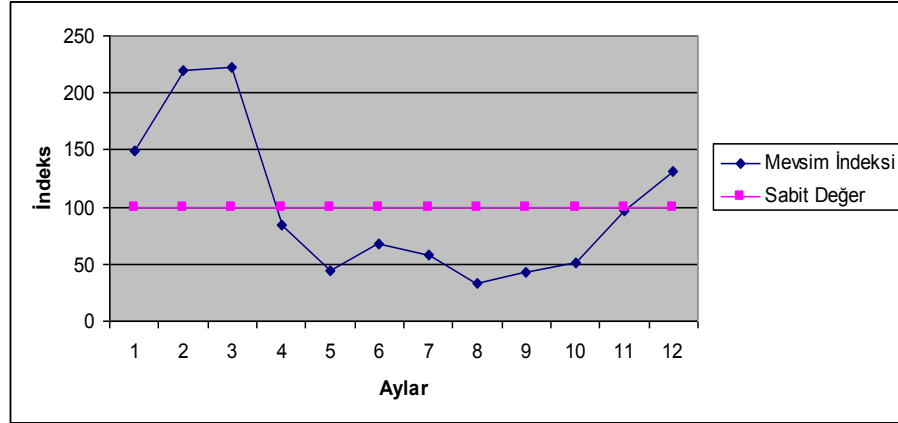
Şekil 7.6. Havuç Fiyatlarında Mevsimsel Dalgalanmalar (2003–2011)



7.5.4 Sivri biber fiyatlarında mevsimsel dalgalanmalar

Sivri biber reel fiyatları 2003–2011 dönemi boyunca ocak, şubat, mart ve aralık aylarında mevsim ortalamasının üzerinde seyretmiştir. Sivri biber reel fiyatları en yüksek değerine mart ayında, en düşük değerine ise ağustos ayında ulaşmıştır. Üreticilerin ürünlerini arz edeceği en uygun ay olarak şubat ve mart ayları önerilebilir. Tüketiciler açısından bakıldığında en uygun fiyatların ağustos ve eylül ayında olduğu görülmektedir (Şekil 7.7).

Şekil 7.7. Sivri Biber Fiyatlarında Mevsimsel Dalgalanmalar (2000–2008)



8. ARAŞTIRMA SONUÇLARI VE ÖNERİLER

Türkiye'nin ekolojik olarak meyve sebze üretimine çok elverişli bir ülke olduğu ve kimi ürünlerde dünya üretimi içerisinde ilk sıralarda geldiği bilinmektedir. Ülke içi üretimin büyük bir kısmı yine ülke içerisinde tüketilmekte, kalite ve çeşit sorunları nedeniyle ihracat istenilen düzeyde gerçekleşmemektedir.

47 milyon hektar olan dünya meyve alanının yaklaşık %14'ü AB ve %2,2'si Türkiye; 500 milyon ton dünya yaş meyve üretiminin yaklaşık %12'si AB ve % 2,5'i Türkiye tarafından karşılanmaktadır. Yaş sebze 52 milyon hektar dünya sebze alanının %5'i AB'de ve %2'si Türkiye'de bulunmaktadır. Dünya yaş sebze üretiminin yaklaşık %7'si AB ve %3'ü Türkiye tarafından karşılanmaktadır.

Yaş meyve-sebze pazarlamasında, genel olarak ürünler çabuk bozulabilir niteliktedir. Bu sebepten dolayı pazarlama sürecinde bir soğuk zincire gereksinim duyulmaktadır. Ürünlerin toplanmasından ambalajlanmasına, taşınmasından, depolanmasına ve tüketicilere ulaşana kadar geçen süreç ürünün değeri açısından önemlidir.

Nitekim çeşitli kaynaklarda Türkiye'de yaş meyve ve sebze üretim ve pazarlama boyutunda ürün kaybının %20-25 civarında olduğu ifade edilmekte olup (Anonim,2006), taze domates üretiminin dünyada %8,5'i, Türkiye'de ise %15'i zayı edilmektedir (Keskin ve Dölekoğlu, 2004; Keskin ve ark., 2007). "Türkiye'de kayıpların hasatta %4-12, pazara hazırlık aşamasında %5-15, hallere taşınırken %2-8, depolamada %3-10, tüketim aşamasında %1-5 düzeyinde olduğunu gösteren araştırma sonuçları bulunmaktadır" (Alpakın, 2000; Aslan, 2006).

Ülkemiz tarım sektörü dağıtım zinciri içerisinde aracılar daima önemli bir rol üstlenmişlerdir. Aracılar ürün ve hizmetleri başkalarına kar ile satmak amacı ile çalışan kişi ve örgütler olup, özellikle mülkiyet ve zaman faydası yaratmaktadırlar. Aracılar pazarında "üretici satıcılar", "yerel toplayıcılar", "komisyoncular", "toptancılar/yarı toptancılar" ve "perakendeciler" bulunmakla birlikte bu pazarlarda genellikle toptancı ve perakendeciler hakim durumda bulunmaktadır (Çetin, 2009).

Özellikle yaş meyve/sebze pazarlamasında toptancı halleri önemli bir konuma sahiptir. Üretici düzeyinde yapılan araştırmalar, yaş meyve ve sebzelerin, türlere göre, % 13 ile % 42'sinin toptancı halleri aracılığı ile pazarlandığını ortaya koymuştur. Yapılan bir başka çalışmaya göre ise; toptancı hallerinde ve sistemde yer alan diğer araçlarda uygun depolama koşulları bulunmadığından üretimin yaklaşık %30' unun daha tüketiciye ulaşmadan kayba uğradığı belirtilmektedir (Anonim, 2007).

Ülkemizde yaş meyve ve sebze pazarlaması, ilk defa 12 Eylül 1960 tarih ve 80 sayılı Toptancı Halleri Sureti İdaresi Hakkında Kanun ile düzenlenmiştir. Bu yasa zaman içinde gelişen pazar koşullarına yanıt verememesi üzerine, 27 Haziran 1995 tarih 552 sayılı Yaş Meyve ve Sebze Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında kanun hükmünde kararname ile değiştirilerek yürürlüğe girmiştir. Toptancı Hallerinin İşleyişi konusunda esas teşkil eden 552 sayılı KHK' nin bazı maddeleri, 1998 yılında çıkartılan 4367 sayılı kanun ve 2007 yılında çıkartılan 5652 sayılı kanunlarla değiştirilmiştir. Aynı zamanda toptancı hallerin yönetimi ve işleyişi ile ilgili mevzuat da mevcuttur.

Toptancı hallerle ilgili en son yasal düzenleme 1.1.2012 tarihinde yürürlüğe giren 5957 sayılı Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'dur. 5957 sayılı Kanunla genel olarak;

- Bu alanda rekabetçi yapının sağlanması,
- Üreticinin, emeğinin karşılığını alabilmesi,
- Tüketicinin, yeterli, kaliteli, güvenilir, uygun fiyatta ve sağlıklı ürünler tüketebilmesi
- Gıda güvenilirliğinin temin edilmesi,
- Kayıt dışılığın önlenmesi,
- Tedarik, dağıtım ve satışta etkinliğin sağlanması,
- Toptancı haller ile pazaryerlerinin çağdaş bir altyapıya kavuşturulması,

- Üretici ve tüketicilerin hak ve menfaatlerinin korunması amaçlanmaktadır.

Kanunun getirdiği yeniliklere şu şekilde özetlenebilir;

Haldeki ticari işlemler açısından: Toptancı hale bildirimde bulunmak kaydıyla genel olarak hal dışında da toptan alım satım yapılmaktadır. Hal Kayıt Sistemi kurulmuş olup, hal hakem heyetleri yeniden yapılandırılması ve değeri 50 bin TL' nin altındaki uyuşmazlıklarda hal hakem heyetine başvuru zorunluluğu getirilmiştir. Yeterli arz ve talep derinliği bulunan diğer malların (et ve et ürünleri, süt ve süt ürünleri, su ve su ürünleri, bal ve yumurta gibi diğer gıda maddeleri ile kesme çiçek ve süs bitkileri) da toptancı hallerde işlem görmesinin önü açılmıştır. Bakanlar Kurulu, değişen piyasa şartlarına göre rüsum oranlarını değiştirebilmektedir. Malların gıda güvenilirliği analizini yaptıranlar hal rüsumunun yarısını ödemesi karara bağlanmıştır. Bunun malların analizinin yapılması için teşvik niteliğinde bir uygulama olduğu düşünülebilir. Ayrıca, malların kaliteli ve standartlara uygun olarak ticareti yapılması ve ürün kayıplarının azaltılması söz konusudur.

Üreticiler açısından bakıldığında; Söz konusu yeni yasaya göre hal rüsumunu kendileri değil, malı satın alanlar üstlenmektedir. Bununla birlikte toptancı hallerindeki işyerlerinin en az %20'sinin üretici örgütlerine, semt pazarlarındaki satış yerlerinin en az %20'sinin üretici birliklerine ayrılmasına, üreticiye zamanında ödenmeyen mal bedellerinin, komisyoncu ve tacirlerin verdiği teminattan karşılanmasına karar verilmiştir.

Üretici örgütü kapsamı genişletilip, üretici örgütleri, rüsum ödemeksizin hal dışında da sadece kendi ortak ve üyelerin mallarını değil aynı zamanda ortak veya üyesi olmayan üreticiler ile diğer üretici örgütlerinin mallarını da toptan veya perakende olarak satabilme yolu açılmıştır.

Tüketiciler açısından; Hal rüsum bedelinin, halde satılan mallar için % 1'e, hal dışında satılan mallar için ise % 2 oranına getirilmesi tüketicilerin daha ucuza mal temin edebilmesi bakımından önemli bir düzenleme olarak görülmektedir. Toptancı haller dışında da bildirim ile satış yapılabilecektir. 552 sayılı eski yasada da bildirim yoluyla satışlar mümkün olmaktadır.

Ancak her iki mevzuat arasındaki farklılık hal dışı satışlardaki bildirimle alınan belediye payının %15'den % 2'ye düşmesidir. Buradaki amaç ticarete serbestliğin getirilmesi olarak ifade edilmektedir.

Ayrıca pazar yerleri modern bir yapıya kavuşturularak, tüketicilere daha düzenli ve hijyenik bir ortamda alışveriş imkanının sunulması planlanmıştır. Ürün künyesi uygulamasına geçilerek, malların izlenebilir olmasına (ürünün üretim yeri vs. gibi bilgilere ulaşılabilir olması) imkan sağlanmıştır.

Belediyeler ve toptancı haller açısından; Hal rüsumundan üretim bölgesi belediyelerinin de belli oranda pay almasına karara bağlanmıştır.

Komisyoncu ve tüccarlar açısından; Başka bir alana taşınan toptancı halleri kiralama işlemlerinde mevcut hak sahiplerine öncelik verilmektedir. Mevcut tahsis sahiplerinin işyerleri, kanun yürürlüğe girdiği tarihten itibaren on iki yıl süreyle kendilerine kiralanmış sayılmaktadır.

Kamu açısından; Sebze ve meyve ticaretine yönelik daha sağlıklı değerlendirmeler yapıp, yeni düzenlemeler oluşturulmasına imkan sağlanması, sektörde hesap verilebilirliğin ve saydamlığın arması, Toptancı Hal Konseyinin oluşturulmasıyla, Konseye temsilci verecek olan kamu kurumlarının, üretici ve tüketici örgütleri ile sivil toplum ve meslek kuruluşları arasında uygulamaya yönelik işbirliğinin sağlanması, kayıt dışılığın önlenmesi ile vergi gelirlerinin artması, sebze ve meyve fiyatlarının enflasyon üzerindeki etkisinin azaltılması ön görülmektedir.

Kanunun getirdiği en önemli yeniliklerden bir tanesi ise malların toptancı haline bildirim esaslıdır. Malların toptancı haline bildirilmesi kaydıyla toptancı hal dışında da alım satım yapılabilmesinin önü açılmıştır. Yasaya göre öncelikli olarak meyve sebze ticaretinde yer alan bütün kişi, kurum, kuruluş, şirket, komisyoncu, tüccar gibi kesimlerin Hal Kayıt Sistemi'ne kayıt olmaları gerekmektedir. Bildirim Hal'e direkt yapılabildiği gibi sistemin internet sayfası üzerinden de yapılmaktadır. Ayrıca çağrı merkezi üzerinden telefonla da yapılabilmektedir. Bildirim yapıldıktan sonra, sistem tarafından bu işleme ilişkin bir künye oluşturulmaktadır. Künye numarası uygulaması ile malın üretim yeri, cinsi, miktarı, hangi üretici ve işletmeye ait olduğu gibi birçok bilgiye ulaşılması öngörülmüştür. Bu şekilde ürünlerin kayıt dışı satışının önüne geçilebilmesi ve denetimlerde de büyük kolaylık sağlanması planlanmıştır.

Söz konusu künye ile girişi yapılan ürünlerin her satışında perakende satış yapacak müşteriye verilecek yeni bir alıcı künyesi oluşmaktadır. Tüketicilerin perakende satış noktalarında bu künye üzerinden ürünle ilgili sorgulama yapma imkanı doğmaktadır. Böylece tüketicilerin de yedikleri ürünlerin denetimine katılımı sağlanmaktadır.

Bu yeni düzenlemelere rağmen gerek 552 sayılı KHK ve gerekse de 5957 sayılı Kanunun gerekçelerine bakıldığında sebze ve meyve ticaretinde yaşanan sorunların geçmişten günümüze benzer nitelikler taşıdığı ve yapılan çeşitli mevzuat düzenlemelerine rağmen devam ettiği görülmektedir.

Bu nedenle, 5957 sayılı Kanun ile getirilen birçok yeniliğin uygulanabilmesi için, sebze ve meyve ticareti alanında faaliyet gösteren meslek mensuplarının, üreticilerin ve bu alanda belki de en önemli söz sahibi olarak nitelendirilebilecek olan tüketicilerin desteğinin sağlanması gerekmektedir.

Günümüzde pek çok zincir mağazanın meyve/sebze tedarikinde doğrudan üreticiler ile sözleşmeli üretim ilişkisi içerisine girdikleri bilinen bir gerçektir. Direkt üreticiden sözleşme yolu ile yapılan alımlar toptancı halinden geçmemektedir. Ayrıca zincir mağazaların yapmış oldukları büyük tonajlı alımlar ve ürünleri depolama imkanları organize perakende sektörüne çeşitli avantajlar yaratmaktadır. Organize perakendecilerin toplu ürün alımları ve ürün satışında tüketici tercihinin kendileri lehine artması bakkal, kasap ve manav gibi küçük esnaflarla birlikte, bu esnaflara mal sağlayan toptancıların da işlerini kısıtlamaktadır.

Yaş meyve - sebze pazarlama alanında hali hazırda toptancı hallerinin işleyişi ile ilgili çeşitli sorunlar mevcut iken, bu sorunlara organize perakende sektöründeki gelişmeler de eklenince toptancı hallerinin işleyişi ile ilgili sıkıntılar büyümektedir. Türkiye henüz organize perakende sektöründeki gelişmeler bakımından Avrupa ülkeleri kadar ileri durumda değildir. Avrupa ülkelerinin pek çoğunda perakende sektörü gelişimini tamamlamış, organize perakendecilerin toplam perakende sektörü içerisindeki payı bazı ülkelerde %90'lara ulaştığı belirtilmektedir (Anonim 2007a; TEPAV 2006).

İzmir Büyükşehir Belediyesi Hali'nde yapılan anket sonuçlarına göre denetimlerde yeterli etkinliğin sağlanamaması ve kaçak satışların önüne geçilememesi en çok dile getirilen sorundur.

Hal dışı satışların hale çekilebilmesi büyük ölçüde denetimlerin yeterli ve etkin bir şekilde yapılabilmesine bağlı olduğu ortadadır.

Bunlara ek olarak toptancı hallerinin iyileştirilmesinde ve daha etkin kullanılmasında uygulanabilecek başlıca öneriler şunlar olabilir;

- Farklı kaliteleredeki ürünlerin ayrı satılması
- Aynı kalitedeki ürünlerin aynı fiyatla satılması
- Ürünün satılmadan önce derecelendirilmesi
- Ürünün standart ağırlık ve paketlerde satılması
- Depolama tesislerinin kurulması ve hemen satış zorunluluğunun olmaması. Bu şekilde belirsizlik etmeni ortadan kalmış olacaktır.
- Hallerin altyapısı; kalite standart ve sağlık ölçümlerine uygun hale getirilmelidir. Bu konuda yerel yönetimlerin birbiriyle uyumlu çalışması ve haller arasında güçlü bir iletişim ağı oluşturulması gerekmektedir.

Ayrıca anket sonuçları göstermektedir ki yaş meyve-sebze pazarlamasında kooperatifler çeşitli nedenlerle başarısız olmuştur. Genel olarak bakıldığında küçük ölçekli üretimin bulunduğu ülkemizde kooperatiflerin üreticiler açısından son derece önemli olduğu bilinmektedir.

Ülkemizde kanuni düzenlemelerden beklenen faydanın sağlanması, üreticilerin sahip olduğu hakları etkin bir şekilde kullanabilmesi, üretici ve tüketici arasındaki fiyat farkının azaltılması bakımından örgütlenme büyük önem taşımaktadır. Üreticilerimiz tam olarak örgütlenemediğinden herhangi bir pazarlık gücü de bulunmamaktadır. Üreticilerimizin hak ettiği geliri elde edebilmeleri bakımından örgütlenmesi için gerekli eğitim ve yayım faaliyetlerine ağırlık verilmeli, özellikle pazarlama problemlerini çözmede örgütlenmenin önemi konusunda bilinçlendirilmelidir.

Sonuçta toptancı haller ile ilgili hangi stratejiyi izlenirse izlesin, tarım sektörünün mevcut sorunları olan; tarımsal işletmelerin fazla sayıda, küçük ölçekli ve dağınık olması, özellikle akaryakıt, hibrit tohum ve tarımsal ilaç gibi tarımsal girdi maliyetlerinin yüksek olması, tarımsal kooperatifçiliğin yeterince gelişmemiş olması gibi sorunlar çözülmeyen yaş meyve-sebze pazarlama ve toptancı hallerin daha etkin kullanımı konusunda kesin bir çözüm bulunması beklenmemelidir. Mevcut sorunların hükümetlerin etkin desteği olmaksızın tam anlamıyla başarıya kavuşması mümkün gözükmemektedir. Burada hükümetin gerekli yasal düzenlemeleri çıkartmasından daha da önemlisi, yasal düzenlemelerin işlerliğini sağlaması gerekmektedir. Bu konuda toptancılara ait mesleki sivil toplum kuruluşlarının birlik oluşturması ve etkin çalışması da son derece önem taşımaktadır.

KAYNAKLAR DİZİNİ

- Akbay, C., Candemir S. ve Orhan., E.,** 2005, Türkiye’de Yaş Meyve ve Sebze Ürünleri Üretim ve Pazarlaması, KSÜ Fen ve Mühendislik Dergisi, Kahramanmaraş.
- Alkaç, H. ve Tülü, O.,** 2007, Türkiye’de Sebze Üretimi ve Dış Ticaretindeki Gelişmeler, E.Ü.Z.F., Diploma Tezi, Bornova,
- Albayrak, M.,** 2009, Yaş Meyve ve Sebze Pazarlama Merkezleri: Toptancı Haller-Pazarlar (Dünya, Avrupa Birliği ve Türkiye’den Örneklerle Yapısı ve İşleyişi), 70s.
- Alpakın, L. F.,** 2000, Yaş Meyve ve Sebzeler ve Ambalajları. Dünya Ambalaj Dergisi, İstanbul, 22–25s.
- Anonim,** 1999, “Managing Wholesale Markets”, <ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/003/X3680E/X3680E00.pdf> (Erişim tarihi 17.3.2011)
- Anonim,** 2004a. Ülkemizde Toptancı Halleri İle İlgili Hukuksal Düzenlemeler, Karşılaşılan Sorunlar ve Muhtemel Çözüm Önerileri. TKB APK Pazarlama ve Dış Ticaret Daire Başkanlığı Yayınlanmamış Raporu. Ankara.
- Anonim,** 2004b. II. Tarım Şurası Sonuç Raporu. TKB. Ankara.
- Anonim,** 2006. Ortak Piyasa Düzenleri Alt Çalışma Raporları-Yaş Meyve ve Sebze, TKB Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara, 153s.
- Anonim,** 2007, Pazarların Yeniden Yönetimi Programı Bülteni, Antalya.
- Anonim,** 2007a, Büyük Alışveriş Merkezlerinin Ticari ve Sosyal Yaşama Etkileri, Alanya Ticaret ve Sanayi Odası Yayınları, Alanya.
- Aslan, Y.,** 2006, Türkiye Yaş Meyve ve Sebze Sektörünün Genel Yapısı Sorunlar ve Çözüm Yolları. TÜSEMKOM Halden Haberler Dergisi, Ankara, 22–23s.
- Aydemir, S.R.,** 2006, Yaş Meyve ve Sebzenin Pazarlanmasında Belediye Toptancı Halleri, Semt Pazarları ve Üretici Örgütleri, Mevzuat Dergisi, İstanbul.
- Baran, H.,** 2007, İzmir Büyükşehir Belediyesi Yaş Meyve ve Sebze Hali’nin Mekan Temelli Sorunları, İzmir.

KAYNAKLAR DİZİNİ (devam)

- Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı**, <http://www.sanayi.gov.tr/webedit/gozlem.aspx?sayfaNo=3938> (Erişim tarihi 6.7.2011)
- Canik, F. ve Alparlan, Y.**, 2010, Türkiye’de Yaş Meyve ve Sebze Pazarlaması ve Toptancı Haller, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü – Bakış, 11(2).
- Chung, H.**, 2004, China’s Rural Market Development in the Reform Era
- Çelik, Z.**, 1999, Yeni Hal Yasasının Getirebilecekleri Üzerine Bir İnceleme, E.Ü.Z.F., Diploma Tezi, Bornova,
- Çetin, B.**, 2009, Yeni Perakendecilik Sisteminde Toptancı Hallerinin İzlemesi Gereken Stratejiler, İTO Yayınları,
- Çolak, T.**, 2002, Türkiye’nin Yaş Meyve ve Sebze İhracatında Karşılaşılan Pazarlama Sorunları Çözüm Önerileri ve İhracatçıların Eğitimi. Gazi Üni., Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi. Ankara, 92s.
- Demirbaş, N.**, 2001, Türkiye’de Toptancı Halleri İle İlgili Yasal Düzenlemelerin Meyve-Sebze Üretim ve Pazarlama Politikalarının Başarısı Üzerine Etkileri: İzmir İli Örneği” İzmir, 112s.
- Demirtaş, B. ve Erkan, O.**, 2002, Mersin İlinde 1988-1997 Dönemi Domates Fiyatları Analizi, Alatarım Dergisi, 21s.
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)**, “Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyonu Meyvecilik Alt Komisyon Raporu” <http://www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/3405/oik657.pdf> (Erişim tarihi 6.4.2011)
- Devlet Planlama Teşkilatı (DPT)**, “Bitkisel Üretim Özel İhtisas Komisyonu Sebzeçilik Alt Komisyon Raporu” <http://www.dpt.gov.tr/DocObjects/Download/3407/oik655.pdf> (Erişim tarihi 7.4.2011)
- Eraktan, G.**, 1997, Avrupa Birliğinde Meyve ve Sebze Sektörüne Yönelik Politikalar ve Türkiye'nin Uyumu, Bahçe Ürünlerinde Muhafaza ve Pazarlama Sempozyumu, Yalova.
- Europe Union Publications Office**, <http://eurlex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2008:336:0001:01:EN:HTML> (Erişim tarihi: 15.08.2011)
- Food and Agriculture Organization (FAO)**, <http://faostat.fao.org/site/567/DesktopDefault.aspx?PageID=567#ancor> (Erişim tarihi 10.10.2011)

KAYNAKLAR DİZİNİ (devam)

- Güldoğan, E.**, 2007, Avrupa Birliği'nde Tek Ortak Piyasa Düzeni Dönemi http://www.tarimmerkezi.com/yazar_kose.php?hid=10391 (Erişim tarihi 05.10.2011)
- Güneş, T.**, 1996, Tarımsal Pazarlama, AÜZF, Yayın No: 1467, Ders Kitabı: 435, Ankara,
- Güneş T., ve Ark.**, 1995, Tarım Ürünlerinin Yurt İçi Pazarlanması (1980-1993), Türkiye Ziraat Mühendisliği IV. Teknik Kongresi, Cilt 2, Ankara, 9-13 Ocak, 1117-1137s.
- Gürbüzer., A.**, 2008, Türkiye'de Yas Meyve Ve Sebze Üretimi, İhracatı, Karşılaşılan Sorunlar Ve Çözüm Önerileri, Selçuk Üniversitesi, Fen Bilimleri Ens., Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.
- İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi (İGEME)**, 2010, Yaş Meyve ve Sebze Sektör Raporu
- İzmir Büyük Şehir Belediyesi** Toptancı Hal Kayıtları, 2009.
- Karabağlı, A.**, 1990, Avrupa Topluluğu Karşısında Türkiye Meyve ve Sebze Alt Sektörünün Durumu ve Rekabet Şansı, MPM Yayın No:421, Ankara,.
- Kayseri Sebze Meyve Pazarlama A.Ş. (KAYSEM)**, <http://www.kaysem.com/?mod=page&id=1> (Erişim tarihi 6.9.2011)
- Keskin, G. ve Dölekoğlu, C.Ö.**, 2004, Domates ve Domates Salçası Durum ve Tahmin, TEAE, Ankara, 64s.
- Keskin,G., Nazlı,C.,Elçi,S., Özüdoğru,T. ve Valk,O.V.**2007, Türkiye Domates Alt Sektör Analizi. TEAE, s.33, Ankara.
- KOÇ, A.A., ve Ark.**, 2008, Restructuring of agrifood chains in Turkey: The produce sector (A). www.regoverningmarkets.org/en/filemanager/active?fid=743 (Erişim tarihi: 15.12.2011)
- KOÇ, A.A., ve Ark.**, 2008, Restructuring of agrifood chains in Turkey: The produce sector (A). www.regoverningmarkets.org/en/filemanager/active?fid=870 (Erişim tarihi: 15.12.2011)
- KOÇ, A.A.**, 1990. Çukurova Bölgesinden Avrupa Topluluğu'na Yapılan Yaş Meyve-Sebze Dışsatımının Sorunları, Çukurova Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 63s.
- Naran,N.**, 2005, Yaş Meyve - Sebze Sektörü Raporu. www.cine-tarim.com.tr/dergi (Erişim tarihi: 7.10.2011)

KAYNAKLAR DİZİNİ (devam)

- Olgun, A.**, 1994, “Yaş Meyve ve Sebze Pazarlamasında Haller ve Ortaya çıkan Sorunlar” Verim Dergisi, Yıl:1, İzmir, 11-13s.
- Özsu, B.**, 2005, Toptancı Halleri Sektör Profili, www.ito.org.tr/Dokuman/Sektor/1-95.pdf (Erişim tarihi: 03.04.2011)
- Sanayi ve Ticaret Bakanlığı** Kayıtları, 2005, Ankara.
- Sayın, C. ve Mencet, M.N.** 2007, Hal Yasası'nın Yaş Meyve ve Sebze Pazarlamasındaki Etkinliğinin Tartışılması, GAP V. Tarım Kongresi, Urfa.
- Şanlı, A.**, 2007, Türkiye’de Yaş Meyve Sebze Pazarlamasında Kooperatifçiliğin Önemi, E.Ü.Z.F., Diploma Tezi, Bornova,
- Tarım ve Köyişleri Bakanlığı**, İzmir İl Müdürlüğü, Tarımsal Yapı ve Çalışmalar, İzmir.
- Tarım ve Köyişleri Bakanlığı**, http://www.tarim.gov.tr/Files/Turkiyegenel_kitap_Layout1.pdf (Erişim tarih: 25.10.2011)
- Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı, (TEPAV)**, 2006, Hızlı Tüketim Ürünleri Perakendeciliğinde Dönüşüm ve Sektörün Geleceği, Rapor, Ankara.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TUİK)**, http://www.tuik.gov.tr/VeriBilgi.do?alt_id=45 (Erişim tarihi 7.9.2011)
- T.C. Resmi Gazete, 16.09.1960 Tarih ve 10605 Sayılı.
- T.C. Resmi Gazete, 24.06.1995 Tarih ve 22323 Sayılı.
- T.C. Resmi Gazete, 09.11.1995 Tarih ve 22456 Sayılı.
- T.C. Resmi Gazete, 14.06.1998 Tarih ve 22372 Sayılı
- T.C. Resmi Gazete, 28.12.1997 Tarih ve 23214 Sayılı Toptancı Hallerinin Yönetim ve İşleyişi Hakkındaki Yönetmelik
- T.C. Resmi Gazete, 23.05.2007 Tarih ve 26530 Sayılı Yaş Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Bazı Maddelerinin Değiştirilerek Kabulüne İlişkin Kanun
- T.C. Resmi Gazete, 26.03.2010 Tarih ve 27533 Sayılı Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun

KAYNAKLAR DİZİNİ (devam)

- Türkiye Sebze ve Meyve Komisyoncuları Konfederasyonu (TÜSEMKOM)**, 2008, Türkiye Sebze ve Meyve Komisyoncuları Konfederasyonu Dergisi, 11s.
- Vural, H.**, 1992, Türkiye’de Yaş Meyve ve Sebze Pazarlaması Yaş Meyve ve Sebze Pazarlama Sempozyumu, Ankara, 46s.
- Vural, H.**, 2006, Yaş Meyve ve Sebze Pazarlaması ve Toptancı Halleri, Tarım ve Mühendislik Dergisi, 78-79s.
- World Union of Wholesale Markets (WUWM)**, 2011, <http://www.wuwm.org/pages/home.aspx> (Erişim Tarihi: 10.12.1011)
- YILMAZ, N.**, 2007, Canned Fruits and Vegetables, Trading Highlights From Turkey, 14-18p.
- Yılmaz, S.**, 2002, Türkiye’de Yaş Meyve ve Sebze Pazarına Yönelik Politikaların Değerlendirilmesi.Çiftçi ve Köy Dünyası Dergisi, Ankara, 25-31s.
- Yılmaz, S. ve Yılmaz, İ.**, 2008, Evaluation of the wholesale market system for fresh fruits and vegetables in Turkey: a case study from Antalya Metropolitan Municipality.
- Yürükçü, A.**, 2005. Avrupa Birliği Ortak Tarım Politikası Meyve-Sebze Ortak Piyasa Düzeni, Avrupa Birliği Tarım Müzakerelerine Hazırlık Konferansları, Amasya.
- Ziraat Mühendisleri Odası (ZMO)**, 2005, Yaş Sebze ve Meyve Ticareti ile İlgili Görüşler, TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası http://www.tzob.org.tr/tzob_web/basin_bulten/2010/01_05_2010.htm (Erişim tarihi 8.9.2011)
- <http://www.saturdaymarket.com> (Erişim tarihi: 22.7.2011)

ÖZGEÇMİŞ

1983 yılında Kocaeli’ de doğmuştur. İlk ve ortaokul 2. sınıfa kadarki eğitimini Kocaeli’ de tamamladıktan sonra 1996 yılında İzmir’e taşınmıştır. Ortaokul ve lise eğitimini İzmir’de tamamlayıp 2003 yılında Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi’ni kazanarak eğitime bu alanda devam etmiştir. 2008 yılında lisans eğitimini tamamlayıp aynı yıl içerisinde yine Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalında yüksek lisans öğrenimine bir dönem devam etmiştir. 2009 yılında askerlik görevini kısa dönem olarak Ankara’da yapmıştır. Askerlik görevini tamamladıktan sonra Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalında yüksek lisans öğrenimine devam etmiştir.

EKLER

Ek 1 1999–2009 Yılları İtibariyle Dünyada Meyve Üretim Miktarları

Ek 2 1999–2009 Yılları İtibariyle Dünyada Sebze Üretim Miktarları

Ek 3 Türkiye’de Bazı Toptancı Hallerinin Yapısal Durumu

Ek 4 Toptancı Hallerde İşlem Gören Meyve Miktarları

Ek 5 Toptancı Hallerde İşlem Gören Sebze Miktarları

Ek 6 Üretici Anketi

Ek 7 Komisyoncu (Hal) Anketi

Ek – 1 1999-2009 Yılları İtibariyle Dünyada Meyve Üretim Miktarları (Ton)

Ülkeler	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Ortalama
Dünya	463.660.257	473.556.290	476.224.574	484.072.021	497.840.769	524.204.368	531.326.175	553.760.644	562.030.213	580.630.839	594.253.607	521.959.978
Çin	64.826.206	64.503.111	68.953.357	72.014.363	78.162.300	86.349.088	90.409.437	96.755.791	100.917.423	107.803.053	115.876.234	86.051.851
AB	67.572.317	68.704.744	65.935.364	63.138.538	62.812.809	67.718.445	63.237.051	65.564.525	59.061.479	61.642.778	61.555.406	64.267.587
Hindistan	45.657.070	43.000.880	44.350.622	43.232.093	46.008.826	48.508.503	51.494.617	57.199.792	62.593.818	67.917.398	70.395.026	52.759.877
Brezilya	37.598.719	36.986.742	34.054.809	36.530.545	35.451.207	36.883.978	36.586.238	38.012.396	39.249.083	38.713.209	36.466.273	36.957.564
ABD	28.117.108	32.804.746	30.042.893	30.292.378	28.821.908	30.148.096	27.019.172	26.020.044	25.046.623	27.668.838	27.294.278	28.479.644
İtalya	18.327.000	17.989.619	17.961.130	16.080.569	15.254.645	18.073.034	18.216.250	18.014.663	17.312.727	17.266.534	18.151.070	17.513.386
İspanya	15.518.662	16.115.769	15.137.273	16.091.280	17.946.825	16.945.428	15.583.664	17.431.763	15.112.474	16.206.142	14.466.435	16.050.520
Meksika	12.544.216	13.306.460	14.296.695	14.329.826	14.456.713	15.294.744	15.237.611	15.789.301	15.837.405	16.128.716	15.660.878	14.807.506
Endonezya	7.541.217	8.412.930	9.701.793	11.446.886	12.752.291	14.254.453	14.529.146	15.855.094	16.649.429	16.028.266	17.057.715	13.111.747
İran	12.065.316	12.287.684	12.672.994	12.774.728	13.040.859	12.861.643	14.103.098	13.430.827	13.399.608	13.508.338	13.419.697	13.051.345
Filipinler	10.420.345	10.750.541	11.198.869	11.709.586	11.992.447	12.394.023	13.440.351	13.172.689	14.475.095	15.668.289	15.961.423	12.834.878
Türkiye	10.585.980	10.861.372	10.791.754	10.628.555	11.500.480	10.771.306	12.678.341	12.224.273	12.360.284	12.926.992	14.222.927	11.777.479
Fransa	11.602.883	11.265.355	10.952.358	10.653.123	9.583.643	11.064.359	10.297.254	10.142.509	9.312.933	8.532.147	9.249.565	10.241.466
Uganda	9.599.700	10.090.650	10.416.016	10.558.218	10.357.475	10.342.526	9.658.079	9.667.705	9.856.702	10.006.192	10.156.750	10.064.547
Nijerya	9.091.820	9.283.273	9.424.719	9.850.498	10.480.338	11.212.057	10.645.160	9.670.500	9.799.000	9.352.114	10.255.624	9.915.009
Taylan	8.772.795	7.904.806	7.618.942	7.516.533	7.956.841	8.843.215	8.498.620	10.453.776	10.211.586	9.041.227	8.637.127	8.677.770
Mısır	6.791.425	6.966.124	7.375.915	7.745.415	7.799.311	8.272.121	8.361.417	9.443.596	9.482.492	9.740.840	10.012.149	8.362.800
Arjantin	7.172.129	7.174.114	8.178.243	7.504.855	7.628.240	7.888.320	8.522.616	8.545.400	8.050.580	8.196.686	6.757.577	7.783.524

Kaynak: <http://www.faostat.fao.org>, 14.11.2011

Ek – 2 1999-2009 Yılları İtibariyle Dünyada Sebze Üretim Miktarları (Ton)

Ülkeler	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	Ortalama
Dünya	705.339.291	776.457.383	804.141.955	831.369.225	861.409.088	872.936.468	893.774.805	928.266.509	958.807.053	987.367.788	1.011.461.756	875.575.575
Çin	289.544.052	356.078.372	379.560.655	409.419.130	416.910.652	426.799.333	442.824.112	462.067.351	487.078.817	507.943.126	522.650.882	427.352.407
Hindistan	70.978.662	72.283.100	78.890.142	69.173.615	79.048.769	65.585.737	71.450.656	81.898.245	87.979.234	91.729.026	92.771.130	78.344.392
AB	71.221.660	69.486.613	67.992.499	65.591.222	68.676.281	72.894.791	68.495.208	66.048.387	65.190.152	63.972.586	66.121.754	67.790.105
ABD	38.971.000	39.443.096	36.928.602	39.052.992	37.879.056	39.798.247	36.966.418	37.303.421	38.506.366	37.247.825	37.831.524	38.175.322
Türkiye	24.671.392	24.639.362	24.164.662	25.825.067	25.917.617	25.331.589	26.284.186	25.722.993	25.558.801	27.110.452	26.683.026	25.628.104
Mısır	13.981.539	15.106.009	14.023.341	14.625.994	15.575.714	15.997.754	16.339.729	18.197.863	18.874.925	19.172.677	20.266.861	16.560.219
İran	12.811.304	11.661.215	11.737.659	13.853.978	13.768.944	14.852.933	17.772.097	17.605.770	18.988.358	15.872.552	18.110.929	15.185.067
İtalya	15.671.392	16.518.809	14.881.770	13.864.846	15.041.961	16.473.405	15.825.463	14.731.766	14.684.312	13.728.060	14.187.500	15.055.389
Rusya	12.475.730	12.451.840	13.258.510	13.031.560	14.776.580	14.808.700	16.126.100	16.629.190	12.367.924	14.349.110	14.827.060	14.100.209
İspanya	12.499.542	12.188.092	12.279.405	12.758.833	12.806.896	13.411.014	13.391.163	12.875.305	13.065.346	12.612.252	13.416.620	12.845.861
Japonya	12.871.653	12.741.524	12.517.300	12.293.900	12.145.000	11.617.000	11.807.500	11.767.500	10.970.300	10.982.850	10.475.773	11.835.482
Kore	11.186.015	12.236.206	12.393.705	10.852.939	11.077.473	11.841.960	10.968.436	11.308.388	10.717.691	11.289.677	11.958.724	11.439.201
Meksika	10.885.447	10.261.795	10.949.720	10.557.207	11.147.087	11.337.830	11.183.231	11.451.835	12.126.780	12.105.613	11.326.828	11.212.125
Brezilya	7.728.738	7.533.037	7.837.377	8.910.606	9.735.837	9.118.980	9.017.021	9.643.280	9.888.485	10.131.288	11.065.121	9.146.343
Nijerya	8.150.768	8.305.160	8.420.949	8.293.300	8.761.722	9.378.411	9.395.500	9.922.500	9.608.720	10.978.371	8.753.257	9.088.060
Endonezya	7.754.512	6.985.314	6.526.887	6.534.521	7.776.499	8.167.272	8.263.793	8.573.089	8.475.836	8.795.804	9.105.237	7.905.342
Vietnam	6.206.366	6.494.060	7.241.816	7.373.097	7.603.347	7.800.881	8.011.295	7.843.028	8.036.201	7.750.022	7.962.571	7.483.880
Ukrayna	5.324.600	5.822.300	5.906.800	5.827.100	6.538.000	6.964.000	7.295.100	8.774.800	7.344.600	8.520.300	9.008.900	7.029.682

Kaynak: [http://www/faostat.fao.org](http://www.faostat.fao.org), 14.11.2011

Ek – 3 Türkiye’de Bazı Toptancı Hallerinin Yapısal Durumu

Halin Adı	Toplam İşyeri Adedi	Faaliyetteki İşyeri Adedi	Boş İşyeri Adedi	Komisyoncu Adedi	Üretici Adedi	Üretici Birliği Adedi	Tüccar Adedi	Soğuk Hava Deposu	Kantar Adedi	Fiyat Panosu Adedi	Laboratuvar Adedi
Ankara B.B.	213	212	1	198	0	0	14	1	2	0	0
Antalya B.B.	808	808	0	169	0	1	639	0	5	1	1
Mersin B.B.	1.205	414	791	414	0	0	0	50	2	1	0
İstanbul B.B.	764	764	0	764	0	1	0	0	11	4	0
İzmir B. B.	154	154	0	12	0	0	142	0	2	1	0
Bursa B. B.	156	99	57	98	0	1	0	0	2	2	1
Diğer	8.523	7.413	1.097	6.319	65	18	1.020	224	165	106	3
Toplam	11.823	9.864	1.946	7.974	65	21	1.815	275	189	115	5

Kaynak: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, 2010

**Ek – 4 Toptancı Hallerde İşlem Gören Meyve Miktarları (2000)
(Anonim,2001) (**: Anonim,2002)**

Ürün Grubu ve Adı		Üretim Miktarı (bin ton) **	Pazarlanan Ürün Miktarı (bin ton) (1) **	İşlem Gören Miktar (bin ton) (2)	% (2/1)x100
Yumuşak Çekirdekliler	Armut	380,0	261,0	37,0	14,0
	Ayva	105	70,0	21,0	30,0
	Elma	2.400,0	1.866,0	210,0	11,0
	Muşmula	4,6	3,0	2,0	67,0
	Yenidünya	11,5	10,0	0,2	2,0
Taş Çekirdekliler	Erik	195,0	110,0	44,0	40,0
	Malta eriği*	-	-	2,0	-
	Kayısı	530,0	350,0	30,0	9,0
	Kiraz	230,0	160,0	18,0	11,0
	Kızılcık	12,0	5,0	1,0	20,0
	Şeftali	430,0	372,0	116,0	31,0
	Nektarin*	-	-	8,0	-
	Vişne	106,0	74,0	4,0	5,0
	Zeytin	1.800,0	1.404,0	23	1,6
Hurma*	-	-	1,0	-	
Turunçgiller	Limon	460,0	444,0	162,0	36,5
	Portakal	1.070,0	986,0	288,0	29,0
	Mandalina	560,0	534,0	154,0	29,0
	Altıntop	130,0	126,0	43,0	34,0
Sert Kabuklular	Antepfıstığı	75,0	69,0	0,006	-
	Ceviz	116,0	75,0	1,0	1,3
	Badem	47,0	35,0	1,4	4,0
	Fındık	470,0	452,0	0,2	-
	Kestane	50,0	37,0	1,0	3,0
Üzümsü Meyveler	Çilek	130,0	122,0	37,0	30,3
	Dut	60,0	20,0	0,07	-
	İncir	240,0	179,0	6,0	3,0
	Muz	64,0	61,0	61,0	100,0
	Nar	59,0	44,0	20,0	45,0
	Üzüm	3.600,0	2.786,0	141,0	5,0
Diğer	Kivi	1,4	-	9,0	-
	Ananas*	-	-	0,15	-
	Avakado	0,3	-	0,05	16,7
	Hindis.cevizi*	-	-	2107adet	-
	Bergamut*	-	-	0,003	-
	Palamut *	-	-	944adet	-
	Murt*	-	-	0,01	-
Diğer*	-	-	20,0	-	

* : Türkiye’de üretilmeyen, üretim ya da pazarlanan miktarlarıyla ilgili veri olmayan ürünlerin sadece Hallerde işlem gören miktarları verilmiş ve değerlendirmeleri yapılmamıştır.

**Ek – 5 Toptancı Hallerde İşlem Gören Sebze Miktarları (2000)
(Anonim,2001) (**Anonim,2002)**

Ürün Grubu ve Adı	Üretim Miktarı (bin ton) **	Pazarlanan Ürün Miktarı (bin ton) (1) **	İşlem Gören Miktarı (bin ton) (2)	% (2/1)x100	
Yapraklı yenen sebzeler	Lahana(baş)	622,0	509,0	82,0	16,0
	Enginar	24,5	19,0	0,4	2,0
	Kereviz	16,5	16,0	6,0	38,0
	Marul	215,0	194,0	64,0	33,0
	Kıvrıkcık	118,0	105,0	47,0	45,0
	Ispanak	205,0	167,0	142,0	85,0
	Prasa	308,0	249,0	44,0	18,0
	Semizotu	2,25	2,1	2,0	95,0
	Ter***	1,25	-	0,08	6,4
	Nane***	5,0	-	1,5	30,0
	Maydanoz***	40,0	-	40,0	100,0
	Roka	1,15	-	2,6	-
	Dereotu***	1,7	-	1,1	65,0
	Pancar yaprağı*	-	-	0,003	-
Diğer*	-	-	35881 ad	-	
Baklagil sebzeleri	Fasulye	514,0	358,0	89,0	25,0
	Bakla	45,0	39,0	12,0	31,0
	Bezelye	48,0	42,0	10,0	24,0
	Barbunya	41,0	34,0	6,0	18,0
	Börtülce***	12,0	-	0,1	0,8
Meyvesi yenen sebzeler	Bamya	28,0	24,0	4,0	17,0
	Balkabağı	72,0	45,0	6,0	13,0
	Kavun	1.865,0	1.453,0	186,0	12,8
	Karpuz	3.940,0	3.351,0	576,0	17,0
	Kabak (sakız)	260,0	212,0	11,0	5,0
	Kabak (dolma)***	260	-	144,0	55,4
	Hıyar	1.825,0	1.488,0	384,0	26,0
	Patlıcan	924,0	794,0	219,0	28,0
	Domates	8.890,0	7.195,0	1.172,0	16,0
	Biber (dolmalık)	390,0	323,0	86,0	27,0
Biber (sivri)	1.090,0	905,0	166,0	18,0	
Soğanlı, yumru ve kök sebzeler	Sarımsak (kuru)	81,0	62,0	19,0	31,0
	Sarımsak (taze)*	21,0	16,0	300adet	-
	Soğan (kuru)	2.200,0	1.764,0	217,0	12,0
	Soğan (taze)	228,0	172,0	14,0	8,0
	Turp	168,0	134,0	37,0	28,0
	Yer elması	0,45	0,24	0,06	13,3
	Şalgam	1,5	-	0,05	3,3
Diğer Sebzeler	Havuç	235,0	199,0	95,0	48,0
	Karnabahar	90,0	83,0	81,0	98,0
	Mantar*	-	-	17,0	-
	Patates	5.370,0	3.735,0	362,0	9,7
	Brokoli*	-	-	0,018	-
	Yaprak*	-	-	0,05	-
	Araka*	-	-	3,0	-
	Pancar*	-	-	1,0	-
	Fesleğen*	-	-	71318 bağ	-
Salat*	-	-	2,0	-	
Lolorosso*	-	-	8414 adet	-	

* : Türkiye’de üretilmeyen, üretim ya da pazarlanan miktarlarıyla ilgili veri olmayan ürünlerin sadece Hallerde işlem gören miktarları verilmiş ve değerlendirmeleri yapılmamıştır.

***: Pazarlanan miktarları ile ilgili verisi olmayan ürünlerin üretim ve hallerdeki işlem hacimleri ilişkilendirilmiştir.

Ek – 6 Üretici Anketi

Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü	Türkiye’de Yaş Meyve-Sebze Pazarlamasında Toptancı Hallerinin Etkinliği, Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri: İzmir İli Örneği 2011	Tarih: Anket No:
---	---	----------------------------------

İl	c1.
İlçe	c2.
Köy	c3.

1. Çiftçi ile ilgili genel bilgiler

Yaşınız?	c4.
Eğitim durumunuz (yıl)?	c5.
Kaç yıldır kendi adınıza tarımla uğraşıyorsunuz?	c6.
Aileniz kaç kişiden oluşuyor?	c7.
Ailenizde kaç kişi tarımda çalışıyor?	c8.
Herhangi bir tarımsal kooperatife üye misiniz? 1> Evet, 2> Hayır	c9.
Tarım dışı geliriniz var mı ? 1> Evet, 2> Hayır	c10.

2. İşletme ile ilgili genel bilgiler

Toplam işlenen arazi (daa)	Mülk arazi (daa)	Kira ile işlenen arazi (daa)	Ortakçılıkla işlenen arazi (daa)	Kiraya verilen arazi (daa)
c11.	c12.	c13.	c14.	c15.

3. Ürettiğiniz Ürünü Hangi Fiyattan Veriyorsunuz?

Ürünler	Fiyat
c16.	c17.
c18.	c19.
c20.	c21.
c22.	c23.

3.1. Halde sattığınız üründeki kesinti ve vergiler nelerdir (Hamaliye, Komisyon vs. %) ?

4. Ürünün Teslim Edildiği Kişi/Kuruluş

Teslim Edilen Kişi
Toptancı Hali (Komisyoncu)	c24.	c25.	c26.	c27.
Tüccar	c28.	c29.	c30.	c31.
Tüketici	c32.	c33.	c34.	c35.
İhracatçı	c36.	c37.	c38.	c39.
Pazarıcı	c40.	c41.	c42.	c43.
İşleme Sanayi	c44.	c45.	c46.	c47.
Kooperatif	c48.	c49.	c50.	c51.

5. Ürünü Hale Vermeme Nedenleri?

Komisyon oranlarının Yüksek olması				
Fiyatların Düşük Olması				
Diğer...				

6. Ürünlerin Satış Nedenleri?

1: Kesinlikle Etkisiz 2: Biraz etkili 3: Orta derecede 4: Büyük ölçüde etkili 5: Kesinlikle etkili
Üreticilerin Ürünlerini Tüccara Satış Nedenleri				
Daha yüksek fiyat	c52.	c53.	c54.	c55.
Başka Alıcının olmaması	c56.	c57.	c58.	c59.
Ürünün Hale ya da pazara götürmek için fazla olması	c60.	c61.	c62.	c63.
Günlük ve peşin ödeme yapılması	c64.	c65.	c66.	c67.
Satışın kolay olması (Alıcının ayağına kadar gelebilmesi)	c68.	c69.	c70.	c71.
Ürünü satın alan güvenilir tüccarlar olmasından	c72.	c73.	c74.	c75.
Diğer	c76.	c77.	c78.	c79.
Üreticilerin Ürünlerini Halde (Komisyoncuya) Satış Nedenleri				
Ürünün Pazarda satmak için fazla olması	c80.	c81.	c82.	c83.
Başka alıcının olmaması	c84.	c85.	c86.	c87.
Ürün az olduğundan tüccarın gelmemesi	c88.	c89.	c90.	c91.
Parayı alma garantisi	c92.	c93.	c94.	c95.
Aile işgücü nedeniyle kasalamanın sorunu olmaması	c96.	c97.	c98.	c99.
Daha yüksek fiyat	c100.	c101.	c102.	c103.
Pazar yerlerinin parselli olması ve yer sorunu	c104.	c105.	c106.	c107.
Üreticilerin Ürünlerini Tüketiciye Satış Nedenleri				
Pazara yetiştirilememe ve yol kenarında satılması	c108.	c109.	c110.	c111.
Pazarda sergisi bulunması	c112.	c113.	c114.	c115.
Ürünün az olduğunda tüccarın gelmemesi	c116.	c117.	c118.	c119.
Hasat masraflarının satış tutarından fazla olması	c120.	c121.	c122.	c123.
Daha yüksek fiyat (Halde bu para elime geçmez, Kesinti yok, ulaşım mas. yok)	c124.	c125.	c126.	c127.
Halle çalışmanın güçlüğü, bu nedenle pazarda satılacak kadar yetiştirmek...	c128.	c129.	c130.	c131.
Üreticilerin Ürünlerini Pazarcıya Satış Nedenleri				
İhracatçının ürünü beğenmemesi ya da düşük fiyat vermesi	c132.	c133.	c134.	c135.
Pazara girilmesinde yaşanan güçlükler	c136.	c137.	c138.	c139.
Pazar yerlerinin parselli oluşu ve hale götürüp fatura alma zorunluluğu	c140.	c141.	c142.	c143.
Pazarcı ile ortak çalışılması	c144.	c145.	c146.	c147.
Günlük ve peşin ödeme yapılması	c148.	c149.	c150.	c151.
Ürünün fazla olması ve başka alıcının olmaması	c152.	c153.	c154.	c155.
Üreticilerin Ürünlerini Kooperatife Satış Nedenleri				
Günlük ve peşin ödeme yapılması	c156.	c157.	c158.	c159.
Kooperatifin gelişmesi, ürünün değerlendirilmesi için	c160.	c161.	c162.	c163.
Üreticilerin Ürünlerini İşleme Sanayiine Satış Nedenleri				
Kolay olması (Fabrikanın ürünü gelip alması)	c164.	c165.	c166.	c167.
Günlük ve peşin ödeme yapılması	c168.	c169.	c170.	c171.
Üreticilerin Ürünlerini İhracatçıya Satış Nedenleri				
Ürünün Hale götürmek ya da pazarda satmak için fazla olması	c172.	c173.	c174.	c175.
Ürünün satış garantisi olması	c176.	c177.	c178.	c179.

7. "Yeni Hal Yasası" hakkında bilginiz var mı?	1> Evet 2> Hayır	c180.
8. Size göre yeni yasa sebze-meyve pazarlamasını etkiler mi?	1> Evet 2> Hayır	c181.
9. Evet ise olumlu mu olumsuz mu?	1> Olumlu 2> Olumsuz	c182.
10. Olumsuz ise bu durum pazarlamayla ilgili kararlarınızı değiştirir mi (pazarcıyla ortak çalışma, il dışındaki hallere de ürün götürme) ?	1> Evet 2> Hayır	c183.
11. Yeni yasayla birlikte hale ürün verme düşünceniz var mı?	1> Evet 2> Hayır	c184.
12. Genel olarak Hal Yasası ile ilgili görüş ve düşünceleriniz nelerdir?		c185.

Ek – 7 Komisyoncu (Hal) Anketi

Ege Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü	Türkiye’de Yaş Meyve-Sebze Pazarlamasında Toptancı Hallerinin Etkinliği, Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri: İzmir İli Örneği 2011	Tarih: Anket No:
---	---	---------------------

İl	c1.
İlçe	c2.
Köy	c3.

1. Komisyoncu ile ilgili genel bilgiler

Yaşınız?	c4.
Eğitim durumunuz (yıl)?	c5.
Kaç yıldır kendi adınıza sebze-meyve ticaretiyle uğraşıyorsunuz?	c6.
Hal içinde kaç yıldır sebze-meyve ticaretiyle uğraşıyorsunuz?	c7.
Hal dışında kaç yıldır sebze-meyve ticaretiyle uğraşıyorsunuz?	c8.
Aileniz kaç kişiden oluşuyor?	c9.
Ailenizde kaç kişi bu iş ile uğraşıyor?	c10.
Herhangi bir tarımsal kooperatife üye misiniz? 1> Evet, 2> Hayır	c11.
Ticaret dışı geliriniz var mı ? 1> Evet, 2> Hayır	c12.

2. Halde çalışmadan önce dışarıda yaptığınız iş nedir?

Pazarcılık	c13.
Komisyonculuk	c14.
Tüccarlık	c15.
Üretici	c16.
Nakliyecilik	c17.

3. Halde Aracılar Tarfından Alım-Satımı Yapılan Ürünlerin oranları (% olarak)

Ticaretini Yaptığınız Ürünler	1>İl içinden, 2>İl dışından
c18.	c19.
c20.	c21.
c22.	c23.
c24.	c25.
c26.	c27.
c28.	c29.
c30.	c31.
c32.	c33.
c34.	c35.
c36.	c37.

4. Aracıların Hal içinde Çalışma Şekilleri

Kendi Adına Çalışma Yüzdesi	c38.
Müvekkili Adına Çalışma Yüzdesi	c39.

5. Halden Yapılan Satışların Dağılımı

Manav	c40.
S.-Hip. Market	c41.
Pazarıcı	c42.
Tüccar	c43.
Okul,hastane,askeri birlik,fabrika yemekhaneleri,otel,restoran	c44.
İhracatçı	c45.
İşleme Sanayi	c46.
Yemek fabrikaları	c47.

6. “Yeni Hal Yasası” hakkında bilginiz var mı?	1> Evet 2> Hayır	c48.
7. Size göre yeni yasa sebze-meyve pazarlamasını etkiler mi?	1> Evet 2> Hayır	c49.
8. Evet ise olumlu mu olumsuz mu?	1> Olumlu 2> Olumsuz	c50.
9. Fiyat neye göre oluyor? (açık arttırma? Pazarlık?...)		c51.
10. Kendi adınıza ürün satıyor musunuz?		c52.
10. Sizce Haller ile ilgili en büyük sorun nedir? Ve nasıl önenebilir?		c53.
11. Genel olarak Hal Yasası ile ilgili görüş ve düşünceleriniz nelerdir?		c54.