

İSKENDERUN BÖLGESEL PERAKENDE BALIK TİCARETİ DİNAMİKLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Suphi GEZMEN¹, Emrah ŞİMŞEK², Aydın DEMİRCİ²

¹ Denizcilik Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Mustafa Kemal Üniversitesi, Hatay/Türkiye

² Deniz Bilimleri ve Teknolojisi Fakültesi, Deniz Teknolojileri Bölümü, Mustafa Kemal Üniversitesi, Hatay/ Türkiye

Received: 23.10.2014

Accepted: 29.11.2014

Published online: 11.12.2014

Corresponding author:

Emrah ŞİMŞEK, Deniz Bilimleri ve Teknolojisi Fakültesi, Deniz Teknolojileri Bölümü, Mustafa Kemal Üniversitesi, Hatay/Türkiye

E-mail: esimsek@mku.edu.tr

Öz:

Bu araştırmada, İskenderun bölgesindeki taze su ürünlerinin pazarlama yapısı incelenmiştir. Su ürünlerinin perakende satışını yapan işletmelerin, ürünlerini nasıl tedarik ettikleri ve tüketiciye ne şekilde sundukları hakkında bilgiler edinilmeye çalışılmıştır. İşletmelerin pazarlama yapıları incelenirken perakende ticaret yapan işletmelerin kendilerini nasıl tanımladıkları, tüketiciye sundukları ürünleri nasıl ve ne zaman temin ettikleri, ürün temininde karşılaşılan problemler, ürünü ne kadar süreyle muhafaza ettikleri, ellerinde kalan ürünü nasıl değerlendirdikleri, ürünün fiyatını belirlerken neleri dikkate aldıkları, tüketicilerin ne tür ürünleri tercih ettikleri, faaliyet gelirlerini ağırlıklı olarak hangi ürünlerden elde ettikleri, rakip durumdaki diğer perakende işletmelere güvenip güvenmedikleri, mesleğin tercih edilme sebepleri, meslekten memnuniyet dereceleri, işletmelerin geleceğe bakış açıları, pazarlama kanalları gibi birçok faktör incelenmiştir. Araştırma sonucunda, su ürünlerinin perakende ticaretiyle uğraşan işletmelerin en temel sorununun ürün tedarik zorluğu ve teminindeki düzensizlik olduğu anlaşılmıştır. İskenderun'da toptan balık halinin olmaması, mevcut perakende balıkçı pazarının ihtiyaca yetmemesi ve merkezden uzak olması diğer bir sorundur. Pazarlama hizmetleri, rekabet ve finansman açısından yetersizliklere sebep olduğu için pazarın saydam olmamasına neden olmaktadır. Bu durum genel anlamda ilk üretici olan balıkçı ve son tüketiciye dezavantaj oluşturmaktadır. Perakende esnafı, diğer taraflara nazaran daha fazla memnuniyet göstermektedir.

Anahtar Kelimeler:

Su Ürünleri Ticareti, Perakende, Balıkçılık Yönetimi, İskenderun

Abstract:

Evaluation of Dynamics of Fish Retail Trade in Iskenderun

In this study, fish marketing structure were investigated in Iskenderun. The information which is fishery products was obtained from businesses engaged in the retail sales which they supply and how they offer to customer. During study many factors have been examined in marketing. These factors are listed; retail trade enterprises engaged themselves describe, how they provide the consumer the products when and how they procure, product supply problems in the product, how long kept their hands remaining in the product, how they evaluate the product's price when determining what they consider the consumer what kind of products they prefer, which products are mainly operating income earned from its competitors in case they trust other retail businesses, professional reasons for the preference, the degree of satisfaction of the profession, the future perspectives of enterprises and marketing channels. The basic problem dealing with retail trade enterprises is difficulty of obtaining product and irregularities. Another problem is the lack of wholesale fish market, insufficient fish market and the current retail fishing is far from the city center. Marketing services, competition and financial terms to cause failure of the market leads to be transparent. This situation for the fisherman and consumer, are disadvantages. Retail trades are satisfied compared to other sides.

Keywords:

Fish Trading, Retail, Fisheries Management, Iskenderun

Giriş

Balıkçılık ekonomisi, balıkçılık yönetiminde yaygın olarak kullanılan bir ifadedir. Ancak Türkiye’de yeterince yaygın değildir. Genel anlamda Türkiye’de balıkçılığın, ekonomik boyutu göz ardı edilerek, ekonomik açıdan izlenmeden yönetilmeye çalışıldığı söylenebilir (Ünal, 2002). Oysa Sorumlu Balıkçılık Uygulaması “Balıkçılık ile ilgili yönetim ve koruma düzenlemelerinin kaynağa ilişkin bilgilerin yanında ilgili çevresel, ekonomik ve sosyal faktörler dikkate alınarak bilimsel verilere dayandırılması” ilkesi sabittir (Elekon, 2007). Birleşmiş Milletler Dünya Gıda Örgütü (FAO) balıkçılık yönetimiyle ilgili araştırmaların artırılmasının gerekliliğini vurgulamaktadır (Anonymous, 1995). Bu açıklamada geliştirilen strateji kapsamında balıkçılık sektörünün sosyo-ekonomik yönüne ilişkin bilginin önemi üzerinde detaylı olarak durulamaktadır (Anonymous, 2003).

Balıkçılık ekonomisi alanında ülkemizde ve dünyada yapılan sınırlı çalışmalar daha çok balıkçılık filusunun ekonomik analizine yönelik olup diğer sektörel dinamikler göz ardı edilmiştir (Sabatella ve Franquesa, 2004). Oysa ekonominin temel ilkesi olan talep ve arz dengesi ekonomik faaliyetleri şekillendirmektedir. Avrupa Birliği, Ortak Piyasa Düzeni (OPD)’nin bütünleşmiş bir parçası olan balıkçılık ve su ürünlerine yönelik avcılık ve yetiştiricilik ürünlerinde istikrarlı bir fiyat oluşumunun elde edilmelidir. Bu esnada arz-talep arasında en uygun dengenin sağlanması esastır (Ermiş, 2008).

İskenderun bölgesinin, su ürünleri avcılığı ve yetiştiriciliği açısından, yüksek potansiyeli bulunmaktadır. Bu potansiyelin sorumlu ve sürdürülebilir değerlendirilmesi, hem Türkiye hem de bu bölgenin sosyoekonomik yapısı açısından önemlidir. Kaynağın bu denli önemi ve potansiyeli olmasına rağmen, balıkçılıkla ilgili taraflar genelde memnuniyetsizlikleri ile gündemde olmaktadır. Bu hoşnutsuzluğun birçok nedeni bulunmaktadır. Av miktarlarının aşırı avlanma başta olmak üzere, bir dizi nedenden ötürü yıldan yıla azalması da tarafların gelirini aynı yönde etkilemiştir (Şahinler vd, 2005).

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde ticaret hacminin önemli bir kısmını, (yaklaşık %80) perakendecilik oluşturmaktadır (Taşdan vd, 2010). Bir pazarın sürekliliği açısından, üretici ile tü-

ketici çıkarlarının eşit şekilde ele alınması gerekmektedir. Herhangi bir sürdürülebilir yönetim programının birincil amacı, piyasaya olumlu yönde katkı sağlamaktır (Ermiş, 2008). Bu bağlamda, belki de üzerinde durulması gereken en önemli noktalardan birisi, üretici ile tüketici çıkarlarının balıkçılık yönetim politikalarında yeterince yer bulmamasıdır (Doğan, 2003).

Ülkemiz balıkçılık yönetimi sorunlu bir konu olup dinamik bir tartışma alanına sahiptir. Tarafların farklı çözüm önerileri olmaktadır. Fakat getirilen bu önerilerin birçoğu bütünü kapsayan nitelikte değildir. Yöneticilerin ve araştırmacıların ülkemizdeki balıkçılık sorunlarına genel yaklaşımı ekosistem ve biyolojik sürdürülebilirlik çerçevesindedir (Şahinler vd, 2005). Ticari olarak balık avcılığı yapanların önerileri ise kendi balıkçılık faaliyetlerini destekler niteliktedir. Sektörün bir diğer ayağını oluşturan balıkçılık ticareti yapanlar ise talebi karşılayacak uygun fiyatlı ürün istemektedirler. Bu çalışmayla ülkemiz balıkçılığı için örnek teşkil edebilecek nitelikte perakende taze balık ticareti hakkında İskenderun bölgesinin pazar dinamiklerini belirlemek amaçlanmaktadır.

Materyal ve Metot

Çalışma Alanı

Bu çalışma İskenderun bölgesinde mülkiyeti İskenderun Belediyesi’ne ait iki ayrı balık pazarında bulunan işyerlerinde yapılmıştır. Bunlardan ilki 10 işyerinden oluşmaktadır. Ancak burada 6 işletme aktif olarak çalışmaktadır. İkincisinde ise aktif işletme sayısı daha fazla olup, 14’tür. Ancak bazı işletmelerin ticari faaliyetleri tüm yılı kapsamamaktadır.

Veri Eldesi

Veri temini ve güvenilirliği son derece önemlidir. Bu nedenle, bölgede balık ticareti ile ilişkide bulunan üreticilere, komisyonculara, küçük, orta ve büyük ölçekli perakendecilere yönelik bilgilere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışma, her ne kadar perakendeci merkezli olmak üzere yapılmışsa da perakende ticaretini etkileyen diğer basamaklarda da bilgi sağlanmaya çalışılmıştır. Çünkü bölgedeki işletmelerin büyük çoğunluğu sadece perakendecilik yapmamakta farklı oranlarda toptancılık ve hatta üreticilik gerçekleştir-

mektedir. Bu faaliyetlerin tamamını tek bir işletme çatısı altında yürütmektedir.

Bu araştırmada, iki iş paketi ile bölge balıkçılığı pazar dinamikleri hakkında veri toplanmıştır. Birinci iş paketinde, bölgede balık ticareti yapan işletmelerle anket çalışması yapılmıştır. Bu anket çalışması, perakende balık ticareti hakkında piyasa dinamiklerini belirlemeye yöneliktir. Araştırmanın bu paketini sınırlayan bazı faktörler bulunmaktadır. Özellikle bölgede benzer çalışmanın yapılmamış olması, anket yapılan kişilerde kaygı oluşturduğu gözlenmiştir. Bu kaygının azaltılması sebebiyle, anket soruları hedef doğrultusunda mümkün olduğunca az tutulmuştur. Ayrıca anket sorularında deneklerin ekonomik kaygıları göz önüne alınmıştır. Bu anket 2012-2013 balıkçılık sezonunda yapılmış ve anket bölgede üç dönemde tekrarlanmıştır. Bu dönemler; trol ve gırgır av yasağı dikkate alınarak belirlenmiştir. Çünkü av yasağı, balık arzını ve talebini önemli oranda etkilemektedir. Bu bağlamda av yasağının kalktığı ilk dönemde (SEZON BAŞI, Ekim-Aralık 2012) ilk anket çalışması yapılmıştır. Bu anket çalışmasında, bölgedeki aktif durumdaki 20 perakende balık işletmecisinden sadece 9'u ile anket çalışması yapılabildiği görülmüştür. Özellikle trol av miktarının düşmesi ile gerçekleşen ikinci dönemde (SEZON SONU, Şubat –Mart 2013) bölgedeki tüm aktif durumdaki perakendecilere (20 adet) ulaşılabildiği görülmüştür. Son ve üçüncü anket çalışmasında ise (SEZON DIŞI, Mayıs-Haziran 2013) yine 9 denek ile anket çalışması yapılabildiği görülmüştür.

Araştırmanın ikinci iş paketinde ise perakende piyasası için üreticilerden sonra en büyük tedarikçi durumunda olan toptancılarla yüz yüze görüşmelerle, Şubat-Mart 2013 ve Mayıs-Haziran 2013 olmak üzere iki dönemde anket çalışması yapılmıştır. 2013 yılına ait bilanço ve gelir tablosu değerleri kullanılmıştır. Ayrıca bazı işletmelerin zamansal iş akışları da örneklenmiştir.

Veri Analizi

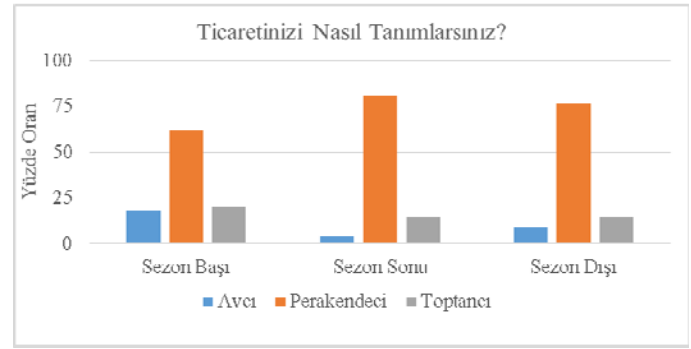
Anket dönemlerindeki bazı farklılıkları göstermek için sayısallaştırılabilen sonuçlar kullanılmıştır. Bu esnada, Microsoft Office Excel programı kullanılmıştır. Tüm anket sonuçları Excel tablolarında toplanmıştır. Burada elde edilen sonuçlar, bu programın grafik analiz uygulamalarıyla görselleştirilmiştir. Aynı şekilde, verilerdeki temel istatistik kavramlar hesaplanmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Araştırmada elde edilen sonuçlar üç aşamalı olarak sunulmaktadır. Birinci aşamada perakendeci anket sonuçları sunulmaktadır. İkinci aşamada ise toptancı anket sonuçları sunulacaktır. Üçüncü aşamada ise pazarın ekonomik hacminin tahmine yönelik bazı sonuçlar paylaşılmıştır.

Perakende Esnafı Anket Sonuçları ve Değerlendirme

Burada 11 farklı anket sorusu değerlendirmeye alınmıştır. Bu sayede İskenderun bölgesi perakende ticareti hakkında bilgi edinmeye çalışılmıştır.



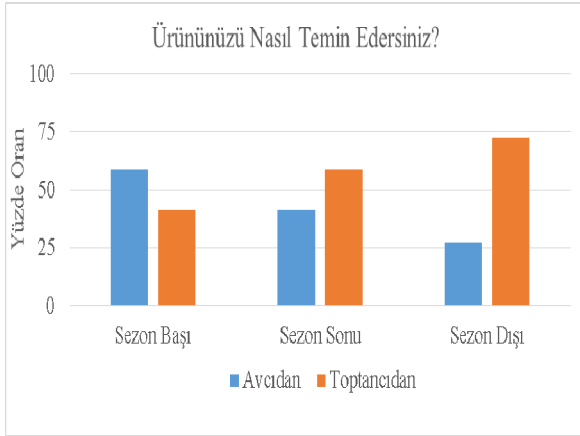
Şekil 1. İskenderun bölgesi perakende ticaret yapan işletmelerin kendini tanımlaması

Figure 1. Self-descriptions of retail traders from İskenderun region

Şekil 1'de görüldüğü üzere İskenderun'da taze balık ticareti yapan işletmeler kendilerini farklı tanımlayabilmektedirler. Bu işletmeler çoğunlukla kendilerini perakendeci olarak görmektedirler. Herhangi bir işletme ticari faaliyetinin tamamını ya da bir kısmını avcılık ve toptan balık ticareti olarak nitelendirebilmektedir. Piyasada bulunan ürün miktarına ve bolluğuna bağlı olarak mevsimsel farklılıklar da oluşabilmektedir. Avcılığın yeni başladığı ve ürünün bol olduğu ilk sezonda, işletmeler yaklaşık % 60 oranında perakendecilik yaparken belli oranda avcılık ve toptancılıktan da gelir sağladıkları görülmektedir. Ürün miktarında azalmanın olması ile birlikte ikinci sezon daha çok sezon dışına benzer bir durum ortaya koymaktadır.

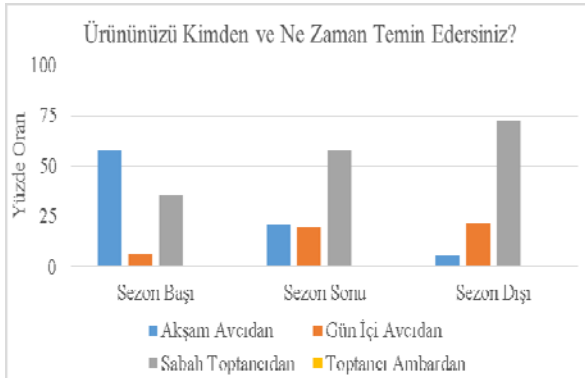
Tüm perakende işletmelerinde olduğu gibi ürün temini ve sürekliliği taze su ürünleri ticareti yapan işletmeler açısından da son derece önemlidir (Doğan, 2002). Bu nedenle araştırmamızda ürün

nasıl temin edildiği ile ilgili iki farklı anket sorusu yöneltilmiştir. Şekil 2 ve Şekil 3'de görüldüğü üzere sezon başında direk balıkçıdan temin edilirken zamanla toptancı ticareti öne çıkmaktadır. Bölgedeki işletmelerin ürün temini sabah perakende halinde kurulan toptancı pazarı merkezli şekillenmektedir. Bu satıcılar yerel balıkçılar, komşu şehirler, ithal balık gibi ürünleri sabah erken saatlerde İskenderun semt pazarında balıkçıların olduğu bölgede satışa sunmaktadırlar. Bu ticaretin büyük bir kısmının kayıt dışı yürütüldüğünü söylemek yanlış olmayacaktır. Özellikle bu şekilde toptan balık satan kişilerin herhangi bir ticari kaydı bile olmadığı düşünülmektedir.



Şekil 2. Perakende ürün temin yolu

Figure 2. Supply route of retail product

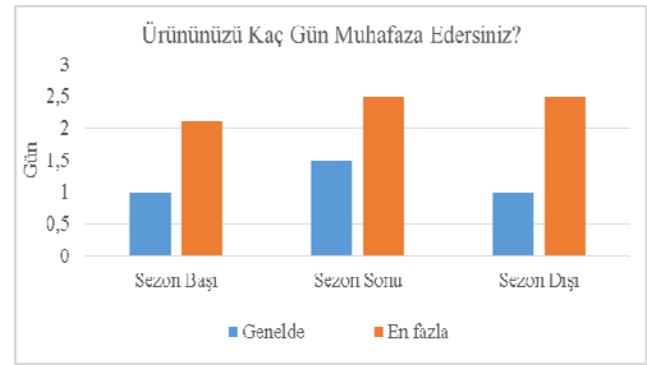


Şekil 3. Perakende ürün temin zamanı

Figure 3. Supply time of retail product

Taze ürünlerin ticaretinde ürün muhafaza şekli ve süresi oldukça önemlidir. Çünkü gıda olarak değerlendirilen bu ürünler zamanla ekonomik değerini kaybetmenin yansısı sağlık açısından da sorun yaratabilmektedir. Özellikle taze balıkların bayatlaması insan sağlığını olumsuz etkilemekle

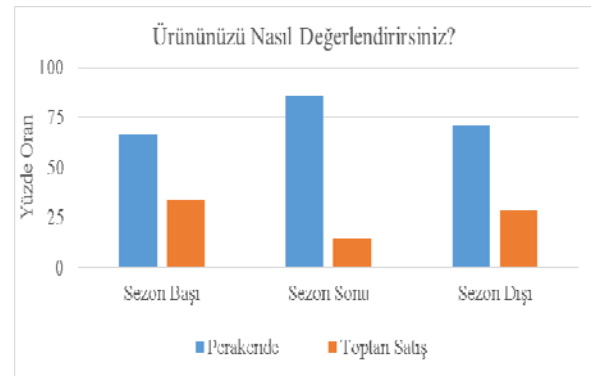
birlikte pazarda güvensizliğe ve nispeten tüketiciye bir korkuya neden olabilmektedir (Özçandır ve Yetim, 2010). Bu durumu göz önüne alarak genelde ve en fazla şeklinde soru yöneltilmiştir. Alınan sonuçlara göre aynı şekilde ortalama muhafaza süresi ürünün nispeten bol olduğu sezon başında kısa olmaktadır. Ürün azalmaya başladığında süre uzamakta fakat diğer sonuçlardan farklı olarak hava sıcaklığının artması sebebiyle süre yaz aylarına denk gelen sezonda kısalmaktadır (Şekil 4).



Şekil 4. Ürün muhafaza süresi

Figure 4. Storage time of product

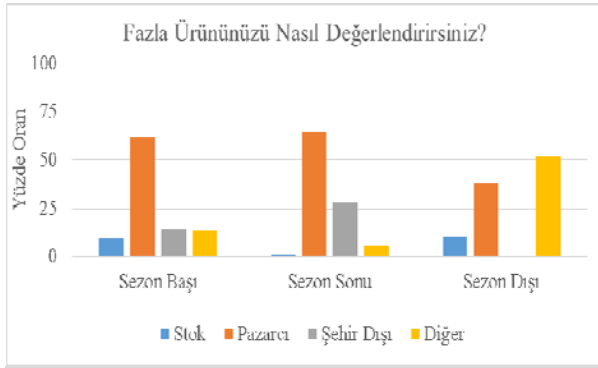
Perakende taze su ürünleri ticareti yapan işletmelerin aynı zamanda toptan satışlar yaptığı da görülmektedir. Bu nedenle işletmenin satış tercihinin anlamak nedeniyle farklı sezonlarda değerlendirme yapılmıştır. Buna göre işletmelerin çoğunluğu aynı zamanda bir toptancı görüntüsü vermektedir. İşletmeler sezon başında toptan satışı bir alternatif olarak görmektedirler. İkinci sezon denilen dönemde perakende tercihi çok artmaktadır. Kapalı sezon ise satış hacmi çok daha düşük olduğu için değerlendirilmesi yanıltıcı olabilecektir.



Şekil 5. Ürünün satış biçimi

Figure 5. Sales types of product

Perakende su ürünleri ticareti yapan bölgedeki işletmeler bazı zamanlarda kendi satış kapasitesinin üstünde ürün geldiğinde, bu ürünü değerlendirmek için farklı yöntemler sergileyebilmektedir. Fazla ürünün ekonomik kalitesi ve raf ömrü dikkate alınarak bu ürün stoklanabilmektedir. Bazı durumlarda ise daha düşük değerli olarak pazarlanabilmektedir. Bu aşamada haftalık semt pazarlarına ya da başka şehirlere gönderilebilmektedir. Bu ürünün önemli bir kısmının pazarcılara satıldığı dikkat çekmektedir.

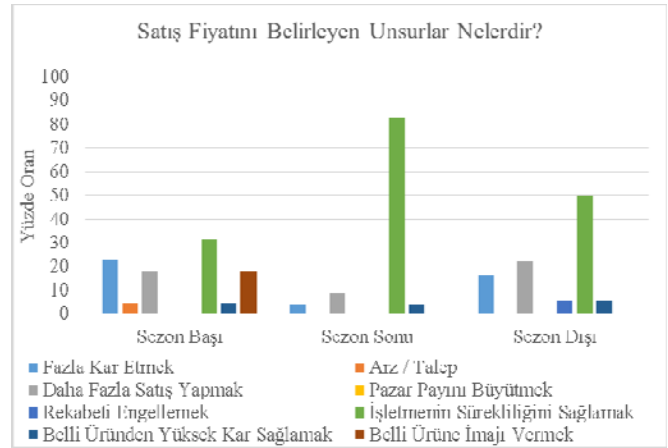


Şekil 6. Satış fazlası perakende ürünlerin değerlendirilmesi

Figure 6. Evaluation of selling retail products

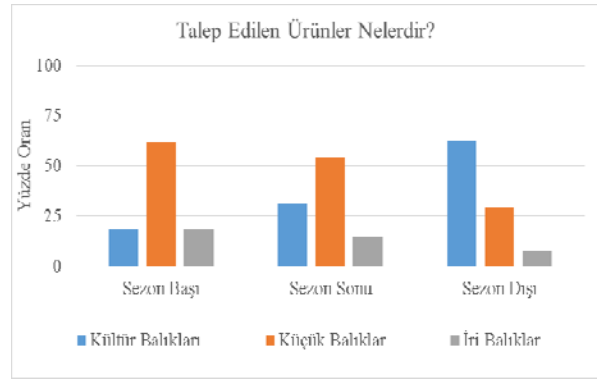
Bir işletmede fiyatın belirlenmesi ekonomik göstergeler için oldukça önemlidir. Kar payının yüksek olduğu durumlar daha dinamik piyasanın göstergesi olmaktadır (Güngör, 2012). Aksi durumda işletmenin sürekliliğinin sağlanması ile daha istikrarlı ve sürdürülebilir piyasadan söz edilebilir (Çeliker vd, 2006). Bu bağlamda İskenderun bölgesinde perakende su ürünleri yapan işletmeler genel anlamda istikrarlı işletmeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Fakat ilk sezonda ürün bolluğuna bağlı olarak daha dinamik bir piyasa söz konusudur. Ayrıca fiyat belirleme sürecinde arz talep dengesi önemli rol oynamaktadır.

Üç sezonda da satış fiyatını belirleyen unsurlar arasında en dikkat çeken işletmelerin sürekliliği sağlamak konusundaki hassasiyetleridir. Perakendeciler bununla birlikte ilk sezonda sezonun yeni açılmasından ve perakende ürün talebi nedeniyle daha fazla satış yaparak kar etmek ve belli ürünlerde işletmenin adını duyurma çabasında oldukları görülmüştür. İkinci sezon ve kapalı sezona baktığımızda ise azalan üründen dolayı balıkçıların daha fazla kar etme gibi bir düşünceleri görülmemekle beraber işletmenin sürekliliği önem arz etmektedir.



Şekil 7. Perakende satış fiyatını belirleyen unsurlar

Figure 7. Factors which determine the retail price

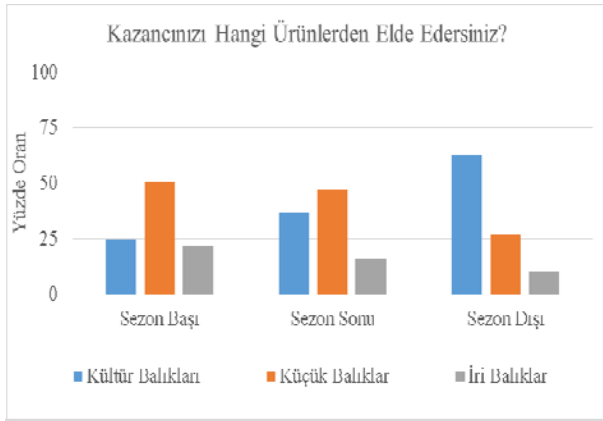


Şekil 8. İskenderun bölgesi su ürünleri talep çeşidi

Figure 8. Types of aquaculture demands from Iskenderun region

Talep oluşumunda esas faktörün satışa arz edilen ürünler olduğu Şekil 8'de açıkça görülmektedir. İskenderun bölgesindeki tüketicilerin su ürünleri kültür balıklarına en fazla trol ve gırgır avcılığının yasak olduğu kapalı sezonda tercih ettikleri açıkça görülmektedir. İlk sezonda kültür balıkları %20 civarında tercih edilirken avcılıktan gelen ürünün azalması sebebiyle kapalı sezonda kültür balıklarının tercih oranı %60' lara ulaşmaktadır.

İşletmelerin kazanç dağılımı piyasadaki ürüne bağlı olarak Şekil 9'daki gibi dağılım göstermektedir. Perakendecilerin balıklardan kazanç miktarları tüketicilerin taleplerinde olduğu gibi piyasada bulunan ürünlerle doğru orantılıdır. Buna istinaden kültür balıkları kapalı sezonda daha çok rağbet gördüğü için balıkçının kazancının büyük miktarını oluşturmaktadır.



Şekil 9. Perakende işletmelerinin ürün türüne göre gelir dağılımı

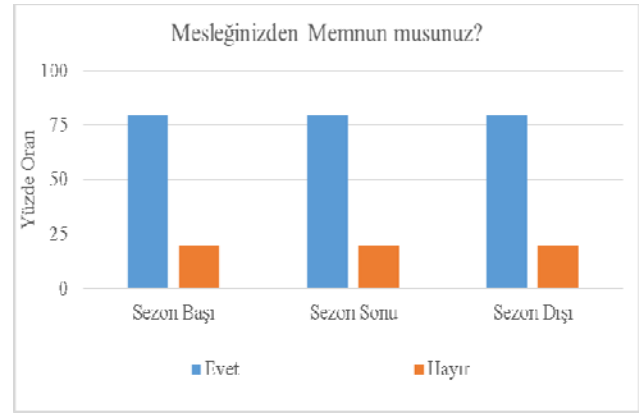
Figure 9. Distribution of income by product types of retail companies



Şekil 10. Perakende esnafının kişisel ürün tercihi

Figure 10. Personal preferences of retail traders

Perakendecilere sorduğumuz sorulardan bir tanesi olan tüketici olsaydınız balığı nereden tedarik etmek isterdiniz sorusuna aldığımız cevap ve oranları beklendiği üzere %75 in üstünde perakendeciden olmuştur. Burada yüksek oran esnafın yaptıkları mesleğe saygılı olduklarını ve güvendiklerinin göstergesi olarak da değerlendirilebilir.



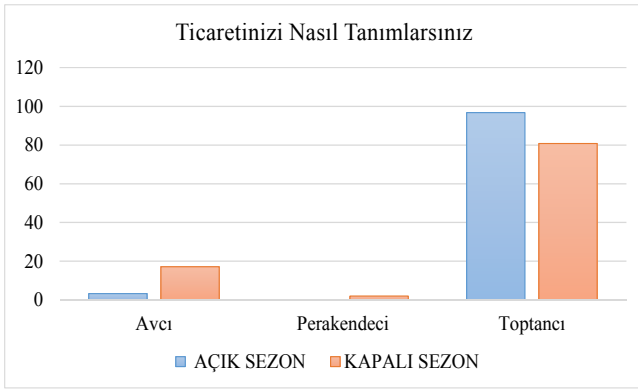
Şekil 11. Mesleki memnuniyet sonucu

Figure 11. Career satisfaction

Balıkçılık sektöründe genel bir memnuniyetsizlik bulunmasına rağmen perakende balık ticareti yapan işletmelerin Şekil 11'de görüldüğü gibi memnun oldukları anlaşılmaktadır. Anket verilerine göre İskenderun Bölgesi'ndeki balık tacirlerinin çoğunluğunun yaptıkları işten memnun oldukları görülmektedir. Buna etki eden faktörlerin arasında uzun zamandan beri bu işi icra ediyor olmaları ve kazançlarının azalmasına rağmen yapabildikleri tek işin balıkçılık olması önem arz etmekte ve balıkçıyı mecburi memnuniyete sürüklemektedir.

Toptancı Esnafı Anket Sonuçları ve Değerlendirilmesi

İskenderun bölgesinde toptan balık ticareti ile ilgilenen firmaların incelendiği bu kısımda ise 2 dönem halinde 10 soru değerlendirmeye alınmıştır. İşletmelerin faaliyet alanlarının farklı olması düşüncesiyle, firmalara ilk olarak kendi ticaret alanını tanımlaması hakkında soru yöneltilmiştir. Bu soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde ticari faaliyetlerin toptan su ürünleri tacirliği olduğu Şekil 12'de görülmektedir. Bu işletmelerin iş kapasitelerinin büyüklüğüne bağlı olarak daha küçük çaptaki su ürünleri tacirlerinden ayrı değerlendirilmesi gerektiği anlaşılmıştır.

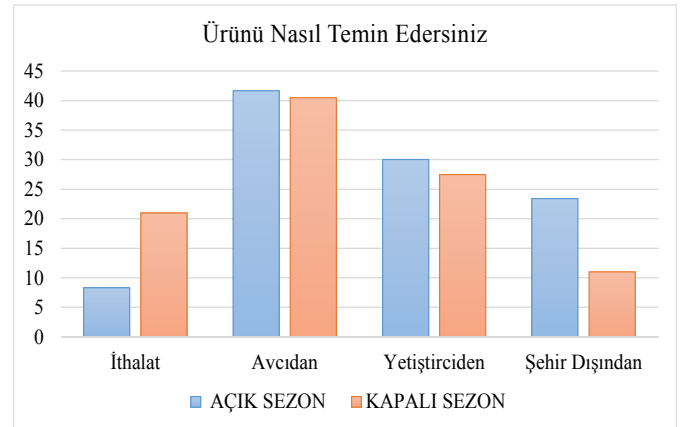


Şekil 12. İskenderun Bölgesi Su Ürünleri Toptancıları Ticaret Tanımlamaları

Figure 12. Trade descriptions of Iskenderun regional fisheries distributor

Su ürünleri ticareti yapan işletmelerin en temel sorunu yapılan işin dengesi gereği ürün temin zorluğu ve temindeki düzensizlik olarak karşımıza çıkmaktadır (Seyis, 2003). İskenderun bölgesinde avcılık faaliyetleri ve yetiştiricilik olmasına rağmen ürün temininde farklı yollar bulunmaktadır. Su ürünleri toptan tacirlerinin ürün temininde avcılar ve yetiştiriciliğin yanında ithalat ve başka şehirlerden ürün temin oldukça önemli oranda olduğu dikkat çekmektedir. Yetiştiricilikten gelen üründe mevsimsel bir farklılığın olmaması yetiştiricilik sektörünün doğal avantajı olarak değerlendirilebilir. İthalat; av sezonu kapalıyken ürün çeşitliliği için alternatif olarak değerlendirilmektedir. Bu ürünler genelde iri balık olarak nitelendirdiğimiz kaya balıkları ve benzer kalitedeki ürünler oluşturmaktadır. Şehir dışında ürün temininde ise daha yoğun avcılık yapılan bölgelerden ürünler söz konusudur. Burada hamsi önemli rol oynamaktadır (Şekil 13).

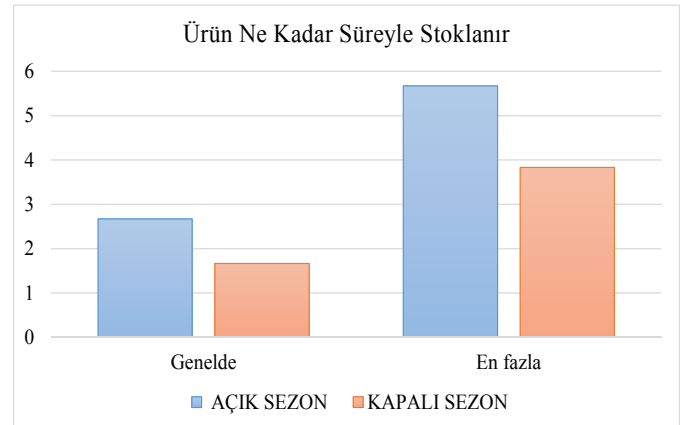
Bir diğer anket sorusunda ise toptancılarda dondurulmayan taze tüketilen ürünlerin ne kadar stoklandığını anlamaya yöneliktir. Şekil 14'de bu sürenin ürünün bol ve hava sıcaklığının düşük olduğu dönemde uzadığı dikkat çekmektedir. Sürenin uzanmasında hava sıcaklığının olumlu etkisi ile ürün bolluğunun olumsuz etkisi söz konusudur. Bu bağlamda perakende ürün kalma süresi dikkate alındığında bazı durumlarda son tüketici bir haftalık ürünle karşılaşabilir. Bu durum olumsuz olarak değerlendirilebilir. Fakat aynı zamanda işletmelerin ürün muhafaza olanaklarının iyi olduğunun göstergesidir. Aksi takdirde bir haftalık ürün tezgahta hiçbir şekilde alıcı bulamazdı.



Şekil 13. Toptan Ürün Temin Şekli

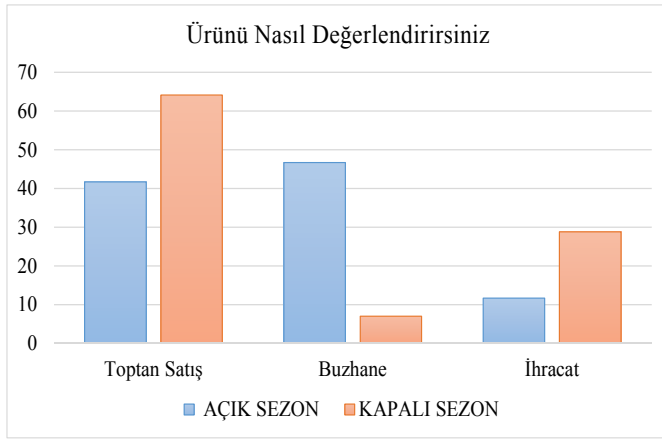
Figure 13. Supply types of wholesale products

Bölgedeki işletmelerin ürün değerlendirmesi dikkate alındığında üç ayrı yöntem dikkate çekmektedir. Bunlar; toptan satış, buzhane ve ihracat olarak karşımıza çıkmaktadır. Perakende esnafına satışın kapalı sezonda artması perakende esnafının ürün bulma zorluğuna bağlı olarak şekillenmektedir. Bu dönemde elinde ürünü olan toptancı pazarda daha güçlü hale gelmektedir. Fakat bu durum toptancının yararına gibi görünmesine rağmen ticaret hacminin düştüğü göz ardı edilmemelidir. Şekil 15'de ürünün bol olduğu dönemde buzhane tercihinin artması tabii durum olarak değerlendirilmelidir. Aynı şekilde kapalı sezonda ise ürün azalması ile hem ihracata hem de toptan satışta ürün artışı olağan bir durumdur.



Şekil 14. Toptancıda Ürün Kalış Süresi

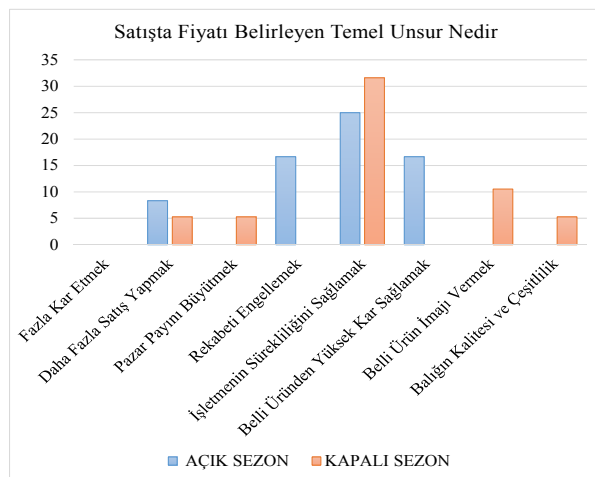
Figure 14. Storage time of product in the distributor



Şekil 15. Toptancı Ürün Değerlendirmesi

Figure 15. Evaluation of distributor for product

Bölgedeki işletmelerin ürün değerlendirmesi dikkate alındığında üç ayrı yöntem dikkate çekmektedir. Bunlar; toptan satış, buzhane ve ihracat olarak karşımıza çıkmaktadır. Perakende esnafına satışın kapalı sezonda artması perakende esnafının ürün bulma zorluğuna bağlı olarak şekillenmektedir. Bu dönemde elinde ürünü olan toptancı pazarda daha güçlü hale gelmektedir. Fakat bu durum toptancının yararına gibi görünmesine rağmen ticaret hacminin düştüğü göz ardı edilmemelidir. Şekil 15’de ürünün bol olduğu dönemde buzhane tercihinin artması tabii durum olarak değerlendirilmelidir. Aynı şekilde kapalı sezonda ise ürün azalması ile hem ihracata hem de toptan satışta ürün artışı olağan bir durumdur.

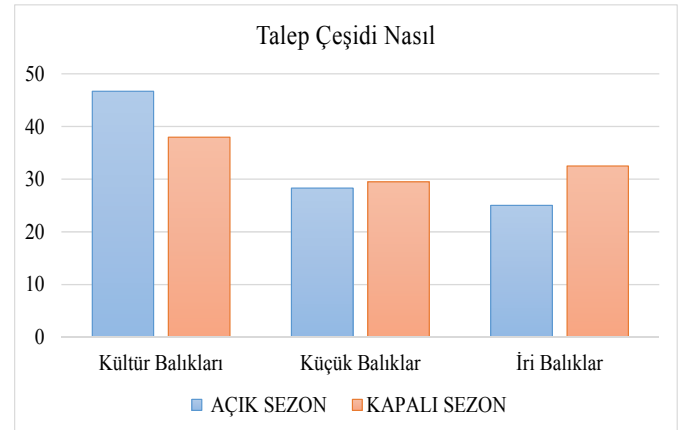


Şekil 16. İskenderun Bölgesi Su Ürünleri Fiyat Belirlenmesi

Figure 16. Price determine of Iskenderun regional aquaculture

Şekil 16’da gösterilen fiyat belirleme unsurları büyük kapasitedeki bu işletmelerin daha profesyonel çalıştıklarının göstergesidir. Burada fiyat belirlemede farklı unsurlar dikkati çekmektedir. Bu işletmeler kendi ticari çıkarları doğrultusunda piyasaya ürün sürmek, rekabet oluşturmak gibi yolları benimseyebilmektedirler. Fakat İşletmenin sürekliliğini sağlama düşüncelerinin yüksek çıkması bu anlamda bir kaygılarının bulunduğunu akla getirebilmektedir.

Diğer anket sorularından farklı olarak toptancı tacirlerine gelen talepte sezonsal değişikliğin bu denli düşük olması, kendi arzları ile alakalıdır. Bu işletmelerin ticaret alanları bu doğrultuda olduğundan talep değişme göstermemektedir. Kültür balıklarının piyasaya sürülmesinde toptancıların önemi büyüktür. Çünkü bu ürünün yetiştiriciden toplu olarak alınan ürün daha küçük miktarlardaki toptan satışla perakende işletmelerine yapılmaktadır. Yine Küçük ve İri balıklar olarak sınıflandırdığımız ürünleri kendi ticari hacimleri doğrultusunda toptan satışla piyasa sürmektedirler.

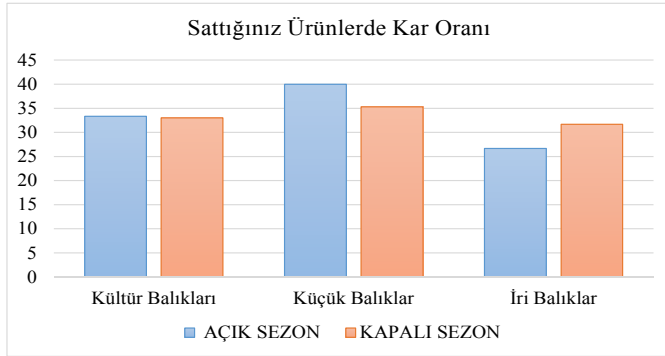


Şekil 17. Toptancı Tüccarına Gelen Talep Çeşidi

Figure 17. Income demands types of distributor

Toptan su ürünleri ticareti yapan işletmelerin gelir oranları incelendiğinde bu talepten farklı olarak kültür balıklarının düşüş gösterdiğini görmekteyiz. Burada daha stabil ürün temininden kaynaklanan toptancı karının düşük olması söz konusudur. Pazar dengesinde sürekliliği olan bu ürün belli bir kar oranı ile değerlendirilmektedir. Fakat avcılıktan gelen ürünlerin temin zorluğu ve düzensizliği toptancı işletmelerinin karını artırabilmektedir. Piyasa sürekliliği açısından istenmeyen bu durum toptancı lehine olumlu sonuçlar doğurmaktadır. Toptan su ürünleri tacirleri için bu olumlu sonucun balıkçı ve tüketici

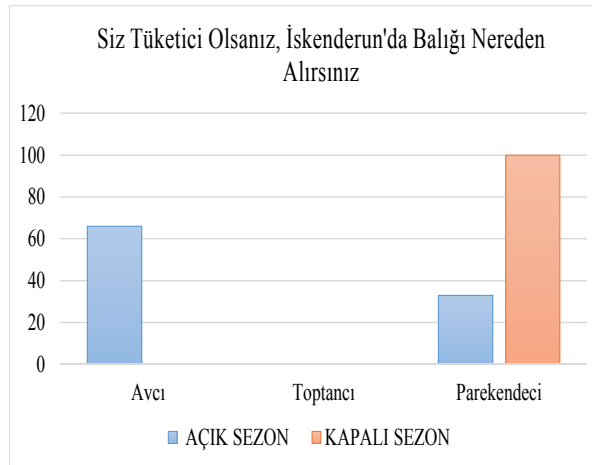
için olumsuz olacağı anlamına gelmektedir (Şekil 18).



Şekil 18. Ürünlere Göre Satıştaki Kar Oranları

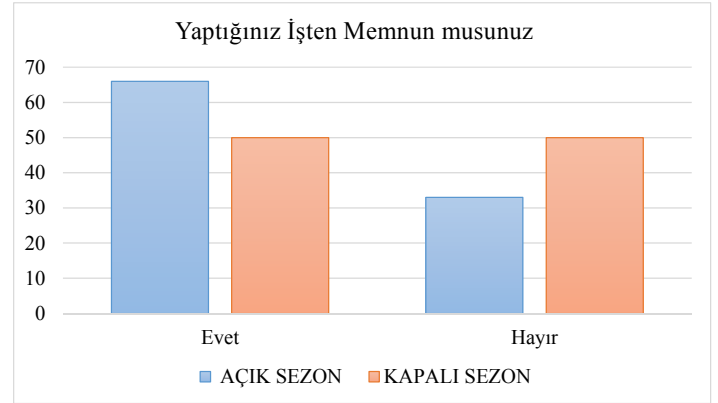
Figure 18. Profit rates of sales

Toptancı tacirlerinin ürün tüketim tercihlerini, yakınlıkları itibari ile açık sezonda çoğunlukla avcıdan yana kullanmakta oldukları, az da olsa perakende esnafı tercih ettikleri ancak hiçbir zaman diğer toptancı esnafı tercih etmedikleri görülmektedir. Kapalı sezonda ise avcıdan temin etme şansları kalmadığından, tamamen perakende esnafa yönlendikleri görülmektedir. (Şekil 19).



Şekil 19. İskenderun Bölgesi Su Ürünleri Toptancılarının Kişisel Ürün Tercihi

Figure 19. Personal preferences of fisheries distributor from Iskenderun region



Şekil 20. İskenderun Bölgesi Su Ürünleri Toptancılarının Mesleki Memnuniyeti

Figure 20. Career satisfaction of fisheries distributor from Iskenderun region

İşletme sahiplerinin mesleki memnuniyetleri değerlendirildiğinde yarısının kapalı sezonda memnun olmadığı dikkat çekici bir durumdur. Burada yüksek kazanç beklentisinin etkili olduğu düşünülmektedir. Bu işletmeler büyük miktarda yatırım yapmaları söz konusudur. Avcılık yoluyla ürün temin etmek ve bunun sürekliliğini sağlamak önemli oranda nakit sermaye gerektirmektedir. Avcılık faaliyeti yapan balıkçılar tekne ve personel masrafları için nakit kaynağa ihtiyaç duymakta ve bunu toptancıya önceden ürün satışı ile sağlamaktadırlar. Piyasadaki bu durum toptancıların birçok avcıya bir kredi sağlaması olarak karşımıza çıkmaktadır. Avlanan ürünle borcun ödenmesinde ise tarafların ciddi bir memnuniyetsizliği söz konusudur. Şöyle ki avcılıkla ürün sağlayan taraf ürünün piyasa fiyatının altında alındığı ifade etmektedir. Toptancı tüccarı ise ödemenin çok önceden yapıldığını ve bunun zamana bağlı bir maliyetinin olduğunu düşünmekte ve bunu fiyata yansıtma istemektedir. Bölgedeki birçok su ürünleri avcısı toptancılara olan borcunun hiç bitmeyeceğini düşünmekte ve bunun sıkıntısı ile yaşamaktadır. Toptancı tüccarları açısından ise verdikleri bu ödemelerin geri gelmemesi endişesi vardır.

Ekonomik Performansın Değerlendirilmesi

Bölgedeki su ürünleri ticareti yapan işletmelerin ekonomik performanslarını anlamak amacıyla iki farklı yol benimsenmiştir. Toptan balık ticareti yapan bazı firmaların 2012 yılına ait finansal durumları muhasebe servislerinden temin edilmiştir (Tablo 1). Aynı yöntemle doğru sonuçlara ulaşılmadığından perakende ticareti yapan işlet-

melerde yapılamamıştır. Bunun yerine ortalama piyasa fiyatları üzerinden tahmine gidilmiştir.

Tablo 1'deki örnek işletmelerin ticaret hacimlerine bakıldığında yaklaşık 3.000.000 TL toplam sermayeye sahip, yıllık karları ise 130.000-245.000 TL olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu işletmelerin yaklaşık 20 şer kişiye istihdam sağladıkları söylenebilir. Bölgede geçtiğimiz 10 yıl içinde bu tip işletme sayısı 10 civarında iken, sektörden çekilen işletmelerden dolayı bu sayı yarıya düşmüştür. Bölgedeki benzer düzeyde işletme sayısının 5 olduğu bilinmektedir.

Bölgede perakende yapan işletmelerin ticaret performanslarını anlayabilmek amacıyla piyasa değerlendirilmesi muhasebe kayıtlarından elde edilememiştir. Bu bağlamda bütüncül bir yaklaşımla değerlendirme yapılabilir. Satılan ürünler 3 ana kısma ayrıldığında Kültür Balıkları, Küçük balıklar ve İri Balıklar olarak bu ürünlerin yıl içindeki satış yüzdeleri ve perakende ve toptan satış fiyatları Tablo 2'de sunulmaktadır. Bu veriler değerlendirilirken işletmelerin ortalama satış miktarları ile değerlendirilmelidir. Satış miktarlarına ancak anket sonucu ile ulaşılmış ve ortalama değer elde edilmiştir.

Haftanın tüm günlerinde faaliyet gösteren perakende işletmeleri pazar günleri ve yaz aylarında diğer zamanlara nazaran daha düşük ticari faaliyette bulunmaktadırlar. Bu işletmelerin ticari hacimleri bu kapsamda Tablo 2'ye göre değerlendirilebilir. Buna göre küçümsenmeyecek bir perakende satışında söz edilebilir. Özellikle küçük balıklar üzerindeki kar oranı ile ticari faaliyet oldukça dikkat çekmektedir. Elbette ki burada en önemli konun ürün temininin olduğu daha önce sunulan anket sorularına paralel burada da karşımıza çıkmaktadır. Buradaki kar payının önemli bir kısmı çoğu zaman toptancı olarak nitelenen kişilere gitmektedir. Avcılığın doğası olarak bu ürün tipi trol avcılığı sonucu elde edilmektedir. Trol avcılığı yapan balıkçılarla anlaşmalı olan tüccarlar bu konuda avantajlı durumdadır. Bu konuda değinilmesi gereken önemli bir nokta bölge tüketicisinin tercihi Barbun (*Mullus barbatus*) ve Gümüş (*Saurida undosquamis*) balıklarını içine alan bu gruba yöneliktir.

Sonuç

Balıkçılık, sektörel değerlendirilmesinde konunun tüm yönleri analiz edilmeli, bu kaynağın sürdürülebilir yönetim modelleri geliştirilmelidir.

Ülkemiz balıkçılık politikalarında nispeten göz ardı edilen su ürünleri ticareti ve tüketiciye sunulması oldukça önemli bir noktadır (Yücel, 2007).

Bu çalışmada avlanan ve satılan miktarlar üzerinde bir araştırma yapılmamıştır. "Ekonomik sürdürülebilirlik açısından neler yapılabilir?" sorusuna cevap aranmaktadır. İskenderun Bölgesinde ticari su ürünlerinin neler olduğu, oranları ve ticaretin nasıl şekillendiği konusunda bilgiler sunulmuştur. Balıkçılık sorunlarla birlikte anılan bir sektör olup her geçen gün daha kötüye gittiği ifade edilebilmektedir. "Fiyatı belirleyen unsurlar nelerdir?" sorusunu yönelttiğimizde aldığımız sonuçlar: Esnafın çoğunluğu, işletmenin sürekliliğini sağlayacak şekilde fiyatı belirlemektedir. Fazla kar elde etmek için fiyatı belirleyen esnafın oranı daha azdır. Burada, ürünlerin satılabilecek fiyatı belli olduğundan, kar oranını arttırabilmek için, ürünlerini avcıdan temin etmeye çalıştıkları söylenebilir. Dikkat edilirse, rekabet etmek ve pazarı ele geçirmek düşünceleri yoktur. Çünkü arz edilen ürün miktarı bellidir, arttırma imkanı yoktur.

Sonuç olarak; görüştüğümüz esnafın tamamı, yaptıkları işten memnun görünseler de, ek yatırım yapma isteği yoktur. Piyasa dengeye oturmuş durumdadır. Ancak bu denge, talepten çok arza bağlı olarak gerçekleşmiştir. Sadece perakende ile uğraşan esnafın riski daha azdır. Çok fazla sermaye bağlamadan bu işi yürütmektedir, fakat bazen satacak ürün bulamama ve müşteriye kaybetme riski vardır.

Burada toptancıların riski oldukça fazladır. Çünkü ürünün arzı kısıtlı olduğu için, toptancılar ürün temin edebilmek amacıyla, avcıları finanse etmek zorundadırlar. Bir trol teknesine sezon başı hazırlığı için finansal destek (borç) vermesi gerekmektedir. Ayrıca, avcının çektiği kredilere kefil olması nedeniyle risk daha da artmaktadır. Yani yatırdığı veya dağıttığı paraları toplayabilse, bu işi bırakabilecektir. Avcılar da avladıkları ürünü, toptancılara olan bağımlılıklarından dolayı, ucuza satmak zorunda olduklarını düşünerek, toptancıdan gizli bir şekilde, para edecek ürünleri başka tüccara satmaya çalışmaktadırlar. Bu da toptancının elde etmeyi düşündüğü geliri azaltmaktadır. Perakende ticareti ile doğrudan ilgili olmasa da bölgedeki su ürünleri avcılığı hakkında bir değerlendirme yapılması gerekmektedir.

Ayrıca son yıllarda su ürünleri ticareti yapan bölgedeki işletmeler genel bir değişim göstermektedir. Büyük çapta toptan su ürünleri ticareti yapan işletme sayısı azalmakta ya da iş hacmini küçültmektedir. Bunun yanında gerek perakende esnafı ve iş hacmi nispeten daha küçük işletme sayısı artmaktadır. Burada bu araştırma sonucu ile elde edilen perakende su ürünleri ticaretinin olumlu tablosu etkili olduğu düşünülmektedir. Bölgede kısa vadede sektörel bir değişim olmadığı takdirde perakende su

ürünleri ticaretindeki karlılığın devam edeceği söylenebilir. Bu olumlu tablonun balıkçılık sektörünün dinamiklerine tam olarak yansımaması elbette sürdürülebilir bir uzak görüşlülük ortaya koymaz. Bu yüzden makul kar oranları ve fiyat istikrarı için bölge su ürünleri mezat (larının) oluşturulması gerekmektedir. Bu sayede şeffaf bir piyasa ile tüm tarafların makul kar oranları ile ticari faaliyetlerde bulunmaları sağlanabilecektir.

Tablo 1. İskenderun bölgesindeki su ürünleri toptan ticareti yapan işletmelerin 2012 yılı finansal durumları (TL)

Table 1. Financial situation in 2012 for wholesales of aquaculture companies from Iskenderun reigon (TL)

TİCARİ FAALİYETLER	İŞLETME NO			
	I	II	III	IV
Yurt İçi Satışlar	1.950.000	6.257.000	914.000	1.200.000
Yurt Dışı Satışlar	--	11.821.000	8.500.000	--
Toplam Satışlar	1.950.000	18.078.000	9.414.000	1.200.000
Satılan Malın Maliyeti	1.000.000	16.510.000	8.105.000	800.000
Satış Dağıtım Giderleri	350.000	500.000	515.000	40.000
Genel Yönetim Giderleri	350.000	378.000	216.000	150.000
Faiz Giderleri	100.000	336.000	168.000	30.000
Kambiyo Zararları	--	224.000	165.000	--
KAR	150.000	131.000	245.000	180.000
Sabit Sermaye	2.500.000	1.934.000	3.000.000	1.400.000
Likit Sermaye	500.000	1.000.000	500.000	300.000
Toplam Sermaye	3.000.000	2.934.000	3.500.000	1.700.000

Tablo 2. İskenderun bölgesi perakende balık ticaret ekonomik göstergesi

Table 1. Economic indicator of retail fish trade from Iskenderun region

	Kültür Balıkları	Küçük Balıklar	İri Balıklar
İşletmelerdeki Satış Oranı (%)	32	54	14
Perakende Satış Fiyatı (KG/TL)	12-17	15-22	25-65
Toptan Satış Fiyatı (KG/TL)	8-12	6-14	20-45
Günlük Satış Miktarı(KG)	<i>Açık Sezon</i>	7.1	98.4
	<i>Kapalı Sezon</i>	52.1	8,3
	<i>Ortalama</i>	29.6	53.35

Teşekkür

Anket çalışmaları için vakitlerini ayıran su ürünleri ticareti yapan işletmelerin sahip ve yöneticilerine teşekkür ederiz.

Literatür

Anonymous (1995): Code of Conduct for Responsible Fisheries, FAO, Rome, 41 p.

Anonymous (2003): Strategy for improving information status and trends of capture fisheries, FAO, Rome.

Çeliker, S.A., Korkmaz, Ş., Dönmez, A., Gül, D., Demir, U., Genç, A., Kalkanlar, Y., Özdemir, İ. (2006): Catching in the Black Sea Region Fisheries Management of the socio-economic Analysis. Agricultural Economics Research Institute. Ankara

Doğan, K. (2002): Su Ürünleri Pazarlamasında Toplam Kalite Yönetimi. İstanbul. *Tarım ve Köyişleri Bakanlığı İstanbul İl Müdürlüğü Yayın Organı*, 81: 12-16.

Doğan, K. (2003): Ülkemizin Akuakültür Potansiyeli ve Pazar Durumu. *Deniz ve Balıkçılık Aylık Sektörel İhtisas Dergisi*, 2: 1-11.

Elekon, H.A. (2007): Avrupa Birliği'nde Balıkçılık ve Ortak Balıkçılık Politikası Karşısında Türkiye' nin Durumu, Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Ermış, U.B. (2008): AB Ortak Balıkçılık Politikası Kapsamında Ortak Piyasa Düzeni ve Türkiye' nin Durumu. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı AB Uzmanlık Tezi. 142 sayfa.

Güngör, G. (2012): Marmara Denizi'nde Deniz Ürünleri Pazarlaması, İstanbul İli Sahil Şeridi Örneği. *JOTAF/Tekirdağ Ziraat Fakültesi Dergisi*, 9(3): 98-108

Özçandır, S., Yetim, H. (2010): Akıllı Ambalajlama Teknolojisi ve Gıdalarda İzlenebilirlik. *Electronic Journal of Food Technologies*, 5(1): 1-11.

Sabatella, E., Franquesa, R. (2004): Manual of fisheries sampling surveys: Methodologies for estimations of socio-economic indicators in the Mediterranean Sea, General Fisheries Commission for the Mediterranean, Studies and Reviews, No 73, FAO, Rome, 37p.

Seyis, T. (2003): Türkiye'de Su Ürünleri Pazarlama Sistemi ve Balık Hallerinin Fonksiyonel Durumu. Doktora Tezi. Ege Üniversitesi, 55 s., İzmir.

Şahinler S., Can, M.F., Görgülü, Ö., İğne, K.D. (2005): Samandağ ilçesinde (Hatay) Balıkçılığın Genel Durumu, Sorunları ve Çözüm Önerileri Üzerine Bir Araştırma. *Fırat Üniversitesi Fen ve Mühendislik Bilimleri Derneği*, 17(4): 605-611.

Taşdan, K., Çeliker, S.A., Arısoy, H., Ataseven, Y., Dönmez, D., Gül, G., Demir A. (2010): Akdeniz Bölgesi'nde Su Ürünleri Avcılığı Yapan İşletmelerin Sosyo- Ekonomik Analizi. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Araştırma Enstitüsü Proje Sonuç Raporu. 104 sayfa.

Ünal, V. (2002): Trol Balıkçılığında Yatırımın Karlılık Analizi, Foça (Ege Denizi). *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 19(3-4): 411-418.

Yücel, Ş. (2007): Orta Karadeniz Bölgesi Balıkçılığının Sosyo-Ekonomik Durumu. *Ege Üniversitesi Su Ürünleri Dergisi*, 23(1-3): 529-532.