

# Üreticilerin Toptancı Hallerine ve Hal Yasasına Bakış Açıları

Yasemin DEMİR

Toprak Gübre ve Su Kaynakları Merkez Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü, Ankara

Sorumlu yazar e-mail (Corresponding author e-mail): yasemindemir@tarim.gov.tr

Geliş tarihi (Received) : 15.08.2018

Kabul tarihi (Accepted): 26.01.2019

DOI : 10.21657/topraksu.544646

## Öz

Bu araştırmanın amacı üretimlerinde yaş meyve ve sebze üretimine yer veren işletmelerin ürün satış yerlerindeki tercihleri, toptancı hallerine bakış açıları ve 5957 sayılı (hal yasası) hakkındaki görüşlerinin belirlenmesidir. Bu amaçlar doğrultusunda Ankara iline bağlı Polatlı, Beypazarı, Ayaş ilçelerinde 122 üretici ile 2016 yılının Nisan-Mayıs aylarında yüz yüze görüşmeler yoluyla anketler yapılmış ve araştırmanın birincil verilerini oluşturmuştur.

Anket sonuçlarını yorumlamak için basit aritmetik ortalama, yüzde hesapları, grafik ve  $\chi^2$  analizi kullanılmıştır. Anket yapılan üreticilerin %95,1'inin 5957 sayılı yasadan haberdar olmadığı ve yasanın içeriği, yapılan değişiklikler ile ilgili bilgi verildikten sonra üreticilerin %67,1'inin yasadaki değişikliklere olumlu görüş bildirdiği belirlenmiştir. Ancak üreticilerin %41,8'i toptancı hallerine ürün verme konusunda katı olup, kararlarının değişmeyeceğini bildirmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Toptancı hal, tarımsal pazarlama, yaş meyve ve sebze

## The Opinions of Farmers About the Wholesale Market and Wholesale Market Law

### Abstract

The purpose of this research is to determine the preferences of the agricultural enterprise that place fresh fruit and vegetable production in the product sales places, the points of view to the wholesale markets and the opinions about law the number 5957. The surveys were completed with 122 farmers in Ankara province in April-May of 2016.

Simple arithmetic mean, percentage calculations, graph and  $\chi^2$  analysis were used to interpret the survey results. It was determined that 95,1% of the farmers were not informed about the number 5957 law, and 67,1% of the producers reported positive opinions on the changes in law 5957 after informing the contents of the law and the changes made. However, 41,8% of farmers reported that they are strict about saling products to wholesale markets and that their decisions will not change.

**Key words:** Wholesale markets, agricultural marketing, fresh fruit and vegetable

## GİRİŞ

Türkiye iklim ve toprak özellikleri itibariyle meyve ve sebze çeşitliliğinin en fazla olduğu sayılı ülkelerdendir. İşlenen 23,9 milyon hektar tarım alanının %13,7'sinde meyvecilik, zeytincilik ve bağcılık, %3,4'ünde sadece sebzecilik yapılmaktadır (Anonim, 2016). Türkiye'nin dünya yaş meyve ve sebze üretiminde önemli bir yeri bulunmakta olup, Türkiye yaş meyve ve sebze üretiminde 45,8 milyon ton üretimi ile Avrupa'da birinci, dünyada ise dördüncü sırada yer almaktadır (Anonim, 2013).

Yaş meyve ve sebze ekonomik öneminin yanı sıra insan beslenmesi açısından vazgeçilmez gereksinimlerdendir. Yaş meyve ve sebzenin üreticiden tüketiciye ulaşma sürecinde pazarlama kanalları büyük önem taşımaktadır. Pazarlama zincirinin uzaması ürün fiyatlarının yükselmesine ve haksız rekabete yol açtığı gibi çabuk bozulan bu ürünlerin zayıfına neden olmaktadır. Bu nedenle ekonomik kayıplar artmakta, üretici ve tüketici için olumsuz sonuçlar ortaya çıkmaktadır.

Toptancı halleri haksız rekabeti ortadan kaldırması, ürün fiyatlarını dengelemesi ve kayıt dışılığı engelleyerek ekonomik kaybı azaltması açısından zincirin en önemli halkası olarak sayılabilir. Toptancı hallerindeki komisyoncular gerek üretici, gerek tüketici taleplerini kavrayarak perakende sektörüne ürün sağlamak ve ürün kayıplarının azalmasında rol oynamaktadır. Bununla birlikte toptancı halleri aracılığıyla pazarlama masrafları da azalmaktadır. Ancak Türkiye'de yaş meyve ve sebzenin toptancı hallerde işlem görme oranı yaş meyvede ortalama %22, sebze ise %30 düzeyindedir (Albayrak, 2009). Ayrıca bazı kaynaklarda Türkiye'de yaş meyve ve sebze üretim ve pazarlama boyutunda ürün kaybının %20-25 civarında olduğu ifade edilmekte olup, kayıpların hasatta %4-12, pazara hazırlık aşamasında %5-15, hallere taşınırken %2-8, depolamada %3-10, tüketim aşamasında %1-5 düzeyinde olduğu belirtilmektedir (Kahraman, 2012).

Pazarlama kanallarının çok değişkenli olması ürün fiyatlarında değişikliklere neden olmaktadır. Sektörün kayıt dışılığa uygun olması da ülke ekonomisi açısından istenmeyen bir durumu oluşturmaktadır. Bu nedenle üreticilerin satış kararlarında etkili olan faktörlerin belirlenmesi, toptancı hallere bakış açılarının değerlendirilmesi önemlidir.

1960 yılından bu yana çeşitli Kanun Hükmünde Kararname ve yasa ile kontrol edilen yaş meyve ve sebze sektörü için son olarak 01.01.2012 tarihinde 5957 sayılı "Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun" yürürlüğe girmiştir. Bu kanun özellikle gıda güvenliği ve kayıt sistemi, standardizasyon gibi güncel konuları kapsamaktadır. 5957 sayılı yasa ile yaş meyve ve sebze pazarlamasında oldukça önemli değişiklikler yapılmıştır. Bu değişikliklerden künye uygulamasının tüm toptancı hallerine getirilmesi, tüketicilere satın aldıkları ürünün nerede, nasıl üretildiğini bilme imkanı sağlamayı hedeflemektedir.

Yasayla birlikte düzenlenen hal kayıt sistemi, halde ve hale biriktirilerek işlem gören ürünlerin cinsi, miktarı, alıcısı, satıcısı gibi bilgilerin merkezi olarak kayıt altına alınmasını hedeflemektedir. Dolayısıyla ortak bir bilgi ağının yanı sıra, tam anlamıyla kayıt dışılığın engellenmesi sağlanmış olacaktır. Yasada kayıt dışılığı artıran diğer bir önemli sebep olan kesintilerle ilgili düzenlemeler de yapılmıştır. Halde satılan mallardan %1, hal dışında satılan mallardan ise %2 oranında hal rüsumu alınması ve rüsumun artık üreticiden değil satın alandan alınmasına karar verilmiştir. Toptancı hallerinin yeterli etkinliğe kavuşması oldukça önemlidir. İlgili düzenlemelerle yaş meyve ve sebze sektörü için önemli adımlar atılmıştır (Resmi Gazete, 2012).

Sayılı ve Civelek (2012), Tokat il merkezindeki toptancı hallerinde görev yapan komisyoncular ve bu toptancı hallerine ürün tedariki sağlayan üreticilerle anket çalışmaları yapmışlardır. Araştırmada üreticilerin büyük bir çoğunluğunun yürürlükteki hal yasasından haberdar olmadıkları belirlenmiştir. Komisyoncuların ise hal ile ilgili yasayı büyük oranda bildikleri ve yasayı olumlu olarak tanımladıkları araştırma sonuçları arasındadır. Coşkun ve Tunaliolu (2015), Aydın ilinde mevcut 11 adet Toptancı Hal'de faaliyet gösteren toplam 118 komisyoncu ve hal yöneticisinin yeni 5957 sayılı yasa hakkındaki görüşlerini incelemişlerdir. Çalışmada toptancı hallerde görev yapan yöneticilerin çoğunluğunun, yeni hal yasasının alt yapı eksikliği, bürokrasi ve geçiş süreci nedeniyle etkin olarak uygulanmadığı fikrinde hemfikir oldukları belirlenmiştir. Aydın Can ve Engindeniz (2018), Kocaeli ilinde toptancı halinde görev

yapan komisyoncular ile yaptıkları bir çalışmada piyasada sebze ve meyve pazarlanmasında hale girişi yapılmadan tüccar ve direk üreticiden ürün tedariki sağlayan kişilerin olduğunu bu konuda daha sıkı denetimlerin yapılması gerektiğini ifade ettikleri araştırma sonuçları arasında yer almaktadır.

Toptancı haller yaş sebze ve meyve pazarlamasında önemli bir rol üstlenmesi nedeniyle üreticilerin mevcut kanunu ve haklarını bilmeleri önem arz etmektedir. Bununla birlikte toptancı haller hakkındaki görüşlerini bilmek verilecek kararlar için önemlidir. Bu sebeplerden yola çıkarak araştırmanın amaçları;

- 5957 sayılı yasanın üreticiler açısından değerlendirilmesi,
- Ankara Büyükşehir Belediyesi Toptancı Haline ürün veren ve vermeyen üreticilerin karar almalarındaki faktörlerin incelenmesi olarak belirlenmiştir.

## MATERYAL VE YÖNTEM

### Materyal

Araştırma örnek alanı olarak Ankara ili seçilmiş ve yaş meyve sebze il üretiminin yaklaşık %60'ını gerçekleştiren Polatlı, Beypazarı ve Ayaş ilçelerinde yürütülmüştür. Araştırmanın ana materyalini bu ilçelerde yaş meyve ve sebze üreticilerinden yüz yüze anket yöntemiyle elde edilen veriler oluşturmuştur.

### Yöntem

#### Örnekleme sırasında uygulanan yöntem

Araştırmada Ankara ilinde üreticilik yapan işletmelerin tamamı ile görüşmek, ekonomik ve teknik açıdan mümkün olamayacağı için örnekleme yapılması uygun görülmüştür ve örneklemede tabakalı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Popülasyonu oluşturan 2014 yılı Çiftçi Kayıt Sistemi verilerine göre işletmelerin kayıtlı işletme arazisi genişlikleri dikkate alınarak tabakalı örnekleme yöntemine göre % 90 güven sınırları ile örnek sayıları bulunmuştur (Yamane, 2001).

$$n = \frac{[N \sum N_h S_h^2]}{N^2 D^2 + \sum N_h S_h^2}$$

n = örnek işletme sayısı

$N_h$  = h'inci tabakadaki işletme sayısı

$S_h$  = h'inci tabakanın standart sapması

N = Toplam işletme sayısı

$D^2 = (d/t)^2$  değeri olup.

d = Popülasyon ortalamasından izin verilen hata miktarını (Ortalama arazi genişliğinin %10'u).

t = Araştırmada öngörülen %90 güven sınırına karşılık gelen t tablo değerini ifade etmektedir.

Araştırmada anketlerinin yapılacağı ilçeler yaş meyve ve sebze üretim miktarları ile ürün çeşitliliği dikkate alınarak gayeli olarak seçilmiştir. Bu doğrultuda üretici anketlerinin Polatlı, Beypazarı ve Ayaş ilçelerinde yapılmasına karar verilmiştir. Böylelikle yapılacak anket sayısı 122 olarak hesaplanmıştır (Çizelge 1). Anket verileri 2015-2016 üretim dönemine aittir.

**Çizelge 1.** Anket Yapılan Gruplar ve Anket Sayıları  
**Table 1.** Survey Groups and Survey Numbers

Da	Varyasyon Katsayısı	Anket Sayısı
<41	39,41	34
41-150	36,00	30
151-400	28,02	40
400+	38,43	18
		Toplam: 122

### Verilen analizi sırasında kullanılan yöntem

Araştırmada üreticilerin kişisel özellikleri, eğitim durumları, satış yeri tercihleri gibi özellikler basit aritmetik ortalama, yüzde hesapları, grafik, indeks gibi çeşitli tekniklerden yararlanılarak gösterilmiştir. Çeşitli değişkenler ve göstergeler arasındaki ilişkiler  $\chi^2$  (Düzgüneş ve ark. 1993, Sokal ve Rohlf 1995) analizi yapılarak açıklanmaya çalışılmıştır.

### BULGULAR VE TARTIŞMA

İncelenen işletmelerde üreticilerin ortalama yaşı 50,6, ortalama çiftçilik deneyimi 29,5 yıldır. Neredeyse tamamı sosyal güvenceye sahip olup, büyük çoğunluğu ilköğretim seviyesinde eğitim almışlardır (Çizelge 2).

**Çizelge 2.** Üreticilerin Sosyo-Demografik Özellikleri**Table 2.** Socio-Demographic Characteristics of Farmers

		Gruplar				Genel
		<41	41-150	151-400	>400	
Yaş Ortalaması		45,6	51,2	51,0	57,9	50,6
Çiftçilik Deneyimi (Yıl)		21,8	30,7	31,3	38,9	50,6
Sosyal Güvence	Evet	31	29	39	18	117
	Hayır	3	1	1	-	5
Eğitim	Yok	-	-	1	-	1
	İ.Ö.	25	26	36	17	104
	Lise	8	4	3	1	16
	Üni.	1	-	-	-	1

**Çizelge 3.** Üreticilerin Arazi Varlıkları (da)**Table 3.** Land Ownership of Farmers (da)

Tasarruf Şekli		Gruplar				Ortalama
		<41	41-150	151-400	>400	
Öz Mülk	n	23,8	87,9	193,3	474,3	161,6
	%	39,8	82,5	92,6	98,6	88,6
Kiraya Tutulan	n	31,0	12,0	11,7	6,7	16,4
	%	51,8	11,2	5,6	1,4	9,0
Ortak	n	5,0	6,7	3,8	-	4,3
	%	8,4	6,3	1,8	-	2,4
Genel	n	59,8	106,6	208,8	481,0	182,3
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

İşletmelerde kiraya tutulan arazi varlığı işletme büyüklüğüyle doğru orantılı olarak azalmaktadır. Birinci grup işletmelerde işletme başına düşen ortalama arazi varlığı 59,8 da olup, %51,8'ini kiraya tutulan arazi oluştururken bu oran ikinci grup işletmelerde %11,2, üçüncü grup işletmelerde %5,6 ve dördüncü grup işletmelerde %1,4 oranındadır (Çizelge 3).

İncelenen işletmelerde en fazla üretilen sebze-meyve ürünleri üretim miktarlarına göre Çizelge 4.'te verilmiştir. İşletmelerde soğan, karpuz ve

kavun en çok üretimi yapılan ilk üç üründür. Bu ürünler dışında işletmelerde marul, yeşil fasulye, hıyar, taze soğan, ıspanak gibi çok çeşitli ürünlere rastlanılmıştır. Ancak ticari anlamda meyve üretime sadece iki işletme yer vermekte olup, üretilen kiraz ve dut miktarı oldukça azdır.

Yaş meyve ve sebze sektöründe toptancı hallerinin etkinliğinin artırılması pazarlama kanallarının azalması, üreticilerin ürünlerini daha kolay satması gibi nedenler açısından oldukça önemlidir. Ancak incelenen işletmelerde

**Çizelge 4.** Üreticilerin Toplam Sebze Üretimleri (ton)**Table 4.** Total Vegetable Production by Farmers (tons)

Ürünler		Gruplar				Toplam
		<41	41-150	151-400	>400	
Soğan	Üretim	971,7	2856,4	2640,5	4261	10729,6
Karpuz	Üretim	881,6	2106,5	2567,9	2602,2	8158,2
Kavun	Üretim	186,5	1021,1	2682,3	3606,7	7496,9
Havuç	Üretim	1254,8	779,3	576	-	2610,1
Domates	Üretim	1029,6	450	92,6	105	1677,2
Kabak	Üretim	463,5	136,5	40	-	640
Balkabağı	Üretim	183,6	15	84,9	-	283,5

**Çizelge 5.** Üreticilerin Yaş Meyve ve Sebze Satış Yeri Tercihleri  
**Table 5.** Sales Place Preferences of Farmers for Fresh Fruits and Vegetables

Satış Yeri		Gruplar				Ortalama
		<41	41-150	151-400	>400	
Komisyoncu(Hal)	n	6	3	4	2	15
	%	17,6	10,0	10,0	11,1	12,3
Tüccar	n	22	23	35	13	93
	%	64,7	76,7	87,5	72,2	76,2
Diğer	n	6	4	1	3	14
	%	17,7	13,3	2,5	16,7	11,5
Genel	n	34	30	40	18	122
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

$\chi^2 = 6,860$     DF = 6    P = 0,334

üreticilerin ürün satışlarında yalnızca %12,3'ü öncelikli olarak toptancı halini tercih etmekte ve düzenli olarak ürün satmaktadır (Çizelge 5.). Üreticilerin %76.2'si ürünlerini tüccara satarken diğer satış yeri tercihleri oldukça azdır. Diğer satış yeri tercihleri doğrudan tüketici (%3,3), pazarcı (%4,1), işleme sanayi (%2,5) ve kendisi yerel pazarda (%1,6) seçeneklerinden oluşmaktadır. İşleme sanayine satış sadece büyük ölçekli üç işletmede, üreticinin kendisinin satışı ise sadece küçük ölçekli iki işletmede görülmüştür. Kahraman (2012), çalışmasında dört ürün üzerinde satış yerlerini incelemiş ve her bir üründe 30 üretici olmak üzere mandalina üreticilerinin %26.6'sı, patates üreticilerinin %6.7'si, karpuz üreticilerinin %13.3'ü, domates üreticilerinin %40'ı olmak üzere toplam %21.6'sının toptancı haline ürün sattığını

belirlemiştir. Araştırma sonuçlarımıza paralel olarak aynı çalışmada üreticilerin büyük çoğunluğunun tüccara ürün satışı yaptığı belirlenmiştir. Çizelgeden de görüldüğü gibi üreticilerin yaş sebze ve meyve satış yeri tercihleri işletme büyüklük gruplarına bağlı olarak değişmemektedir ( $\chi^2 = 6.86$ ,  $P = 0.334$ ).

Üreticilerin %76,2 gibi büyük bir çoğunluğu ürünlerini tüccar olarak ifade edilen araçlara satmaktadır. Üreticilerin tüccara ürün satışı kararlarına etkili olan faktörleri anlamak amacıyla üreticilere çeşitli maddeler verilerek katılım durumlarını belirtmeleri istenmiştir. Üreticilerin kararlarını etkileyebileceği düşünülen faktörler, ankete katılan üreticiler tarafından 1'den 5'e kadar derecelendirilmiş ve sonuçları Çizelge 6'da verilmiştir.

**Çizelge 6.** Üreticilerin Tüccara Ürün Satış Tercihini Etkileyen Faktörler  
**Table 6.** Factors Affecting of Farmers to Trader Selling Preferences

		Etki Derecesi					Ölçek Ort.
		1	2	3	4	5	
Daha Yüksek Fiyat	n	38	56	18	5	5	2,0
	%	31,1	45,9	14,8	4,1	4,1	
Başka Alıcının Olmaması	n	1	16	20	22	63	4,1
	%	0,8	13,1	16,4	18,0	51,6	
Ürünü Hale ya da Pazara Götürmenin Zor Olması	n	2	6	10	18	86	4,5
	%	1,6	4,9	8,2	14,8	70,5	
Günlük ve peşin ödeme yapılması	n	49	39	18	10	6	2,1
	%	40,2	32,0	14,8	8,2	4,9	
Satışın Kolay Olması	n	-	3	15	22	82	4,5
	%		2,5	12,3	18,0	67,2	
Tüccarın Güvenilir Olması	n	47	44	19	9	3	2,0
	%	38,5	36,1	15,6	7,4	2,5	

1: Kesinlikle etkisiz, 2: Etkisiz, 3: Orta derece etkili, 4: Etkili, 5: Kesinlikle Etkili

**Çizelge 7.** Üreticilerin Toptancı Hallerinden Şikayet Durumları  
**Table 7.** Complaints of Farmers' About Wholesales Market

Şikayet Durumu	Gruplar				Genel	
	<41	41-150	151-400	>400		
Şikayetim Yok-Hiç Satış Yapmadım	n	10	5	6	6	27
	%	29,4	16,7	15,0	33,3	22,1
Kesintilerin Yüksek Olması	n	10	16	15	7	48
	%	29,4	53,3	37,5	38,9	39,3
Alicıların Az Olması	n	7	8	19	4	38
	%	20,6	26,7	47,5	22,2	31,1
Diğer (İşlem Zorluğu, Yer Darlığı)	n	7	1	-	1	9
	%	20,6	3,3	-	5,6	7,4
Toplam	n	34	30	40	18	122
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

G Test= 22,679 P= 0,007

Çizelge 6 incelendiğinde, sırasıyla ürünü hale ya da pazara götürmenin zor olması, satışın kolay olması ve başka alıcının olmaması faktörlerinin oldukça etkili olduğu görülmektedir. Yapılan benzer araştırmalarda da satışın kolay olması en önemli etken olarak bulunmuştur (Kahraman, 2012). Üreticilerin toptancı haline ürün satışını etkileyen en önemli faktörün ise parayı alma garantisini olduğu belirlenmiştir. Ancak üreticiler daha yüksek fiyat, günlük ve peşin ödeme yapılması ile tüccarın güvenilir olması maddelerine katılmadıklarını belirtmişlerdir.

Üreticilerin toptancı haline ürün satışı yapmamasının nedenlerini anlamak, ürün satan üreticilerin toptancı halinden şikayet durumları belirlenerek Çizelge 7'de verilmiştir. Üreticilerin %39,3'ü kesintilerin fazla olmasından, %31,1'i ise alıcıların az olmasından şikayetçi olduğunu belirtmiştir. Üreticilerden 27 birey şikayet yok-hiç satış yapmadım tercihini seçerken, bu üreticilerden 19 bireyin toptancı haline daha önce hiç satış

yapmadığı belirlenmiştir. Üreticilerin toptancı halinden şikayet durumunun işletme büyüklük gruplarından bağımsız olmadığı belirlenmiştir (G= 22,679, P = 0,007).

Üreticilerin gelecek üretim dönemlerinde toptancı haline ürün verme düşünceleri incelendiğinde büyük çoğunluğunun ürün verme düşüncesinde olmadığı belirlenmiştir (Çizelge 8.). Birinci grup işletmelerde üreticilerin %35,3'ü vermeyi düşündüğü görülmektedir. Büyük arazi sahiplerinin ise görüşlerinde daha katı oldukları ve %94,4'ünün ürün vermeyi düşünmedikleri görülmüştür. Bunun nedeni olarak dördüncü grup işletmelerin üretim miktarının çokluğu, yaş ortalamasının yüksekliği ve yıllardır alıştıkları bir pazarlama sistemlerinin olması olarak düşünülebilir. Ki-kare testi sonucunda üreticilerin toptancı haline ürün verme düşüncelerinin işletme büyüklüğüne bağlı olarak değiştiği görülmüştür ( $\chi^2 = 11,236$  P = 0,011).

**Çizelge 8.** Üreticilerin Gelecekte Toptancı Haline Ürün Satma Düşünceleri  
**Table 8.** Farmers' Thought About Sales the Product to Wholesales Market in The Future

Ürün Verme Düşüncesi	Gruplar				Ortalama	
	<41	41-150	151-400	>400		
Evet	n	12	3	5	1	21
	%	35,3	10,0	12,5	5,6	17,2
Hayır	n	22	27	35	17	101
	%	64,7	90,0	87,5	94,4	82,8
Toplam	n	34	30	40	18	122
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

$\chi^2 = 11,236$  DF =3 P =0,011

**Çizelge 9.** Üreticilerin Hal Yasasından Haberdar Olma Durumları**Table 9.** Farmers' Whether Knowing or not About Law The Number 5957

Hal Yasasından Haberdar Olma		Gruplar				Genel
		<41	41-150	151-400	>400	
Evet	n	5	-	1	-	6
	%	14,7		2,5		4,9
Hayır	n	29	30	39	18	116
	%	85,3	100,0	97,5	100,0	95,1
Toplam	n	34	30	40	18	122
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

G= 10,100 DF =3 P =0,018

İncelenen işletmelerde üreticilerin neredeyse tamamının 5957 sayılı yasadaki haberdar olmadıkları belirlenmiştir (Çizelge 9). Küçük işletmelerde kısmen yasadaki haberdar olma durumu diğer grup işletmelere göre daha fazladır. Yasadan haberdar olan toplam 6 üreticinin yasa ile ilgili bildiklerinin künye uygulaması ve laboratuvar kurma zorunluğu olduğu gözlemlenmiştir. Gözener ve Sayılı (2011) çalışmalarında Tokat ilinde faaliyet gösteren komisyoncuların %43.48'inin hiç haberinin olmadığı, %50.00'sinin sadece duydukları ve %6.52'sinin ise yasa hakkında tam bir bilgiye sahip olduğunu tespit etmişlerdir.

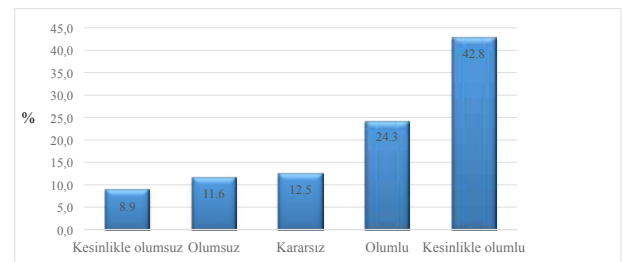
Büyük çoğunluğu yasadaki haberdar olmayan üreticilere yasadaki değişiklikler anlatılarak maddeleri 1'den 5'e kadar derecelendirmeleri istenmiştir. Cevapların her madde için ağırlıklı ortalama ile dereceleri hesaplanmış ve Çizelge 10'da verilmiştir. Üreticilerin büyük çoğunluğu yasayı olumlu olarak değerlendirmiş ancak sözlü olarak yasanın uygulamada geçerli olmayacağına inandıklarını belirtmişlerdir.

Üreticilerin ilk olarak 4,2 derecesinde olumlu bulduğu maddeler hal kayıt sisteminin kurulması ve hal içi ve dışı işlem maliyetlerinin azaltılması ve toptancı hallerindeki işyerleri ile semt pazarlarındaki satış yerlerinin en az %10'unun üretici ve üretici örgütlerine ayrılması olarak belirlenmiştir. Diğer maddeler incelendiğinde üreticilerin kendilerini doğrudan ilgilendirmeyen konularda kararsız ya da olumsuz görüş bildiren üreticilerin arttığı gözlemlenmiştir.

Yasada yapılan değişiklikler arasında toptancı haline bildirimde bulunmak kaydıyla toptancı hali dışında da toptan mal alınıp satılabilmesi maddesine üreticilerin çoğunluğu olumsuz görüş

bildirmiştir. Üreticilerin ürünlerin toptancı hali dışında satılması konusunda çekincelere sahip olduğu gözlemlenmiştir. Bunun nedeni olarak yapılan sözlü sorgulamada bu maddenin üreticiyi olumsuz etkileyeceği, tüccar ve komisyoncuların üreticiden habersiz fiyat belirleyeceğini düşünmeleri ön plana çıkmıştır.

Üreticiler tarafından Çizelge 10'da verilen maddelerin tamamı için %67.1'i olumlu görüş bildirilmiştir. Bu oranın içinde %42.8'i kesinlikle olumlu, %24.3'ü olumlu görüştür. Bununla birlikte görüşlerin yalnızca 20.5'i olumsuz iken, %12.5'i kararsız görüştür (Şekil 1). Bir başka çalışmada Aydın ili yaş meyve ve sebze halinde çalışan komisyoncular ile görüşülmüş ve komisyoncuların %41.9'unun 5957 sayılı yasa hakkındaki düşüncelerinin olumlu, %41.9'unun olumsuz ve %16.3'ünün ise belirsiz olduğu tespit edilmiştir (Coşkun, 2014).

**Şekil 1.** Üreticilerin 5957 Sayılı Yasa Hakkındaki Görüşleri**Figure 1.** Farmers' Views About Law No. 5957

Toptancı hallerinin etkinliğinin artırılması pazarlama kanallarının kısılması, ekonomik kayıpların azalması, ürünlerin kayıt altına alınması için oldukça önemlidir. Bu nedenle üreticilerin toptancı hallerinde rol oynaması

**Çizelge 10.** Üreticilerin 5957 Sayılı Yasa Hakkındaki Görüşleri  
**Table 10.** Farmers' Views About Law No. 5957

		Etki Derecesi					Ölçek Ort.
		1	2	3	4	5	
Toptancı haline bildirimde bulunmak kaydıyla toptancı hali dışında da toptan mal alınıp satılabilmesi	n	31	39	14	22	16	2,6
	%	25,4	32,0	11,5	18,0	13,1	
Hal kayıt sisteminin kurulması	n	5	10	10	30	67	4,2
	%	4,1	8,2	8,2	24,6	54,9	
Hal içi ve dışı işlem maliyetlerinin azaltılması	n	5	9	7	39	62	4,2
	%	4,1	7,4	5,7	32,0	50,8	
Hal hakem heyetleri yeniden yapılandırılması ve değeri 50000 tl altındaki uyuşmazlıklarda heyete başvurmanın zorunlu olması	n	10	12	25	37	38	3,7
	%	8,2	9,8	20,5	30,3	31,1	
Künye uygulamasının getirilmesi	n	7	8	10	53	44	4,0
	%	5,7	6,6	8,2	43,4	36,1	
Halde satılan mallardan %1. hal dışında satılan mallardan ise % 2 oranında hal rüsümü alınması	n	19	35	27	23	18	2,9
	%	15,6	28,7	22,1	18,9	14,8	
Rüsumun artık üreticiden değil satın alandan alınması	n	11	13	4	28	66	4,0
	%	9,0	10,7	3,3	23,0	54,1	
Üreticilerce kurulan tüm tüzel kişiliklerin üretici örgütü olarak kabul edilebilmesi	n	9	9	7	34	63	4,0
	%	7,4	7,4	5,7	27,9	51,6	
Toptancı hallerindeki işyerleri ile semt pazarlarındaki satış yerlerinin en az %20'sinin üretici ve üretici örgütlerine ayrılması	n	8	7	11	25	71	4,2
	%	6,6	5,7	9,0	20,5	58,2	
Üretici örgütlerinin rüsum ödemeksizin toptancı hali dışında da toptan olarak vergi mükelleflerine satış yapabilmesi	n	6	12	14	34	56	4,0
	%	4,9	9,8	11,5	27,9	45,9	
Sanayi ve ticaret bakanlığı özellikle üretici haklarının korunması amacıyla alım-satım işlemlerini düzenleyen sözleşmelerde bulunması gerekli asgarî şartları belirleyebilmesi	n	15	19	19	18	51	3,6
	%	12,3	15,6	15,6	14,8	41,8	
Toptancı hali kurma faaliyetlerinin disiplin altına alınması	n	7	6	34	34	41	3,8
	%	5,7	4,9	27,9	27,9	33,6	
Toptancı Hali Konseyi'nin oluşturulup konseye temsilci verecek olan kamu kurumları. üretici ve tüketici örgütleri ile sivil toplum ve meslek kuruluşları arasında uygulamaya yönelik işbirliği sağlanması	n	7	13	26	35	41	3,7
	%	5,7	10,7	21,3	28,7	33,6	
Toptancı hallerinde müzayede depolama. tasnifleme ve ambalajlama tesisleri ile laboratuvarlar kurulması zorunluluğu	n	11	10	8	15	78	4,1
	%	9,0	8,2	6,6	12,3	63,9	
Hale giren ve çıkan mallarda standardizasyon uygulamalarının bulunması	n	11	10	13	17	71	4,0
	%	9,0	8,2	10,7	13,9	58,2	

1: Kesinlikle etkisiz, 2:Etkisiz, 3:Orta derece etkili, 4:Etkili, 5:Kesinlikle Etkili



**Çizelge 11.** Üreticilerin Toptancı Haline Ürün Vermek İçin Beklentileri  
**Table 11.** Farmers' Expectations for Sale of Products to Wholesales Market

Beklenti		Gruplar				Genel
		<41	41-150	151-400	>400	
Hiçbir Şekilde Vermem	n	10	10	20	11	51
	%	29,4	33,3	50,0	61,1	41,8
Fiyat Yüksek Olursa	n	7	2	1	1	11
	%	20,6	6,7	2,5	5,6	9,0
Güvenilir komisyoncu olursa	n	1	1	-	-	2
	%	2,9	3,3			
Kesintiler Kaldırılırsa	n	2	8	3	3	16
	%	5,9	26,7	7,5	16,7	13,1
Nakliye Hizmeti Sağlanırsa	n	8	5	7	2	22
	%	23,5	16,7	17,5	11,1	18,0
Toptancı Hali Yakında Olursa	n	3	3	9	1	16
	%	8,8	10,0	22,5	5,6	13,1
Her Şekilde Vermeye Devam Ederim	n	3	1	-	-	4
	%	8,8	3,3			3,3
Toplam	n	34	30	40	18	122
	%	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

G= 30.673 DF=18 P=0.031

istenilen bir unsurdur. Bu etkinliği artırmak için incelenen işletmelerde üreticilerin toptancı haline ürün vermek için beklentileri açık uçlu sorularla değerlendirilmiş ve benzer cevaplar gruplandırılmıştır. Çizelge 11'de görüldüğü gibi üreticilerin %41.8'i hiçbir şekilde vermem yanıtını verirken bu yanıtı verenlerin çoğunluğunun büyük işletmelerde olduğu, birinci grup işletmelerde ise bu yanıtı verenlerin grubun %29.4'ünü oluşturduğu belirlenmiştir. Toptancı haline ürün vermek için beklentilerin işletme büyüklük gruplarından bağımsız olmadığı görülmüştür (G= 30.673 P=0.031).

## SONUÇLAR

Yaş meyve ve sebze gibi tüketiciye hızlı, en az zayıyla ulaşması gereken ürünlerde pazarlama zincirinin uzaması üreticinin ve tüketicinin maddi zarara uğramasına neden olmaktadır. Toptancı halleri yaş meyve ve sebze sektöründe oldukça önemli bir pazarlama kanalıdır. Hallerin etkinliğinin artırılması sadece ekonomik kayıplar açısından değil, aynı zamanda ürünlerin kayıt altına alınabilmesi, izlenebilirliği gibi birçok

nedenle önemlidir. Ancak araştırmada yaş meyve ve sebze satışında üreticilerin yalnızca %12.3'ü toptancı haline ürün vermeyi tercih etmekte iken %76.2'si tüccara ürün satışını tercih etmektedir.

Üreticilerin yalnızca %4.9'u 5957 sayılı yasadan haberdardır. Dolayısıyla doğrudan üreticiyi ilgilendiren yasal düzenlemelerde üreticiye yeteri kadar ulaşamadığı anlaşılmaktadır. Yasanın bilinmemesi, üreticilerde eski yasal düzenlemelerden gelen memnuniyetsizlik ile birlikte toptancı haline ürün satışlarını olumsuz etkilediği düşünülmektedir.

Yasadaki değişikliklere üreticilerin %67.1'i olumlu, %20.5'i olumsuz görüş bildirmiş ve hal kayıt sisteminin kurulması, hal içi ve dışı işlem maliyetlerinin azaltılması, toptancı hallerindeki işyerleri ile semt pazarlarındaki satış yerlerinin üretici örgütlerine en az %20 oranında yer verilmesi maddeleri ön plana çıkmıştır.

Üreticilerin toptancı haller ile ilgili bu olumsuz algısının nedeni çoğunlukla daha önce yaptıkları satışlarda sorun yaşamaları olduğu anlaşılmıştır. Üreticilerin %18'i nakliye hizmetinin sağlanması

durumunda ürün vereceklerini belirtmişlerdir. Bu konudaki beklenti ise ilgili bir üretici örgütü kurulması ve üretici örgütünün toptancı halinde satış yapması ile giderilebilir.

İncelenen işletmelerde tüccara ürün satışını etkileyen en önemli faktörler ürünü hale ya da pazara götürmenin zor olması, satışın kolay olmasıdır. Üreticilerin buldukları şehirler yerine uzak mesafedeki şehirlere ürün satışı ürün fiyatını artırmakta, üreticinin kazancını azaltmaktadır. Üstelik bu durum haksız rekabete yol açtığı gibi ekonomik kayıplara da neden olmaktadır. Dengeli bir pazarlama anlayışı için etkin bir pazarlama stratejisi geliştirilmelidir. Konuyla ilgili araştırmalar artırılmalı, üreticiler bilgilendirilmeli ve ekonomik kayıpların önüne geçecek önlemler alınmalıdır.

### TEŞEKKÜR

Bu makale Tarım ve Orman Bakanlığı Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü tarafından desteklenen TAGEM/TEAD/14/A15/P01/001 numaralı projeden üretilmiştir. Destekleri için teşekkür ederim.

### KAYNAKLAR

Albayrak M (2009). Yaş Meyve ve Sebze Pazarlama Merkezleri: Toptancı Haller – Pazarlar (Dünya, Avrupa Birliği ve Türkiye’den Örneklerle Yapısı ve İşleyişi). Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü Yayını, Yayın No:177, Ankara.

Anonim (2013). <http://www.tuik.gov.tr>. Erişim Tarihi: 20.10.2013

Anonim (2016a). <https://www.tarimdanhaber.com>. Erişim Tarihi: 10.11.2016

Aydın Can B, Engindeniz S (2018). Tarım Ürünlerinin Pazarlanmasında Toptancı Hallerinin Rolü ve Önemi: Kocaeli Merkez İlçe Toptancı Hali Örneği. Selçuk Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi (2018) 32 (3), 266-273. Konya.

Coşkun M. H (2014). Aydın İlinde Yaş Sebze ve Meyve Toptancı Hallerinin İncelenmesi. Adnan Menderes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

Coşkun M. H, Tunalıoğlu R (2015). Aydın İlinde Yaş Sebze ve Meyve Toptancı Hallerinin İncelenmesi. Adnan Menderes Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi 2015; 12(2):83-92. Aydın.

Düzgüneş O, Kesici T, Gürbüz F (1993). İstatistik Metotları (II. Baskı). Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No:1291, Ders Kitabı: 369, 218 s., Ankara

Kahraman E (2012). Türkiye’de Yaş Meyve-Sebze Pazarlanmasında Toptancı Hallerinin Etkinliği, Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri: İzmir İli Örneği. Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

Resmi Gazete (2012). <http://www.resmigazete.gov.tr> Erişim Tarihi: 21.08.2013

Sokal R.R, Rohlf F.J (1995). Biometry. The principles and practice of statistics in biological research. Third edition. W.H. Freeman Company. New York.

Sayılı M, Civelek O (2012). Tokat İli Merkez İlçede Yaş Sebze ve Meyve Toptancı Halinin Yapısı, Sorunları ve Çözüm Önerileri. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Tarım Ekonomisi Araştırma Enstitüsü Yayınları ISBN: 978-975-407-346-1.

Yamane T (2001). Temel Örnekleme Yöntemleri. (Birinci Baskı). Çeviren: Alptekin Esin, M. Akif Bakır, Celal Aydın ve Esen Gürbüzsel. İstanbul. Literatür Yayıncılık.