

**ESKİŞEHİR VE ÇEVRESİNDE TAZE MEYVELERİN
PAZARLANMASINDA KARŞILAŞILAN SORUNLAR
ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

Öğr. Gr. Dr. Birol TENEKECİOĞLU

GİRİŞ

Tarımsal ürünlerin pazarlanmasında ve üretilen ürünlerin fiyatlandırılmasında karşılaşılan güçlükler tarımın genel özelliklerinden doğmaktadır. Bu güçlüklerin başında tarımın mevsimlik bir faaliyet olması ve büyük ölçüde hava koşullarına bağlı bulunmasını gösterebiliriz. Tarımsal ürünlerin dayanıklı olmamaları ve bundan dolayı depolama sorunlarının ortaya çıkması da bu özelliklerinden biri olmaktadır. Başka bir deyişle, tarımsal ürünlerin pazarlanması üretimin özelliklerine sıkı sıkıya bağlıdır.

Ülkemizde tarımsal ürünlerin pazarlanmasında karşılaşılan güçlükler, yukarıda belirtilen nedenlerin yanında, daha çok kırsal bölgelerin pazarla bütünleşmeyi sağlayamamış olmasından ileri gelmektedir. Tarım dışı faktörler, kırsal bölgelerde yaşayanların gelir düzeyleri üzerinde büyük bir etkiye sahiptir. Kırsal bölgelere yeterli düzeyde sosyal ve ekonomik alt yapı hizmetlerinin tam olarak ulaşamaması, halkın eğitimsizliği, dolayısıyla haberleşme kaynaklarından yararlanmaması ve gerekli örgütlenme faaliyetlerine girişememesi pazarlamayı da güçleştirmektedir.

Pazarlama faaliyetlerinin yeterince yerine getirilememesi nedeniyle, yeterli kapalı ekonomilerin oluşmasına yol açmaktadır.

Tarımda verimliliğin arttırılmasıyla meydana gelecek ürün artışının değerlendirilmesi ise ayrı bir sorundur ve çözümlenmesi de ancak iyi bir pazarlama sisteminin kurulması ile mümkündür. Bu ise elde edilen meyvenin bilinen teknik yöntem ve araçlarla düzenli toplanması, standartlara göre boylandırma, ambalajlama ve pazara sunulmaya hazır duruma getirilmesi kadar ürünün en iyi değerlendirilebilecek pazara sür'atle ve bozulmadan ulaştırılmasına bağlıdır.

Ülkemizde meyvenin yetiştirilmesinde olduğu gibi toplanmasında, taşıma ve depolanmasında, ayırım ve ambalajlanmasında, dağıtımında giderilmesi veya tamamlanması gereken bir çok eksiklikler vardır. İlgili kuruluşlara göre pazarlama sisteminin iyi çalışmaması nedeniyle üretilen ve çabuk bozulabilir yaş meyvelerin yaklaşık % 15-20'si bozulduğundan tüketiciye ulaşmamaktadır (1).

Yukarıda belirtilen faaliyetlerin asgari masrafla yapılması esastır. Pazarlama masraflarının yüksekliği, üretim ve verimlilik artışının sağlayacağı tüm yararları ortadan kaldırabilir, günümüzde, bir mamülün içindeki pazarlama masrafları çoğu mamullerde toplam maliyetin % 50'sine yaklaşmaktadır. Bu nedenle, bu masrafların rasyonel bir şekilde tespiti, azaltılması veya kontrol edilmesi, gerek üretici ve gerekse toplum açısından önemlidir.

1. FİYATLANDIRMA VE DAĞITIM SORUNU

Sebze ve meyve üretiminin büyük bir kısmı oldukça dağınık ve küçük ünitelerde yapılmaktadır. Üreticilerin sadece yöresel ihtiyaca cevap verdiğini ve fiyatın arz ve talep koşullarına göre belirlendiğini söylemek mümkündür. Büyük tüketim merkezlerine yönelme ise orta çaptaki işletmelerde görülür.

Bu işletmeler;

- a) Meyve elde edilmeden, mallarını toptancıya kiralamak veya

(1) Ticaret Bakanlığı «Yaş Sebze ve Meyve İhracatı Projesi», Aralık 1972. s. 71.

- b) Meyve elde edildikten sonra ürünün götürü usulle veya kilo hesabı komisyoncuya (kabzımala) satmak suretiyle elden çıkarabilirler. Her iki usulde de taraflar için büyük kârlar kadar büyük zararlar da söz konusudur.

Taze sebze ve meyvelerde selden, doludan, fırtınadan veya fiyat değişmelerinden doğan risk, pazarlamada risk taşıma fonksiyonu taraflardan her ikisi içinde vardır. Bu risk, kısmen komisyoncuya (kabzımala), kısmen de üreticiye yüklenir. Alıcı, riskin büyük bir kısmını yüklediği için mümkün olduğu kadar ucuza satın almak suretiyle karşılaşacağı zararı azaltmaya çalışır. Bu nedenle, pazarlamadan doğan riskin çeşitli şekillerde dağıtılmasına çalışılır.

Kendi olanakları ile pazara açılmaya çalışan üretici ürünlerini

- a) Ya yerel yaş sebze ve meyve toptancı halinde bağlı olduğu ve malî yönden destek gördüğü komisyoncuya,
- b) Veya muhtelif tüketim merkezlerindeki bağlı bulunduğu komisyoncular ile haberleşerek o andaki geçerli fiyata göre uygun bulunduğu yere gönderir. Ürünün fiyatı günlük arz ve talebe göre belirlenir, Komisyoncu meyveyi bütün masraflar ve risk üreticiye ait olmak üzere ve onun adına satar ve belirli bir yüzde alır.

Üretici bu suretle, pazarda arz ve talebe göre belirlenmiş fiyatı kabullenmekte, taşıma ve depolama sırasında meydana gelen bozulma ve çürümeler ile fiyat değişmelerinden doğan değer kaybına katlanmaktadır. Bazı durumlarda, benzer işlem küçük üreticilerin ürünlerine de uygulanmakta, meyveler toplayıcı adı verilen araçlar vasıtasıyla komisyonculara gönderilmekte, satış, toplayıcı adına yapılmakta, bazen de komisyoncunun adamları toplayıcı durumuna geçmektedir.

Üretim bölgelerinde, fiyatların düşük olmasından ve hatta satılmamaktan dolayı bir kısım ürünün toplanmadığı veya yok edildiğinin bilinmesine karşılık büyük tüketim merkezlerinde toptan ve perakende fiyatların yüksek olduğu her zaman söylenir. Pazarlama noksanından doğan bu sorun, bir ölçüde üreticilerin kuracağı geniş kapsamlı bir pazarlama sistemi ile çözümlenebilir.

Pazarlama sisteminin kurulmasıyla, üretici korunabileceği gibi, araçlar da ortadan kaldırılabilir, üretim ve pazarlama hizmetlerinin iyileştirilmesi ile pazarda arz-talep dengesi kurulabilir ve ürünlerin değer fiyatı satışta mümkün olabilir.

Ancak, bu hususların bilinmesine rağmen, üreticilerin birleşerek, üretim ve pazarlama üniteleri kurmaları yaygınlaşmamıştır. Çok dağınık pazarlara aracı kullanmak suretiyle pazarlamada bulunmak onlar için daha ekonomik olmakta; ayrıca, komisyoncu aracının bu alandaki tecrübe ve uzmanlığından yararlanmayı uygun görmekteyler.

2. TARIMSAL FİYATLARIN TESPİTİNDE MALİYETİN ROLÜ

Tarımda maliyetlerin hesaplanması sebze ve meyvelerin toplanmasından önce ve sonra oldukça zordur. Tarımda maliyetin hasattan önce hesaplanmasını önleyen başlıca faktör üretimin doğal şartlara bağlı olmasıdır. Ekim sahasının büyüklüğü, üretim miktarının önceden tespitinde yeterli olmamakta, verimliliği daha çok hava koşulları etkilemektedir. Bu nedenle, tarımsal bir işletmenin çeşitli üretim miktarlarına karşılık ortalama maliyeti hesaplayıp üretimi yüksek düzeydeki kâra göre ayarlamasına madde ten imkân yoktur. Bu durumda marjinal maliyet anlamı da tarımda önemini kaybetmektedir.

Tarımda maliyetin hesaplanması hasattan sonra da güçtür. Bunun nedenlerini şöyle sıralamak mümkündür.

- a) Tarımda işletmeler küçük işletmelerdir. Bu işletmelerde muhasebe kayıtlarına rastlanmaz. Bunun bir sonucu olarak kârlılıkla, masrafları karşılaştırıp tam maliyete ulaşmaya imkân yoktur. Hesaplanan tek şey harcanan paradır. Gerçekte, alternatif ücret ve rantla sabit sermaye giderleri hesaba katılmaksızın maliyetin belirlenemeyeceği açıktır.
- b) Üretilen ürünün bir kısmı üretici tarafından bizzat tüketilir, Bu da, üretimin toplam değerinin hesaplanmasında engeldir. Tarımsal işletmeler küçüldükçe, üreticinin ürettiği üründen kendi tüketimine düşen pay çoğalır.
- c) Tarımsal işletmelerde değişik ürünler yetiştirildiği zaman maliyet hesabı daha da güçleşir. Çünkü, her ürüne düşen sabit ve değişen masrafların ayrılması zordur.

3. ARAŞTIRMANIN TANIMI VE KAPSAMI

Araştırmada yaş sebze ve meyvelerin, üreticiden tüketiciye ulaştırılmasında karşılaşılan sorunlar incelenirken, araştırmanın kapsamı Eskişehir ve bölgesi ile sınırlandırılmıştır. Sebze ve meyvelerin üreticiden tüketiciye ulaştırılmasında araçların mümkün olan en az sayıda tutulması, halinde bu ürün fiyatlarının belirli bir oranda düşürülebileceği varsayımı gözönünde tutulmuştur.

Araştırmada, önce kullanılan dağıtım kanalları saptanmış, daha sonra belediye tarafından getirilen hukuki kurallara değinilmiş, dağıtım kanallarında yer alan araçlar ayrı ayrı ele alınarak meyvelerden örnek alınan elmanın fiyat teşekkülünün dağıtım kanalının her basamağında nasıl oluştuğu incelenmiştir. Daha sonra fiyatlar karşılaştırılarak, yorum yapılmıştır.

4. DURUM ANALİZİ

Eskişehir'e yaş sebze ve meyveler, Mersin, Adana, Anamur, Sakarya ve Eskişehir'e bağlı kasaba ve köylerden sağlanmaktadır.

Eskişehir dışından gelen sebze ve meyveler hal'de toplanmakta ve burada toptancılara veya perakendecilere satılmaktadır.

Hal fiyat tespit komisyonunun tespit ettiği fiyatlar üzerinden komisyoncu veya kooperatif; satışı komisyoncu yaparsa % 7-8 komisyoncu, % 3 belediye hissesi alınır. Satışı kooperatif yaparsa % 3 kooperatif ve % 3 belediye hissesi alınır.

Eskişehir'de sebze ve meyve fiyatları Hal Fiyat Tespit Komisyonu tarafından saptanmaktadır. Haldeki bu Komisyon, haftada iki kez toplanarak fiyatları tespit eder.

Perakendeciler, buradan aldıkları sebze ve meyve fiyatlarına aşağıda yazılı kâr oranlarını ekleyerek, tüketiciye satmaktadırlar.

0,10 - 100	Kuruş	arasında	satılan	maldan	% 50	kâr
1,05 - 200	»	»	»	»	% 40	kâr
2,05 - 300	»	»	»	»	% 30	kâr
3.10 ve daha yukarı	»	»	»	»	% 25	kâr alınır.

Hal'e gelen malların 100 kg. aşmayan ambalajlar içinde olması gerekir. Kilo ile satılan mallardan 25 kg. adet ile satılan mallardan 50 adet ve 25 adetlik bir bağ toptan satış sayılmaktadır.

5. SORUNUN TANIMI VE HİPOTEZ

Araştırmada sorun, Eskişehir ve çevresinde meyvelerin (elmanın) üreticiden tüketiciye ulaştırılmasında karşılaşılan fiyat artışı olarak tanımlanmıştır.

Fiyat artışlarına neden olarak, dağıtım kanallarında yer alan araçların çokluğu görülmüş ve bu araçların mümkün olan en düşük sayıda tutulması halinde, fiyatların % 15-25 oranında düşürülebileceği hipotez olarak belirlenmiştir.

6. ARAŞTIRMADA TAKİP EDİLEN METODOLOJİ

Meyve ve sebzelerin dağıtım ve fiyat sorunu Eskişehir ve çevresi ile sınırlandırılmış; Araştırmada birinci ve ikinci elden verilere ağırlık verilmiştir.

Birinci elden verilerin toplanmasında; yüzyüze görüşme ve gözlem metotları kullanılmıştır.

İkinci elden verilerin toplanmasında; Eskişehir Sebze ve Meyve Hali Kayıtları, 80 sayılı Hal Kanunu, Hal yönetmeliği ile Belediye İktisat İşleri Müdürlüğünün kayıtlarından yararlanılmıştır.

Gözlem ve görüşmeler Eskişehir Belediyesi Toptancı Hal'i yöneticileri, tesadüfi seçilen manavlar, pazar takip eden seyyar satıcılar ile yapılmıştır.

7. VERİLERİN ANALİZİ

Verilerin analizinden önce Belediye Toptancı Hal'i yönetmeliğine değinilmiş, daha sonra dağıtım kanallarında yer alan araçlar ayrı ayrı ele alınarak, dağıtımda oynadıkları roller, dağıtımın her aşamasında fiyatın nasıl oluştuğu araştırılmıştır.

Sebze ve meyvelerin dağıtımını ile ilgili ve 10 maddeden oluşan 80 sayılı Hal'ler Kanunu (2) ve 27 maddelik Belediye Hali Sebze ve Meyve Yönetmeliği bulunmaktadır. Bu yönetmeliğe göre; Belediye sınırları içinde, yaş meyve ve sebzelerin halden başka yerde toptan olarak satılması ve alınması yasaktır. Ancak, ticari amacı olmayan, Belediye sınırları içinde sebze ve meyve yetiştiren, bağ,

(2) Bkz.: Ek 1.

bahçe ve tarla sahibi küçük üreticiler, mallarını hal'de kendilerine ayrılan yerlerde tüketicilere perakende olarak satabilirler.

Perakende olarak satılmak üzere, başka illerden gelen sebze ve meyvelerin halde perakende satılacağı hususunu tespit eden bir belgenin hal idaresinden alınması zorunludur. Gerekli belge alınmadan perakende satış yapılamaz. Hal idaresi, hal'de yapılan tüm alım satım işlemlerini kontrol etmekle de sorumludur.

Toptan ve ambalaj içinde satılan her mal için alt ve üstte bulunanların aynı kalite olması esastır. Hal'de yapılan toptan satışlarda, el teması ile bozulabilecek mallar hariç, diğer malların altlarının alıcıya gösterilmesi (istendiğinde) zorunludur.

Bazı meyveler gibi ambalaj içindeki malların altlarına bakılarak, kalite kontrolünün mümkün olmadığı hallerde, ambalajını üstündeki örnek mal fiyata ve satışa temel olarak alınır. Ambalaj içindeki malların kalite yönünden aynı olmaması durumunda, mesai saatleri içinde hal idaresine müracaat edilerek itiraz edilebilir. İtirazın incelenmesi için Hal idaresince oluşturulan bir heyet toplanarak itiraz konusu olan malları inceleyerek sonucu tespit eder. Alıcı haklı ise malın iadesine veya malın bedelinden bir indirim yapılmasına karar verilebilir.

İadenin veya bir indirim yapılması halinde malları satan satıcının kayıtlarına geçirilir ve kendisi ikaz edilir. Aynı durumun tekrarlanması halinde durum bir raporlar Belediye Başkanlığına bildirilerek satıcının cezalandırılması yoluna gidilir.

Hal'deki toptancıların birbirlerine mal satmaları kesinlikle yasaktır ve bunların kullandıkları kapların daralarının hesaplanması zorunludur. Toptancılar, kendilerine gönderilen malları muhafazaya, tartı ve satışlarda herhangi bir yolsuzluğa meydan veremeyerek, malı gönderenin şikâyetlerine hedef olmamaya zorunludurlar.

Üreticiden gelen mallar çürük ise durum Hal İdaresine bildirilir. Hal idaresi sözkonusu malı Hal Hakem Heyetine kontrol ettirir ve sorumlular cezalandırılır.

Fiyat tespit komisyonu, Hal'deki Toptancıardan iki, satıcıardan iki ve Hal idaresinden bir olmak üzere toplam beş kişiden oluşur.

Fiyat tespit komisyonu haftada iki gün toplanarak fiyatları tespit eder ve ilân ettirir. Ayrıca, Hal idaresince doldurulacak fiyat listesi komisyona dahil şahıslar tarafından imzalanarak, Belediye İktisat İşleri Müdürlüğüne gönderilir.

Eskişehir toptancı halinde 57 komisyoncu ve kooperatif faaliyet göstermektedir. Komisyoncuların perakendecilere kaçak mal satmalarını önlemek için ayrı bir kontrol komisyonu kurulmuştur. Bu komisyon Hal çıkışında malları kontrol etmekte ve bunların faturalara uyup, uymadıklarını denetlemektedir. Hal içi denetimde bir, Hal dışı denetimde iki kişi denetçi olarak görev yapmaktadır.

A. Üretici Açısından Fiyat Teşekkülü

Eskişehir bölgesindeki üreticiler genellikle, üretim kapasitele-ri az olan üreticilerdir. Bu nedenle, Eskişehir'e yakın köyler dışındaki üreticiler, mallarını doğrudan tüketicilere ulaştırmakta zorluk çekmektedirler. Taşıma ücretlerinin yüksek olması ve pazar koşulların takip edememeleri, mallarını doğrudan pazara sunma teşebbüslerini zararlı sonuçlandırmaktadır. Bu durumda üretici ürünlerini;

- a) Toptancı veya komisyoncuya yerinde kilo ile satmayı tercih etmektedir.
- b) Ürünlerini, toplamadan önce, olgunlaşma aşamasında satmaktadır. Bu tür satışta, toplama, taşıma ve buna benzer faaliyetler toptancıya aittir.
- c) Yakın köylerde bulunan üreticiler, ürünlerini Hal'deki komisyoncuya veya pazarlama kooperatifine fatura kestirerek ve rüsum ödedikten sonra tüketiciye satışta bulunurlar. Ancak, bunların sayısı pazarlama kooperatifi dışında, çok azdır.

Üretici, toptancıya veya komisyoncuya elmanın kilosunu 150-200 kuruş arasında satabilmektedir (3). Öte yandan, toptancı elmayı olgunlaşma zamanında 80-200 kuruşa kadar da satın alabilmektedir.

(3) Örnek olarak, normal büyüklükte ve kalitede elma fiyatı araştırmaya alınmıştır.

Fiyatların teşekkülünde, karşılaştırmaların kolay anlaşılabilmesi için, her aşamada fiyatların en az ve en yüksek değerlerin ortalaması alınarak fiyatlardaki değişimler gösterilmeye çalışılmıştır. Örneğin, toptancının satın aldığı elmanın en düşük fiyatı 80 kuruş, en yüksek fiyatı 200 kuruş ise bu fiyatların ortalaması 140 kuruş olur. Bu fiyat, üretici fiyatı olarak, bundan sonraki hesaplamalarda temel alınmıştır.

Üretici, ürününü doğrudan satmak isterse, Hal Fiyat Tespit Komisyonu fiyatları üzerinden % 3 Belediye, % 3 Kooperatif hissesi ödemek zorundadır. Ortalama 140 kuruş, bu hisselerin de eklenmesi ile 148.50 kuruşa yükselir. Bu rakama taşıma, yükleme, boşaltma giderleri de eklendiğinde elmanın maliyeti 190-200 kuruşa kadar ulaşabilmektedir. Tüketiciler aynı elmayı 200 ile 400 kuruş arasında değişen bir fiyatla satın aldıklarından, üretici fiyatı ile tüketicinin ödediği fiyat arasında ortalama % 80'lik bir artış söz konusudur. Üretici fiyatı 140, tüketicinin ödediği ortalama fiyatı 200 + 400

$$\frac{200 + 400}{2} = 300 \text{ kuruş kabul edilirse; iki fiyat arasındaki fark}$$
$$(300 - 140 = 160) \text{ olur, Buradan fiyat artışının } \frac{160 \times 100}{140} =$$
$$\% 20 \text{ olduğu çıkarılabilir.}$$

B. Toptancı Açısından Fiyat Teşekkülü

Eskişehir ve çevresindeki toptancılar ya kendi adlarına veya bir komisyoncunun adına üreticinin ürünlerini toplamaktadırlar. Toptancı ürünler olgunlaşmaya başlayınca, pazarlık yaparak sebze ve meyveleri götürü usulü üreticiden satın alır. Ürünleri toplama ve taşıma işi, anlaşmaya bağlı olarak ya üretici, veya toptancı tarafından yerine getirilir.

Toptancı topladığı sebze ve meyveleri, perakendeciye veriyip, Hal'deki Komisyonculara satarsa, oluşacak fiyat Komisyoncu açısından ileride incelenecektir.

Toptancı, mallarını perakendecilere satarsa, bu satış toptancı fiyatlarının altında bir fiyatla yapılmaktadır. Bu nedenle, perakendeci de tüketiciye yaptığı satışlardan bir kâr elde etmektedir.

Toptancı, perakendeciye sattığı malı Hal fiyatlarından 100-200 kuruş daha ucuza satabilmektedir. Bu durumda, Fiyat Tespit Komisyonunun tespit ettiği fiyat 29 Aralık 1975 tarihi itibarıyla 300-600 kuruş iken (elma için) perakendeci, toptancıdan aynı elmayı 200-400 kuruşa alabilmektedir. Buna göre fiyat teşekkülü: Üretici fiyatı = 140 kuruş. Toptancının perakendeciye uyguladığı ortalama fiyat $\frac{200 + 400}{2} = 300$ kuruş.

Perakendecinin % 30 kâr haddi, 300 kuruşta 90 kuruş. Tüketicinin ödediği fiyat 390 kuruş olur. (300 + 90 = 390). İlk fiyat ile son

fiyat arasındaki fark: 390—140 = 250 Fiyat artışı = $\frac{250 \times 100}{140}$

% 78 olur

C. Perakendeci Açısından Fiyat Teşekkülü

Perakendeciler satacakları sebze ve meyveleri Hal'deki komisyonculardan veya kooperatiften satın almaktadırlar. Satın alma işleri herhangi bir sraya veya ön işleme bağlı değildir. Ancak, perakendeci satın aldığı mallar için fatura kestirmek zorundadır. Perakendeciler, aldıkları malları Hal Fiyat Tespit Komisyonu tarafından tespit edilen fiyatlar komisyonculardan veya kooperatiften satın alırlar. Kendi hesabına mal toplayan perakendeciler Hal fiyatları üzerinden komisyon ve rüsum öderler. Aldıkları sebze ve meyveleri satacakları yerlere (günlük pazarlara, manavlara v.b) at arabaları, el arabaları ve kamyonetlerle taşırlar. Taşıma ve yükleme ücretleri kendilerine aittir. Meydana gelen çürüme ve diğer zararlardan dolayı fiyatları yükseltmezler.

Ancak, yapılan araştırmada, bir çok perakendecinin mallarını Hal fiyatlarının altında sattıkları da görülmüştür. Şöyleki, perakendecinin Hal'den 3 ile 6 TL arasında satması gereken elmanın fiyatına kendi % 30 kâr marjını da ekleyerek, tüketiciye 350 ile 680 kuruşa satması gerekirken, 250-400 kuruş arasında satmaktadır.

Devlet İstatistik Enstitüsü Bölge Müdürlüğünden alınan bilgiler de bu durumu doğrulamaktadır. Bölge Müdürlüğü günlük fiyatlar arasında büyük farklılıklar olduğunu ve perakendeci fi-

yatlarının çoğunlukla Hal fiyatlarının altında kaldığını belirtmiştir. Bunun nedeni, perakendecilerin, Hal dışındaki başka kaynaklardan; örneğin, bazı toptancılardan mal almaları veya bir kaç üretici ile anlaşmaları yahut üreticinin ürününü götürü olarak alıp depoladıktan sonra bunları kısım kısım tüketicilere sunmalarıdır.

Perakendeciler, sandıklar içinde aldıkları meyve ve sebzelerin alt kısımlarının genellikle çürük veya sandığın üzerindeki malların daha az kaliteli olduğuna değinmişler ve bu nedenle zarar ettiklerini açıklamışlardır.

Üreticiden elmayı ortalama 80-200 kuruş arasında bir fiyatla satın alan perakendeci, günlük semt pazarlarında bunları 250-400 kuruş arasında satmaktadır. Bu durumda fiyat teşekkülü: Üreticinin ortalama fiyatı 140 kuruş. Perakendecinin tüketicie uyguladı-

$$\frac{250 + 400}{2} = 325$$
 ortalama fiyat = 325 kuruştur. İlk ve son fiyat arasındaki ortalama fiyat farkı = $325 - 140 = 185$ olduğundan fiyat artış oranı: $\frac{185 \times 100}{140} = \%35$ dolayındadır.

Eğer, Üretici \longrightarrow perakendeci \longrightarrow tüketici şeklindeki dağıtım kanalı kullanılırsa, elmanın fiyatı üreticiden tüketicie ulaşınca kadar % 35 artmaktadır. Bunun bir sonucu olarak kendi adına mal toplayan perakendecilerin sayısı son zamanlarda oldukça artmıştır.

D. Komisyoncu Açısından Fiyat Teşekkülü

Sebze ve meyveler, toptancılar veya üreticiler (çok az miktarda) tarafından Hal'e getirilerek satılmak üzere komisyonculara teslim edilmektedir. Komisyoncular aldıkları malları Hal Fiyat Tespit Komisyonunca saptanan fiyatlarla perakendecilere devretmektedirler. Satış tutarları üzerinden % 7-8 oranında komisyon da almaktadırlar.

Komisyoncular, toptancılara, perakendecilere ve üreticilere gerektiğinde kredi vermektedirler. Toptancılara verdikleri kredilerle, toptancıların üreticilerden mallarını almalarında kolaylık sağladıklarını belirtmişlerdir. Bazı komisyoncular, toptancılara ve

bazı üreticilere malların konulduğu kapları da sağlamaktadırlar. Öte yandan, üreticiye verdikleri kredilerle, üreticinin üretim sırasında ihtiyaç duyduğu araç, gereç ve gübre gibi eksiklikleri tamamlama ve üretimi arttırma fırsatı verdiklerini de belirtmişlerdir.

Komisyoncuların üreticilere verdikleri krediler için alacağın tahsilini güvence altına alan herhangi bir tedbir alınmamakta, sadece üreticinin ürününü kendilerine satmalarını veya satılmak üzere Hal'e getirmek suretiyle kendilerine teslim etmelerini istemektedirler.

Komisyoncular arasında bir rekabet sözkonusu değildir. Mallar üretici veya toptancı tarafından komisyoncuya satılmak üzere teslim edildiğinde, komisyoncu, fiyat tespit komisyonunun tespit ettiği fiyatlarla satış yapacağından, fiyat teşekkülü; Üreticinin ortalama satış fiyatı 140 kuruş. Komisyoncunun perakendeciye or-

talama satış fiyatı $\frac{300+600}{2} = 450$ kuruş. Perakendecinin %30

kâr marjında $(\frac{450 \times 30}{100} = 135)$ bu rakama ilâve edilirse, tüketicinin ödediği $(450 + 135 = 585)$ olmaktadır.

Komisyoncunun da araya girdiği Üretici \longrightarrow Komisyoncu \longrightarrow Perakendeci \longrightarrow Tüketici şeklindeki dağıtım kanalı kullanıldığında, elma fiyatı üreticiden tüketiciye ulaşıncaya kadar %132 kadar artmaktadır. Şöyle ki, ilk fiyatla son fiyat arasındaki fark; $585 - 140 = 445$ olduğundan fiyat artış oranı

$\frac{445 \times 100}{140} = \% 132$ dür.

Bazı toptancı ve komisyoncular (özellikle komisyoncular) topladıkları bazı sebze ve meyveleri Eskişehir'de ardiyelerinde depo etmekte ve İstanbul piyasasındaki fiyatları takip etmektedirler. İstanbul'da fiyatlar yükseldiğinde ellerinde bulundurdukları malları İstanbul piyasasına sürmektedirler. Eğer İstanbul'da fiyatlar düşerse, mallarını ya dökmekte veya fiyatların yüksek olduğu bölgelere göndermektedirler.

E. Pazarlama Kooperatifi Açısından Fiyat Teşekkülü

Pazarlama kooperatifinin amacı öncelikle üyelerinin ve bazı üreticilerin ürünlerini değerlendirmek ve tüketicilere ucuz sebze ve meyve sağlamaktır. Kooperatif üyeleri ve üreticiler, ürünlerini atlı arabalarla veya traktörlerle kooperatife getirerek satmaktadırlar. Bazı üreticiler, kooperatife fatura kestirerek kendileri doğrudan tüketicilere satabilirler. Bu durumda, üretici % 3 kooperatif ve % 3 belediye hissesini ödemekle yükümlüdür.

Kooperatiften mal alan satıcılar mallarını komisyonculardan alanlara göre daha ucuza satabilmektedirler. Komisyonculardan mal alan satıcı 4,—TL. ya aldığı elmayı tüketiciye % 30 kârla sattığını düşünürsek tüketicinin ödediği fiyat $400 + 120 = 520$ kuruş olur. Oysa, satıcı kooperatiften elmayı % 4-5 daha ucuza satın alabilmektedir. Çünkü, kooperatif % 3 komisyon alırken, komisyoncu % 7-8 oranında bir komisyon almaktadır.

Ürünlerini satmak üzere Pazarlama Kooperatifine teslim eden üyelerin ve bazı üreticilerin ürünlerinin fiyat teşekkülü aşağıda gösterilmiştir.

Üretici ürününü kooperatife sattığında, ürün fiyatına Hal fiyatları üzerinden %6 (%3 belediye, %3 kooperatif) eklenir. Üreticinin ortalama satış fiyatı 140 kuruş olduğundan, % 6 lık hissele birlikte fiyat yaklaşık olarak 150 kuruş olur.

Perakendeci, kooperatif yerine komisyonculardan mal almış olsaydı, 140 kuruş olan üretici fiyatında, tespit edilen fiyatlar üzerinden % 8 komisyon, % 3 belediye olmak üzere toplam olarak % 11 lik bir artış olacaktı. Bunun sonucu olarak ürünün fiyatı 30 kuruş daha artar.

Perakendeci malı kooperatiften satın alırsa $30 - 10 = 20$ kuruşluk bir kâr alır. Öte yandan, aynı malı komisyonculardan alan perakendeciye tüketicide 20 kuruş fazla ödemek zorunda kalır.

Üreticinin ortalama fiyatı 140 kuruş olduğuna göre perakendecinin ödediği fiyat $\frac{300+600}{2} - 20 = 410$, bu rakama perakendecinin % 30 kâr oranı $(\frac{410 \times 30}{100} = 120)$ eklendiğinde, tüke-

ticinin ödeyeceği $410 + 120 = 530$ kuruş olur. Burada fiyat farkı 390×100
 $530 - 140 = 390$ kuruştur. Fiyat artış oranı ise $\frac{390 \times 100}{140} = \%28$
olur.

SONUÇ

Yapılan araştırmada, meyve ve sebzelerin dağıtım kanallarına göre üreticinin ürününü sattığı fiyatla tüketicinin ödediği fiyat arasında (elma için) ortalama yüzdeler itibariyle artışlar olduğu görülmektedir.

Üreticinin malı derhal bozulabilecek türden olduğundan, üreticinin ürününü en çabuk bir şekilde tüketime ulaştırabilecek ve muhtemel bozulmaları önleyebilecek olanaklara sahip aracı işletmeleri bulması her zaman gerekli olabilir. Özellikle, bu tür malları talep eden tüketicilerin çokluğu nedeniyle, mallar için gerekli koruma olanaklarına sahip perakendeciler tarafından satılması kaçınılmaz bir zorunluluktur.

Ürünlerin tüketicilere ulaştırılmasında kullanılan dağıtım kanallarının daha bilinçli seçilmesi halinde küçük ve orta üretici işletmelerin gerek yapıları ve gerekse finansal güçlerindeki sınırlılık nedeniyle hem üretim ve hem de pazarlama fonksiyonlarını gelişen koşullara uyduramama zorlukları azaltılabilir.

Dağıtım kanallarındaki fiyat artışı sorununun çözümlenmesinde ve artan rekabet şartları altında üreticilerin varlıklarını sürdürebilmelerinde en iyi yollardan biri, tüm güçlerini üretim fonksiyonlarına yöneltip, pazarlama çalışmalarını kuracakları pazarlama kooperatifleriyle sürdürmeleri önerilebilir.

EK : 1

80 SAYILI HAL KANUNU

MADDE 1- 1580 sayılı Kanununun 15'nci maddesinin 58'inci bendine göre tesis edilen toptancı halleri amme emlakından sayılıp kiraya verilemezler. Belediye hudutları içindeki toptan satışlar bu hallerden yapılıır. Hal olarak kullanılmak üzere tahsis edilmiş yerlerde bu kanun hükümlerine tabidir.

MADDE 2- Halde toptan Satışlar Kooperatif ve Kooperatif birlikleri, müstahsiller ve komisyoncular tarafından yapılabılır ve ancak birbirlerinden mal alıp satamazlar.

MADDE 3- Haldeki yerlerin 2 nci maddedeki önceliklere tabi olarak kimlere ve ne suretle tahsis olunacağı kendilerine tahsis yapılanlarla müstahdemlerinin ve diğer şahısların hangi hususlara riayet edecekleri ve ne gibi vasıflara haiz olacakları satış muamelelerinin ne şekilde yapılacağı müstahsil ile Halden mal alanların hak ve menfaatlerinin ne suretle korunacağı ve Halin daimi emniyeti için ne gibi tedbirler alınacağı hususları belediye meclislerince kabul edilecek yönetmeliklerle tespit edilir.

MADDE 4- Bu kanun ile bu kanuna istinaden yürürlüğe konulacak yönetmelik esaslarına aykırı hareket edenler hakkında belediye encümenlerince A) (100) liradan (5000) liraya kadar para cezası alınmasına, B) 3 seneye kadar Hal dahilinde faaliyetten mene karar verilir. Hal dahilinde bir aydan fazla faaliyetten men edilenlerin hal'deki yerleri geri alınarak başkalarına tahsis edilebilir. Satış mevzuu malların ne suretle tasfiye edileceği yönetmeliklerde gösterilir.

Para cezaları 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü hakkındaki kanun hükümlerine göre tahsil olunur.

İlgililerin yazılı savunmaları alınarak verilecek 1000 liraya kadar para cezaları ile bir aya kadar Hal dahilinde faaliyetten mene ait kararlar kesin olup aleyhine adli ve idari mercilere müracaat olunamaz.

Bu hadler üstünde verilecek cezalar için 1608 sayılı kanun hükümlerine göre itiraz olunabilir. Ancak, bu itiraz icrayı durduramaz ve icranın geri bırakılması yoluna gidilemez.

250 liraya kadar para cezaları ile 15 güne kadar faaliyetten men cezasını vermeye belediye başkanları ve teşkilatı bulunan yerlerde belediye başkan muavinleri ve belediye şube müdürleri yetkilidir.

Bu suretle verilecek cezalar kesin olup aleyhine adli ve idari kaza mercilerine müracaat olunamaz.

- MADDE 5-** Haklarında Hal'deki yerlerinin geri alınmasına karar verilenler bu yeri verilen müddet içinde tahliye ile belediyeye teslim etmeye mecburdurlar. Aksi takdirde tahliye herhangi bir hüküm istihsaline hacet kalmaksızın belediye zabıtasınca yerine getirilir. Hal'deki yerleri geri almayanların bu yerleri kapalı kalacağı süresinde ne şekilde kullanacağı yönetmelikte gösterilir.
- MADDE 6-** Belediyece Hal'de kendilerine muayyen yer tahsis edilenler işgal ettikleri yerler için 1580 sayılı kanununun 70'inci maddesinin 8'inci bendine göre Belediye'ye ücret öderler. Bundan başka, Hal'de satılan malların satış bedelinin %3'nü tecavüz etmemek kayıt ve şartıyla belediye meclislerince düzenlenecek tarifeye göre hisse alınır. Malların Hal'e giriş ve çıkışı belediye müstahdemleri tarafından temin edildiği takdirde ayrıca belediyeler gördükleri hizmetlere mukabil tarifesine göre taşıma ücreti almağa yetkilidir.
- MADDE 7-** Hal'de faaliyette bulunacak komisyoncuların satış bedelleri üzerinden alacakları komisyon miktarı kabın komisyoncu tarafından temini hali dahil % 8'i tecavüz etmemek şartı ile belediye encümenince tayin olunur.
- MADDE 8-** Bu kanunun uygulanmasında belediye görevlileri tarafından işlenen suçlar hakkındaki cezalar iki kat olarak verilir.
Geçici Madde 1- Evvelce yapılmış olan kira akitleri bu kanunun yürürlüğe girdiği tarihte hükümsüzdür.
Geçici Madde 2- Bu kanunda yazılı yönetmelik ve tarifeler bu kanunun yürürlüğe girdiği tarihte uygulanmak üzere belediyelerce hazırlanır.
- MADDE 9-** Bu kanun yayımı tarihinden bir ay sonra yürürlüğe girer.