

**YAŞ MEYVE VE SEBZE PAZARLAMA
MERKEZLERİ:
TOPTANCI HALLER-PAZARLAR**

**DÜNYA, AVRUPA BİRLİĞİ VE TÜRKİYE'DEN ÖRNEKLERLE
YAPISI VE İŞLEYİŞİ**

Doç. Dr. Mevhibe ALBAYRAK

**Ekim 2009
ANKARA**

ÖNSÖZ

Türkiye, yaş meyve ve sebze üretimi bakımından dünyanın önde gelen ülkeleri arasında yer almaktadır. Tarım ürünleri dışsatımı içinde de yaş meyve ve sebzenin önemli payı ve büyük gelişme potansiyeli vardır. Yaş meyve ve sebze ticareti; bu ürünlerin üretimi ile ilgilenen üreticileri, kooperatifleri, üretici birliklerini, komisyoncuları, toptan ve perakendeci tüccarları, dışsatımcı ve dışalımıcıları, ilgili kamu kurumlarını ve tüketicileri yakından ilgilendirmektedir.

Ülkemizde, özellikle son 10-15 yıllık dönemde, meyve ve sebze ticaretinde önemli gelişmeler olmuş, en son gelişmeleri uygulayarak modern anlamda üretim ve pazarlama yapan, büyük ve güçlü, yeni şirketler doğmuş ve hızla gelişme göstermiştir. Bunlar içinde dışsatıma yönelenler dışalımıcı ülkelerin gıda güvenilirliğini sağlamak amacıyla koyduğu yoğun kuralları uygulamak ve uluslararası rekabet ile boğuşmak durumunda olmuşlardır. Buna karşılık, aynı dönemde, toptancı haller paralel bir gelişme içinde olamamıştır. Bu nedenle, yeni bir yasa arayışı sürekli gündemde kalmıştır.

Konunun güncelliğini hiç yitirmediği bir ortamda bu eserin hazırlanması son derece önemli ve gereklidir. Bu çalışmada; Dünya, Avrupa Birliği ve Türkiye’de yaş meyve ve sebze üretim ve dış ticaret yapısına ilişkin bilgiler verilmiş, çeşitli ülkelerde ve Türkiye’de “toptan pazarlar” genel hatlarıyla incelenmiş, sorunlar belirlenmiş ve çözüm yolları önerilmiştir. Böyle bir çalışmanın, Türkiye’de tarımsal pazarlama biliminin en önde gelen ismi olan, benim de hocam olmasıyla her zaman gurur duyduğum ve maalesef çok erken bir dönemde kaybettiğimiz Prof. Dr. Turan Güneş’in yetiştirdiği bir öğrenci tarafından ele alınması ve değerli bir kitap haline getirilmesi bana da büyük mutluluk vermiştir.

Bu eser, konu ile ilgili herkese yarar sağlayacak, özellikle bu alanda çalışmak isteyen genç meslektaşlarımız için bir başvuru kitabı olacaktır. Sayın Doç. Dr. Mevhibe Albayrak, bu eseri ile bu alandaki boşluğun doldurulmasına büyük katkı sağlamıştır.

Prof. Dr. Oğuz YURDAKUL

TEŞEKKÜR

Türkiye tarımında önemli yeri olan yaş meyve ve sebze alt sektörünün üretim ve pazarlama sistemleri önemini gün geçtikçe artırmaktadır. Bu bağlamda eserde, sektörün ekonomik öneminin yanı sıra, pazarlama kanalları içinde özel bir yeri olan “TOPTANCI HALLER” incelenmiştir. Türkiye’deki Toptancı Halleri, dünya ve Avrupa Birliği’nden örneklerle kıyaslanarak değerlendirmeler yapılmıştır. Bu çalışmanın, sektörle ilgili tüm paydaşlara önemli katkılar sunması dileğimidir.

Öncelikle akademik hayatımda emeği geçen danışman hocam rahmetli Prof.Dr. Turan GÜNEŞ’e ve hayatımın dönüm noktalarında katkılarını benden esirgemeyen Prof.Dr.Oğuz YURDAKUL hocama minnettarlığımı sunmayı onurlu bir borç bilirim.

Çalışmanın hazırlanması sırasında; yaptığı katkılar nedeniyle değerli meslekdaşım ve dostlarım Doç.Dr.Erdoğan GÜNEŞ’e ve Doç.Dr.Bülent GÜLÇUBUK’a, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı İç Ticaret Genel Müdürlüğü Toptancı Haller uzmanı Sayın Selami ATASOY’a, sevgili Dr.Gülşen KESKİN ve Araş.Gör.Osman Orkan ÖZER’e, yüksek lisans öğrencilerim Gülcan AKBAY ve Burcu DURMUŞ’a, çalışmanın basımına karar veren ve basımını üstlenen Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü yönetimine, her türlü manevi destekleri ve onlardan çaldığım zaman için oğullarım EFE ve ATA’ya, eşim Kürşad’a, Sayın Vekilim Vehbi Meşhur ve annem Meliha Meşhur başta olmak üzere tüm aileme sonsuz teşekkürler ederim.

Doç.Dr. Mevhibe ALBAYRAK

ÖZET

Yaş meyve ve sebze tarım sektörü ve ülke ekonomisinde üretim, tüketim ve dış ticarete konu olması nedeniyle önem taşımaktadır. Sektörün ekonomik önemi kadar insan beslenmesinde de özel bir yeri bulunmaktadır. Nitekim güvenilir bir şekilde üretilmesi halinde yaş meyve ve sebze dengeli beslenmede göz ardı edilmemektedir. Bu açıdan yaş meyve ve sebzenin üretimindeki yapısal durum, olanak ve fırsatlar kadar, ürünlerin tüketiciye ulaştırma sürecinde pazarlama kanallarının durumu da önem taşımakta ve ilgililerce dikkatle izlenmektedir. Pazarlama kanalında birçok aracilar yoluyla ya da doğrudan pazarlama sistemleri ile yaş meyve ve sebze alıcılara ulaştırılmaktadır. Yaş meyve ve sebze pazarlama kanallarında araciların fazla olması pazarlama marjlarının artmasına yol açmaktadır. Bu açıdan pazarlama zinciri bilimsel çalışmalar kadar paydaşları da daha yakından ilgilendirmektedir.

Bu çalışmada, yaş meyve ve sebze pazarlamasında Toptancı Hallerin yerinin Dünya, AB ve Türkiye boyutunda irdelenmesi hedeflenmiştir. Yaş meyve ve sebze sektörü üretim, dış ticaret yapısı ve uygulan destekler itibariyle değerlendirilmiştir. Bir sonraki aşamada yaş meyve ve sebze pazarlama sistemleri sunulmuş, toptancı haller ve bu konudaki uluslar arası bir platform olan Dünya Toptan Pazarlar Birliği tanıtılmıştır. Dünya ve Avrupa Birliği'nden toptancı hallere örnekler verilmiş, Türkiye'deki haller altyapı olanakları, işlem hacmi, mevzuat, üretici ve diğer paydaşların temsil gücü gibi unsurlar açısından irdelenmiştir.

Çalışmada, Türkiye'de yaş meyve ve sebzenin toptancı hallerde işlem görme oranı yaş meyvede ortalama %22, sebzede ise %30 düzeyinde bulunmuştur. Bu rakamlara göre Toptancı Hallerin pazarda etkili olmadığını söylemek hatalıdır. Nitekim yaş meyve ve sebze arz ve talebinin bir araya gelmesiyle fiyatların oluştuğu toptan pazarlar olan Hallerin önemi yadsınamaz. Bu noktada gelişen perakende sektör karşısında Hallerin alt yapılarının geliştirilmesi ve Hale girişlerin özendirilmesi gerekmektedir. Özellikle laboratuvar olanaklarının geliştirilmesiyle arz ve talep cephesinin hale girişi sağlanabilir. İç ve dış pazarlar açısından hallerde veri tabanının oluşturulması, otomasyona geçilmesi ve işlevsel olmayan hallerle ilgili düzenlemeler gelecekte tartışılacak konular olacaktır.

Anahtar kelimeler: Yaş meyve ve sebze, toptancı haller, toptan pazarlar, pazarlama kanalı

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
ÖNSÖZ	i
TEŞEKKÜR	ii
ÖZET	iii
ÇİZELGELER DİZİNİ.....	vii
ŞEKİLLER DİZİNİ	viii
KISALTMALAR DİZİNİ.....	ix
EKLER	x
1.GİRİŞ	1
2.DÜNYA, AVRUPA BİRLİĞİ VE TÜRKİYE’DE YAŞ MEYVE VE SEBZE ÜRETİM, DIŞ TİCARET VE DESTEKLEME YAPISI	3
2.1. Yaş Meyve ve Sebze Üretimi	3
2.1.1. Yaş meyve üretimi	3
2.1.2. Yaş sebze üretimi	5
2.2. Yaş Meyve ve Sebze Dış Ticareti	10
2.2.1. Yaş meyve ve sebze dış satımı	10
2.2.2. Yaş meyve ve sebze dış alımı	12
2.3. Yaş Meyve ve Sebze Destekleme Araçları	13
3.YAŞ MEYVE VE SEBZE PAZARLAMA SİSTEMLERİ	17
4. DÜNYADA TOPTANCI PAZARLAR VE ÇEŞİTLİ ÖRNEKLER.....	25
4.1. Dünya Toptancı Pazarlar Birliği (The World Union of Wholesale Markets - WUWM)	25
4.1.1. Dünya Toptancı Pazarlar Birliği’ne üye toptan pazarların yapısal durumu	27
4.1.1.1. İşlem hacmi	27
4.1.1.2. Yöneldiği nüfusa göre pazarların büyüklükleri	28

4.1.1.3. İstihdam durumu	29
4.1.1.4. Altyapı durumu	29
4.1.1.4.1. Toplam pazar alanı	29
4.1.1.4.2. Toptan pazarlarda soğuk depo durumu	29
4.1.1.4.3. Park alanı	29
4.2. Tarımsal Ürünlere Yönelik Toptan Pazar Örnekleri	29
4.2.1. Avrupa Birliği ülkelerinden örnekler	29
4.2.1.1. İspanya	30
4.2.1.2. İtalya	30
4.2.1.3. Polonya	31
4.2.1.4. İngiltere	31
4.2.1.5. Portekiz	32
4.2.1.6. Hollanda	33
4.2.1.7. Almanya	33
4.2.1.8. Fransa	34
4.2.1.9. Finlandiya	34
4.2.2. Diğer ülkelerden örnekler	35
4.2.2.1. Çin	35
4.2.2.2. Japonya	36
4.2.2.3. Rusya	38
4.2.2.4. Meksika	39
4.2.2.5. Endonezya	39
4.2.2.6. Avustralya	39
4.2.2.7. Amerika Birleşik Devletleri	39
5. TÜRKİYE'DE TOPTANCI HALLER-PAZARLAR	41
5.1. Toptancı Hallerle İlgili Yasal Düzenlemeler	41
5.2. Toptancı Hallerin Yapısal Durumu	44

5.3. Türkiye’de Toptancı Hallerde Yaş Meyve ve Sebze İşlem Hacimleri	46
5.4. Toptancı Hallerdeki Sorunlar ve Çözüm Yaklaşımları	50
6. DEĞERLENDİRME	54
KAYNAKLAR	57
EKLER	60

ÇİZELGELER DİZİNİ

	Sayfa No
Çizelge 1.Dünya Meyve Üretimini Ülkelere Göre Dağılımı	5
Çizelge 2. Dünya, AB ve Türkiye’de Meyve Üretiminde Ağırlıklı Ürünler	5
Çizelge 3. Dünya Sebze Üretimini Ülkelere Göre Dağılımı	7
Çizelge 4. Dünya, AB ve Türkiye’de Sebze Üretiminde Ağırlıklı Ürünler	8
Çizelge 5. Türkiye’de Sertifikalı Tohum Kullanımı ve Sertifikalı Meyve/Asma Fidanı/Çilek Fidesi İle Kapama Bağ/Bahçe Tesisi Desteklemeleri	13
Çizelge 6.Tarımsal Üretime Yönelik Düşük Faizli Yatırım ve İşletme Kredisi Kullandırılmasında Uygulanacak İndirim Oranları	14
Çizelge 7. Meyve ve Sebze Alan Bazlı Mazot ve Kümyevi Gübre Ödeme Tutarı	15
Çizelge 8. Seçilmiş Ürünlerde Üretici, Hal, Pazar ve Market Fiyatları	19
Çizelge 9. Dünya Toptancı Pazarlar Birliği’nin Yönetim Kurulu	26
Çizelge 10. WUWM’a Üye Toptan Pazarlarda Ürün Bazında İşlem Hacminin Dağılımı	27
Çizelge 11. WUWM’a Kayıtlı Toptan Pazarların Bulunduğu Yerin Nüfusuna Göre Büyüklüğü	28
Çizelge12. Toptancı Hallerle İlgili Yasal Düzenlemelerin Gelişimi	41
Çizelge 13. Toptancı Hallerde Büyüklük Kriterleri	45
Çizelge 14. Toptancı Hallerin Satış Yeri Sayısına Göre Dağılımı	45
Çizelge 15. Türkiye’de Toptancı Hallerde İşlem Gören Ürün Miktarları	46
Çizelge 16. Toptancı Hallerde İşlem Gören Meyve Miktarları	48
Çizelge 17. Toptancı Hallerde İşlem Gören Sebze Miktarları	49
Çizelge 18. Toptancı Hallerde İşlem Gören Diğer Ürün Miktarları	50

ŞEKİLLER DİZİNİ

	Sayfa No
Şekil 1. Dünya Meyve Üretim Alanlarında AB ve Türkiye'nin Payı	3
Şekil 2. AB'de Meyve Üretim Alanlarının Dağılımı	3
Şekil 3. Dünya Meyve Üretiminde AB ve Türkiye'nin Payı	4
Şekil 4. AB'de Meyve Üretiminin Dağılımı	4
Şekil 5. Dünya Sebze Ekili Alanlarında AB ve Türkiye'nin Payı	6
Şekil 6. AB'de Sebze Ekim Alanlarının Dağılımı	6
Şekil 7. Dünya Sebze Üretiminde AB ve Türkiye'nin Payı	7
Şekil 8. AB'de Sebze Üretiminin Dağılımı	7
Şekil 9. Dünya, AB ve Türkiye Yaş Meyve ve Sebze Dış Satım Değerleri	10
Şekil 10. Dünya ve AB Ülkeleri Yaş Meyve ve Sebze Dış Alım Değerleri	13
Şekil 11. Yaş Meyve ve Sebzenin Tüketicie Doğrudan Pazarlama Sistemleri	17
Şekil 12. Yaş Meyve ve Sebzenin Tüketicie Aracılar Yoluyla Pazarlama Sistemleri	18
Şekil 13. Seçilmiş Ürünlerde Ortalama Ürün Fiyatları	20
Şekil 14. Seçilmiş Ürünlerde Ortalama Pazarlama Marjları	20
Şekil 15. Japonya'da Yaş Meyve ve Sebze Pazarlamasında Toptan Pazarların Yeri	38
Şekil 16. Toptancı Hallerde İşlem Gören Ürün Miktarları	47

KISALTMALAR DİZİNİ

AB : Avrupa Birliği

CEI : Central European Initiative

COPA : Committee of Agricultural Organisations

COGECA: General Confederation of Agricultural Co-operatives

DTÖ : Dünya Ticaret Örgütü

EAN.UCC : European Article Numbering-Uniform Code Council

EBRD: The European Bank for Reconstruction and Development (Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası)

EUCOFEL : European Union of the Fruit and Vegetable, Wholesale, Import and Export Trade (AB Sebze ve Meyve Toptancı, İhracatçı ve İthalatçılar Birliği)

FFMIN : Federation Française des Marchés d'Interêt National (Fransa Bölgesel Pazarlar Ağı Federasyonu)

TKB : Tarım ve Köyişleri Bakanlığı

TÜSEMKOM : Türkiye Sebze Meyve Komisyoncuları Federasyonu

GLOBALGAP : GLOBAL Good Agricultural Practices

GTIN : Global Trade Item Number (Ticari Ürün Numarası)

IULA : The International Union of Local Authorities (Uluslararası Yerel Yönetimler Birliği)

İTU : İyi Tarım Uygulamaları

İHU : İyi Hijyen Uygulamaları

İDU : İyi Dağıtım Uygulamaları

İGEME : İhracatı Geliştirme ve Etüd Merkezi

İGHU : İyi Gıda Hizmet Uygulamaları

İMESKOM : İstanbul Meyve -Sebze Komisyoncu ve Tüccarları Derneđi

İSMEYDER : İstanbul Yaş Meyve-Sebze ve Bostan Komiyoncuları Derneđi

KHK : Kanun Hükmünde Kararname

MERCASA : The Emprase Nacional Mercados Centrales de Abastecimientos S.A.

M.I.N. : Reseau de Marchés d'Interêt National (Ulusal İnterest Pazarlar Ağı)

WGRO S.A. : Wielkopolska Gildia Rolno-Ogrodnicza S.A. (Wielkopolska Tarım ve Bahçe Ürünleri Toptan Pazarı)

WUWM : World Union of Wholesale Markets

EKLER

	Sayfa No
Ek 1. Dünya, AB ve Türkiye’de Meyve Üretim Alanları	61
Ek 2. Dünya, AB ve Türkiye’de Meyve Üretim Miktarları	62
Ek 3. Dünya, AB ve Türkiye’de Sebze Ekili Alanlar	63
Ek 4. Dünya, AB ve Türkiye’de Sebze Üretim Miktarları	64
Ek 5. Dünya, AB ve Türkiye’de Yaş Meyve ve Sebze Dış Satım Değerleri	65
Ek 6. Dünya, AB ve Türkiye’de Yaş Meyve ve Sebze Dış Alım Değerleri	66
Ek 7. Türkiye’deki Toptancı Hallerin Yapısal Durumu	67

1.GİRİŞ

Yaş meyve ve sebze içerdikleri su, mineral, protein, karbonhidrat ve yağ nedeniyle sağlıklı ve dengeli beslenmenin önemli bir parçası olarak kabul edilmekte; içeriklerindeki antioksidanlar, bitkisel kimyasallar ve lifler nedeniyle de çeşitli hastalıklara karşı koruyucu özellik taşımakta ve zararlı maddelerin vücuttan atılmasına da katkıları bulunmaktadır. Ayrıca yaş meyve ve sebze üretim, istihdam olanakları, sanayiye hammadde sağlaması ve ihracat açısından hem bitkisel üretim hem de tarım içinde önemli katma değer yaratan ürün grubu olarak yerini almıştır. Mevcut ekolojik koşullarına uygunluğuna bağlı olarak, üretilen meyve sebze çeşitleri de farklılık göstermektedir. Küresel pazarda ürünlerin yer alabilmesi için öncelikle gıda güvenliğinin sağlanması, bunun yanı sıra doğru yer ve zamanda pazarlama stratejilerinin ortaya konulması gerekmektedir. Sektör açısından özellikle dış pazarlarda tanıtım ve markalaşmaya yönelik çalışmalara ağırlık verilmesi pazar payını artırma ve geliştirmede önemli bir araçtır. Bu konuda uygulamada olan devlet yardımlarından firmaların yararlanması gerekmektedir.

Türkiye ürün çeşitliliği ve ekolojik yapısı nedeniyle büyük bir üretim potansiyeline sahip olmasına rağmen standart ve kaliteli üretimdeki yetersizlikler iç ve dış pazarlarda sorun yaratmaktadır. Özellikle iç pazarda standartlar zorunlu olmadığı için yerli tüketici açısından fiyat- kalite ilişkisi, güven eksikliği vardır. Dış pazarlarda ise ülke ve marka imajı hakkında problemler gıda güvenliğine daha fazla özen gösterilmesini gerektirmektedir. Bununla birlikte, uluslar arası geçerliliği olan kalite belgelerine sahip firma sayısının artışı da sevindirici ve umut verici bir gelişmedir. Ayrıca Şubat 2009'da başlayan yaş meyve ve sebze üretiminde kullanılan kimyasalların kayıt altına alınması uygulaması izlenebilirliğin sağlanması açısından önemli ve gecikmiş bir düzenlemedir. Görüldüğü üzere, pazarlama hizmetleri konusunda süre gelen sorunlara karşın olumlu gelişmeler de olmaktadır.

Yaş meyve ve sebze üretimi kadar pazarlaması da önem taşımakta, ürüne ve ülkeye bağlı olarak pazar yapısı değişmektedir. Nitekim yaş meyve ve sebze tüketiciye doğrudan pazarlama şekilleri gibi toptancı haller, komisyoncu, kooperatif, üretici birlikleri, ticaret borsaları, bordlar, ihracatçı ve ithalatçı, ihracatçı birlikler yoluyla da ulaştırılmaktadır. Üretici örgütlerinin güçlü olmayışı aracılara bağıllığı da artırmakta ve aracı sayısının artması da pazarlama marjını yükseltmektedir. Küçük işletmelerin örgütlenememesi halinde, yaş meyve ve sebzenin tedarik, taşıma, depolama, ambalajlama, etiketleme, standartlaştırma, fiyat oluşumunun sağlanması gibi birçok pazarlama fonksiyonunun araçlar tarafından yerine getirildiğini de unutmamak gerekir.

Bu çalışmanın temel sorunsalı Türkiye'de yaş meyve ve sebze ticaretinde yer alan ve ürüne göre değişse de işlem hacminin genelde düşük seviyelerde gerçekleştiği toptancı hallerin pazardaki işlevini geniş bir perspektiften sorgulamaktır. Ülkede 191 toptancı halde yaş meyve ve sebze ticareti yapılmasına karşın, bunlar tüm paydaşların beklentilerini karşılamaktan uzak olup, temel fonksiyonlarını yerinde getirmede (gıda güvenliği, fiyat oluşumu, depolama, standardizasyonu sağlama gibi) sorunlarla karşı karşıyadırlar. Ayrıca hallerde üretici örgütlerinin temsiliyet gücü de yetersizdir. Bu durum Türkiye'de toptancı hallerle ilgili yasal düzenlemeler, üretici ve örgütlerinin temsiliyet düzeyleri, gıda güvenliği ve izlenebilirliğe yönelik uygulamalar halleri daima gündemdeki konular arasında tutmuştur. Hallerle ilgili düzenlemelerin araçlar, özellikle hallere girmeden beyan esasına göre yaş meyve ve sebze ticareti yapan perakendeciler, üreticiler ve bu ürünle ilgili olan taraflar açısından önem taşımaktadır. Toplumsal fayda gözetilmesi için, ürün güvenliğine yönelik hizmetlerin hallerde verilmesi için altyapının geliştirilmesi zorunludur.

Çalışmada Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'na kayıtlı ve Dünya Toptan Pazarlar Birliği'ne üye Toptancı Hallere ait orijinal veriler derlenerek bazı bulgulara ulaşılmıştır. Avrupa Birliği ve diğer bazı ülkelerdeki tarımsal ürünlerin toptan pazarları hakkında bilgiler Dünya Toptancı Pazarlar Birliği'ne

(WUWM) üye, bu ülkelerdeki toptan pazarların web sayfalarından ve bizzat bazı toptan pazarlardan elde edilen bilgiler ortaya konulmuştur. Ayrıca Türkiye İstatistik Kurumu, İhracatı Geliştirme ve Etüd Merkezi, Dış Ticaret Müsteşarlığı, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı'na ait veriler, yerli ve yabancı araştırma, rapor ve diğer akademik eserlerden de yararlanılmıştır. Elde edilen veriler amaca uygun olarak şekilsel ya da çizelge formatında düzenlenerek yorumlar yapılmıştır.

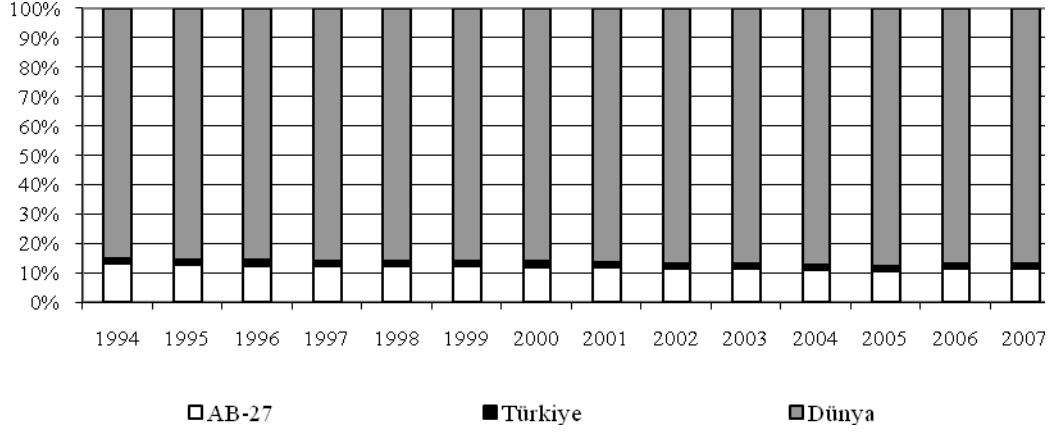
Çalışmada, toptancı hallerin daha sağlıklı çalışabilmesi için yasal, altyapı ve paydaşların temsiliyeti açısından öngörülerin ortaya konulması hedeflenmiştir. Bu amaçla, Dünya, Avrupa Birliği ve Türkiye'de yaş meyve ve sebze üretimi, dış ticaret yapısı, uygulanan destekler ve pazarlama sistemleri ortaya konulduktan sonra, pazarlamada önemli yeri olan toptan hallerin (toptancı pazarlar) yapısal farklılıkları ve yasal düzenlemeler karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Üretici, aracı, ihracatçı, perakendeci ve tüketici zincirinde tüm paydaşları yakından ilgilendiren ve geleneksel yaş meyve ve sebze ticaretinin bel kemiğini oluşturan toptancı hallerin mevcut durumuna ve sorunlarına yönelik önerilerin ortaya konulması aslında milyonlarca bireyi yakından ilgilendirmektedir. Ayrıca çalışmanın toptancı haller hakkında karar alıcılara ve bu konuda çalışanlara katkı sağlaması da amaçlanmıştır.

2. DÜNYA, AVRUPA BİRLİĞİ VE TÜRKİYE'DE YAŞ MEYVE VE SEBZE ÜRETİM, DIŞ TİCARET ve DESTEKLEME YAPISI

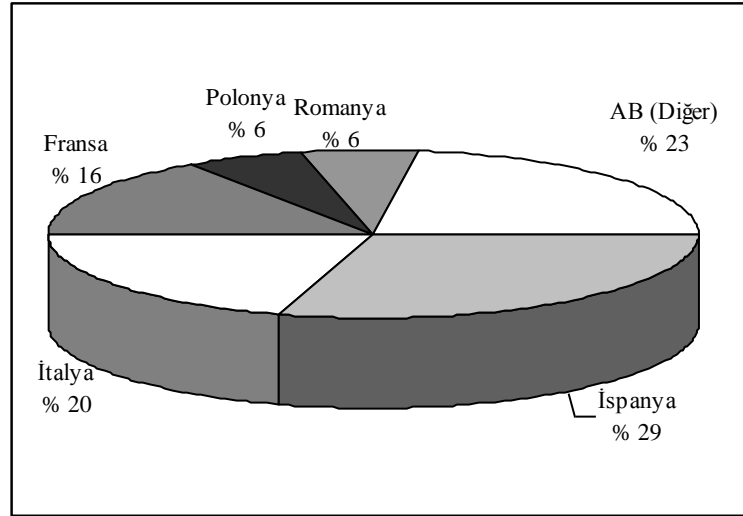
2.1. Yaş Meyve ve Sebze Üretimi

2.1.1. Yaş meyve üretimi

Dünya, AB ve Türkiye'de yaş meyve üretim alanlarındaki gelişmeler 1994-2007 dönemi itibariyle incelendiğinde (Ek 1), belirtilen dönemde dalgalanmalar olduğu görülmektedir. Bununla birlikte dünya yaş meyve üretim alanı 1994 yılında yaklaşık 45,5 milyon hektardan %3,5'lik artışla 2007 yılında 47,1 milyon hektara ulaşmıştır. Aynı yıllarda üretim artışı AB-27'de yaklaşık 7,1 milyon hektardan %12,7'lik düşüğe 6,2 milyon hektara gerilemiş, Türkiye'de ise yaklaşık 1,02 milyon hektardan %2,9'luk artışla 1,05 milyon hektara yükselmiştir. 2007 yılı dünya meyve alanı içinde AB'nin payı %13,1, Türkiye'nin payı ise % 2,2 düzeyindedir (Şekil 1). Türkiye'de yaklaşık %24'ü sulanan meyve alanlarında sulama olanakları ve modern sulama sistemlerinin yaygınlaşmasıyla üretim ve verimde artışlar olabilecektir. AB'deki meyve üretim alanlarının en yüksek olduğu ülkeler; İspanya, İtalya ve Fransa olup, 2007 yılında bu üç ülkenin toplamdaki oranı %65 düzeyindedir. Birliğe yeni katılan Polonya ve Romanya'nın toplam meyve alanı içindeki payı da %12 düzeyinde olup, bu ülkelerde de meyveciliğin önemli olduğu görülmektedir (Şekil 2). Bu ülkelerin AB üretim ve ihracatına olumlu katkı verebilecekleri beklenebilir.



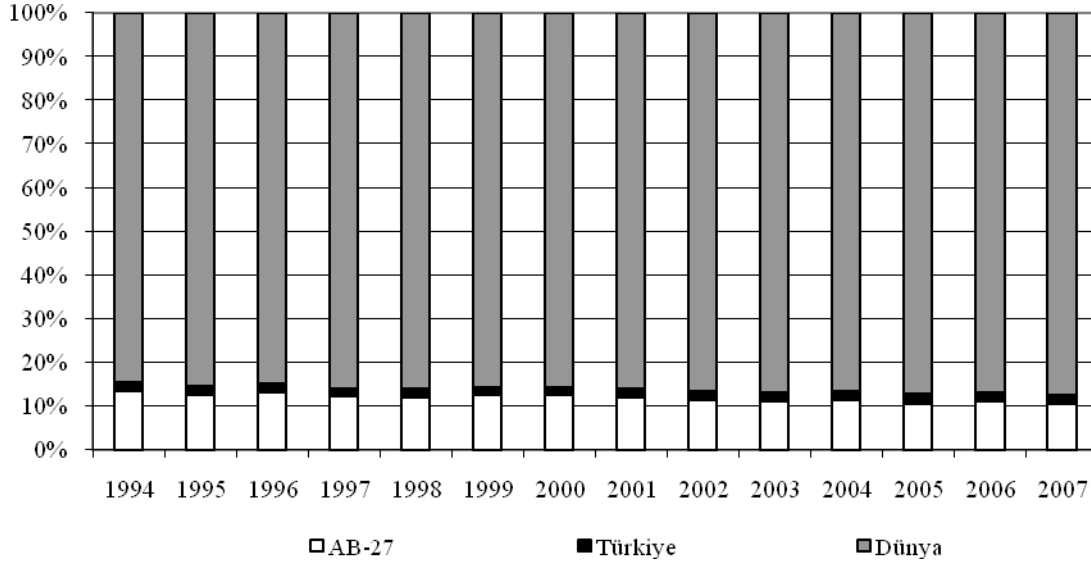
Şekil 1. Dünya Meyve Üretim Alanlarında AB ve Türkiye'nin Payı (%) (Anonymous,2008a)



Şekil 2. AB'de Meyve Üretim Alanlarının Dağılımı (%) (2007) (Anonymous,2008a)

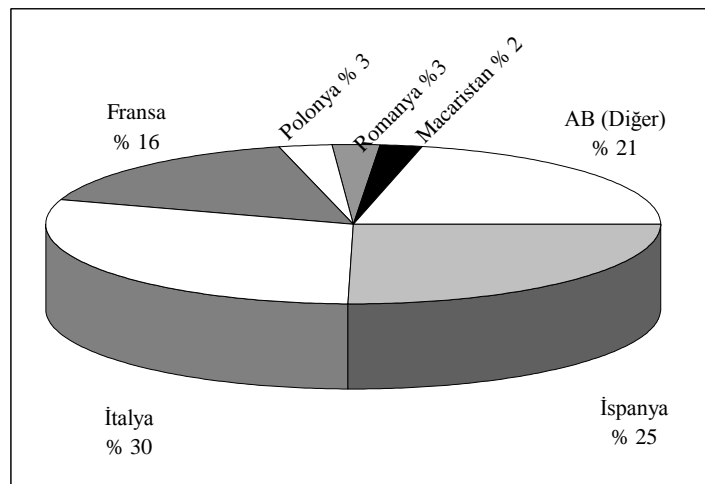
Yaş meyve üretim miktarındaki gelişmelere bakıldığında, 1994-2007 döneminde (Ek 2), Dünya, AB ve Türkiye meyve üretiminde değişen oranlarda da olsa artış trendi görülmektedir.

Dünya yaş meyve üretimi 1994 yılında yaklaşık 397 milyon tondan %25,9'luk artışla 2007 yılında 499,7 milyon tona yükselmiştir. Aynı yıllarda yaş meyve üretimi AB-27'de yaklaşık 62,6 milyon tondan %4,6'lık düşüyle 59,7 milyon tona inmiş, Türkiye'de ise yaklaşık 9,8 milyon tondan %26,5'lik artışla 12,4 milyon tona yükselmiştir. 2007 yılı dünya meyve üretiminde AB'nin payı %11,9, Türkiye'nin payı ise %2,5 düzeyindedir (Şekil 3).



Şekil 3. Dünya Meyve Üretiminde AB ve Türkiye'nin Payı (%) (Anonymous,2008a)

AB meyve üretiminde en yüksek paya sahip olan ülkeler; İspanya, İtalya ve Fransa olup, 2007 yılında bu ülkelerin toplam üretimdeki payları yaklaşık %72 düzeyinde gerçekleşmiştir (Şekil 4). Birliğe katılan yeni üye ülkelerden Polonya, Romanya ve Macaristan'ın meyve üretimindeki paylarının toplamı %8 düzeyindedir.



Şekil 4. AB'de Meyve Üretiminin Dağılımı (%) (2007) (Anonymous,2008a)

2007 yılı dünya meyve üretiminin %41,5'i başta Çin olmak üzere Hindistan, Brezilya ve ABD tarafından karşılanmıştır (Çizelge 1). 2007 yılı dünya meyve üretiminin %55,3'ünü muz, üzüm, elma ve portakal; aynı yıl AB'de üretimin yaklaşık %78,6'sını üzüm, elma, portakal ve armut; Türkiye'de ise %61,9'unu üzüm, elma ve portakal oluşturmuştur (Çizelge 2). Türkiye'de 2006 yılına göre 2007 yılında en fazla üretim artışı avakado (%89,2) ve vişnede (%48,9) olmuştur. Aynı yıllarda üretimdeki en fazla azalma ise zeytin (-%39,1) ve antepfıstığında (-%33,3) gerçekleşmiştir (Albayrak,2008a).

Çizelge 1. Dünya Meyve Üretimini Ülkelere Göre Dağılımı (2007) (Anonymous,2008a)

Ülkeler	Payı (%)
Çin	18,9
Hindistan	10,2
Brezilya	7,4
ABD	5,0
Toplam	41,5

Çizelge 2. Dünya, AB ve Türkiye'de Meyve Üretiminde Ağırlıklı Ürünler (2007) (Anonymous,2008a)

	Ürünler	Payı (%)
DÜNYA	Muz, üzüm, elma ve portakal	55,3
AVRUPA BİRLİĞİ	Üzüm, elma, portakal ve armut	78,6
TÜRKİYE	Üzüm, elma ve portakal	61,9

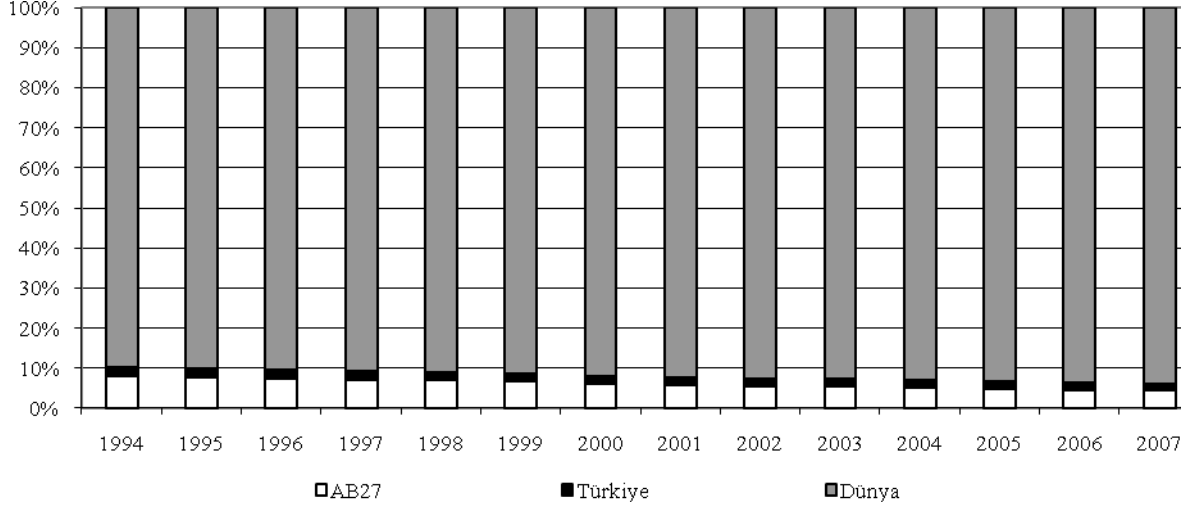
Son yıllarda etkisi belirginleşen ve gelecekte bu etkinin daha da artacağı yönündeki beklentiler küresel ısınmayı meyve üretimine yansımaları açısından önemli kılmaktadır. Nitekim yaş meyve ve sebze üretiminde sulamanın yetersizliği dikkate alındığında, küresel ısınma ve kuraklığın üretimi azaltıcı etkisi daha kuvvetli hissedilecektir.

2007 yılında dünya meyve verimi ortalaması 105,6 kg/ha, AB(27)'de 96,8 kg/ha ve Türkiye'de 118,1 kg/ha'dır. AB ortalama verim düzeyinden daha yüksek verime sahip üye ülkeler; Belçika, Hollanda, Yunanistan ve Almanya'dır. 1994-2007 döneminde, AB'de meyve veriminde %11'lik, Türkiye'de ise %7,6'lık artış sağlanmıştır (Anonymous,2008a).

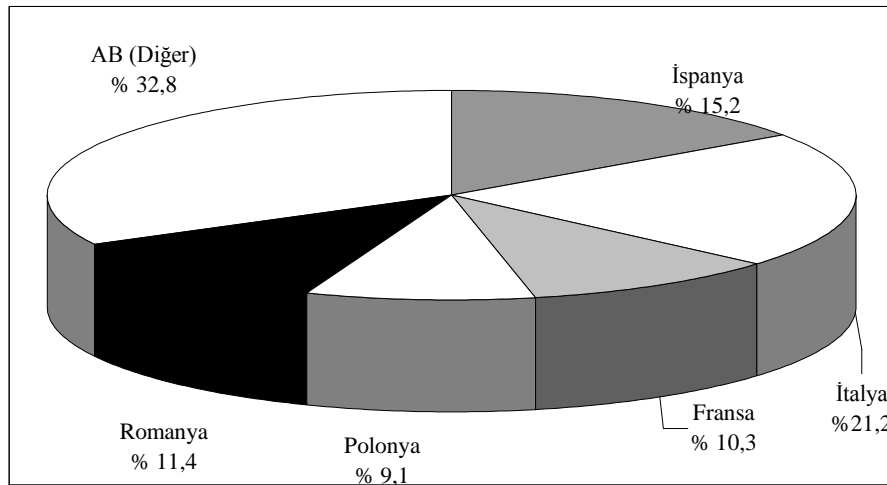
2.1.2. Yaş sebze üretimi

Sebze alanlarındaki gelişmeler 1994-2007 dönemi itibariyle incelenmiştir (Ek 3). Dünya sebze alanı 1994 yılında yaklaşık 34,5 milyon hektardan %51,9'luk artışla 2007 yılında 52,4 milyon hektara ulaşmıştır. Aynı yıllarda AB-27'de yaklaşık 3,0 milyon hektardan %16,7'lik düşüşle 2,5 milyon hektara gerilemiş, Türkiye'de ise yaklaşık 0,8 milyon hektardan %12,5'lik artışla 0,9 milyon hektara yükselmiştir (Anonymous,2008a). İncelenen dönemde Dünya, AB ve Türkiye sebze üretim alanlarında dalgalanmalar belirlenmiştir. 2007 yılı dünya sebze alanı içinde AB'nin payı %4,8, Türkiye'nin payı

ise % 1,7 düzeyinde gerçekleşmiştir (Şekil 5). Sebze alanlarının yaklaşık %81'inin sulanması üretim ve verim üzerinde önemlidir. AB'deki sebze alanlarının en yüksek olduğu ülkeler; İtalya, İspanya, Fransa, Polonya ve Romanya olup, 2007 yılında bu ülkelerin toplamdaki oranı %67,2 düzeyindedir. Birliğin yeni üyelerinden Polonya ve Romanya'nın toplam sebze alanındaki payı da %20,5 gibi yüksek bir orandadır (Şekil 6).

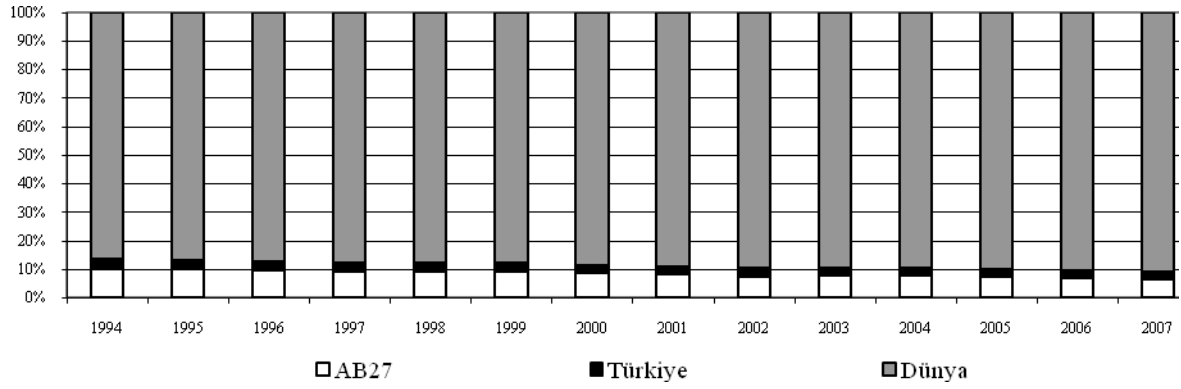


Şekil 5. Dünya Sebze Ekili Alanlarında AB ve Türkiye'nin Payı (%) (Anonymous,2008a)

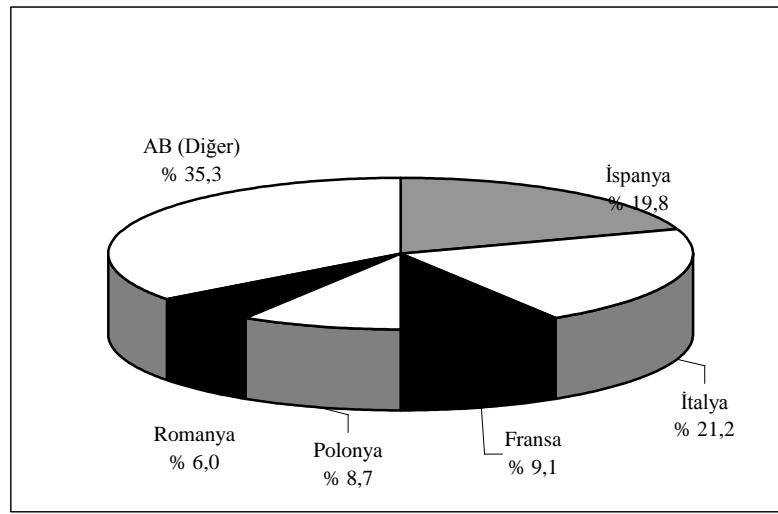


Şekil 6. AB'de Sebze Ekim Alanlarının Dağılımı (%) (2007) (Anonymous,2008a)

Sebze üretim miktarındaki gelişmelere bakıldığında, 1994-2007 döneminde (Ek 4) Dünya, AB ve Türkiye sebze üretiminde değişen oranlarda da olsa artış eğilimi görülmektedir. Dünya yaş sebze üretimi 1994 yılında yaklaşık 535 milyon tondan %66,9'luk artışla 2007 yılında 893 milyon tona yükselmiştir. Aynı yıllarda AB-27'de yaklaşık 63,1 milyon tondan %1,6'lık artışla 64,1 milyon tona, Türkiye'de ise yaklaşık 19,6milyon tondan %24,5'lik artışla 24,4 milyon tona yükselmiştir (Anonymous,2008a). 2007 yılı dünya sebze üretiminde AB'nin payı %7,2, Türkiye'nin payı ise % 2,7 düzeyinde gerçekleşmiştir (Şekil 7). AB'de sebze üretiminde en yüksek payı sahip ülkeler; İspanya, İtalya, Fransa, Polonya ve Romanya olup, 2007 yılında bu ülkelerin toplam sebze üretimindeki payları %64,8 düzeyindedir (Şekil 8).



Şekil 7. Dünya Sebze Üretiminde AB ve Türkiye'nin Payı (%) (Anonymous,2008a)



Şekil 8. AB'de 2007 Yılı Sebze Üretiminin Dağılımı (%) (2007) (Anonymous,2008a)

2007 yılı dünya sebze üretiminin %70,2'si başta Çin olmak üzere, Hindistan, Türkiye, İran, Rusya Federasyonu, İtalya, İspanya, Meksika ve Kore tarafından karşılanmıştır (Çizelge 3). 2007 yılı dünya sebze üretiminin %71,7'sini taze sebzeler, domates, karpuz, lahana ve çeşitleri, kuru soğan ve hıyar; aynı yıl AB'de üretimin yaklaşık % 62'sini domates, taze sebzeler, havuç, lahana ve çeşitleri ve kuru soğan; Türkiye'de ise %82,2'sini domates, karpuz, hıyar, kuru soğan, diğer kavunlar ve biber çeşitleri oluşturmuştur (Çizelge 4).

Çizelge 3. Dünya Sebze Üretiminin Ülkelere Göre Dağılımı (2007) (Anonymous,2008a)

Ülkeler	Payı (%)
Çin	50,3
Hindistan	8,1
Türkiye	2,7
Rusya Federasyonu	1,8
İtalya	1,5
İspanya	1,4
Meksika	1,3
Kore	1,3
Toplam	70,2

Türkiye’de 2006 yılına göre, 2007 yılında sebze üretiminde ise %0,7’lik azalma gerçekleşmiştir. Belirtilen yıllarda en yüksek üretim artışı ise çerezlik kabak (%80,9), Brüksel lahanası (%52,7) ve havuçta (%62,6); en fazla düşüş ise şalgam (-%78,8) ve semizotunda gerçekleşmiştir (Anonim,2008a).

2007 yılında dünya sebze verimi ortalaması 170,3 kg/ha, AB(27)’de 207,7 kg/ha ve Türkiye’de 245,6 kg/ha’dır. AB’de ortalama verim düzeyinden daha yüksek verime sahip ülkeler arasında Belçika, Avusturya, Hollanda, İrlanda ve İspanya ilk sıralarda yer almaktadırlar. 1994-2007 döneminde, AB’de sebze veriminde %21’lik, Türkiye’de ise %6,5’lik artış gerçekleşmiştir (Anonymous,2008a).

Çizelge 4. Dünya, AB ve Türkiye’de Sebze Üretiminde Ağırlıklı Ürünler (2007) (Anonymous,2008a)

	Ürünler	Payı (%)
DÜNYA	Taze sebzeler	27,0
	Domates	14,2
	Karpuz	10,5
	Lahana ve çeşitleri	7,8
	Kuru soğan	7,2
	Hıyar	5,0
	Toplam	71,7
AVRUPA BİRLİĞİ	Domates	24,9
	Taze sebzeler	10,1
	Havuç	9,7
	Lahana ve çeşitleri	9,0
	Kuru soğan	8,3
	Toplam	62,0
TÜRKİYE	Domates	41,0
	Karpuz	14,2
	Hıyar	7,8
	Kuru soğan	7,4
	Diğer kavunlar	7,3
	Biber çeşitleri	4,5
	Toplam	82,2

Türkiye’de 2004 yılında yaşanan doğal afetler, 2006 yılında özellikle meyve ağaçlarında etkisi fazla görülen don olayı ile 2007 yılında yetersiz yağış tarımsal kuraklıkta etkili olmuştur. Bu gelişmeler meyve sebze üretiminde düşüşe ve üreticilerin birçok üründe gelir kaybına yol açmıştır.

Türkiye’de yaş meyve ve sebze üretiminde önemli konular tohumluk, fide-fidan, Akdeniz meyve sineği, hormon ve tarımsal ilaç kullanımı ile kalıntılardır. Özellikle tarım ilaçları kullanımında uygulama dozları, uygulanacak tür ve zamanları konusunda hassasiyet gösterilmemesi (Demir,2002) iç pazarda sıkıntı yaratmakta, tüketici satın aldığı ürüne güven duymamakta ve başka arayışlara yönelmektedir. Yaş meyve ve sebzede verim ve üretimi geliştirmede önemli bir faktör de, sertifikalı-kaliteli tohumdur. Nitekim tohumluğun verim ve üretim artışındaki payı %25, bazı koşullarda da %40 olarak ifade edilmektedir. Türkiye’de domates, hıyar, biber, karpuz ve kavun başta olmak üzere, hibrit sebze tohumlukları ile patatesten sertifikalı tohumlukların yurt içi üretimdeki yetersizliklerin aşılması gerekmektedir (Anonim,2005a; Anonim,2006a). Fide- fidan konusunda destek verilmesi de olumlu bir gelişme olarak değerlendirilmelidir.

Yaş meyve sebzede hasattan başlayıp tüketiciye ulaşana dek ortaya çıkan ürün kayıpları önem taşımakta ve bu süreç az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde daha fazla dikkat gerektirmektedir. Nitekim, pazar yapısındaki eksiklikler kayıpları artırabilmektedir. Örneğin, çeşitli kaynaklarda Türkiye’de yaş meyve ve sebzede üretim ve pazarlama boyutunda ürün kaybının %20-25 civarında olduğu ifade edilmekte olup (Anonim,2006b), taze domates üretiminin dünyada %8,5’i, Türkiye’de ise %15’i zayi edilmektedir (Keskin ve Dölekoğlu, 2004; Keskin ve ark.,2007). Türkiye’de kayıpların hasatta %4-12, pazara hazırlık aşamasında %5-15, hallere taşınırken %2-8, depolamada %3-10, tüketim aşamasında %1-5 düzeyinde olduğunu gösteren araştırma sonuçları bulunmaktadır (Alpakin,2000;Aslan, 2006). Kayıpları ekonomiye kazandıracak önlemlerin alınması gerekmektedir. Bu önlemler arasında; soğuk zincir önem taşımaktadır. Nitekim soğuk zincir, üretimden tüketime kadar ki süreçte ürünün soğuk muhafaza ve soğuk taşıma gibi iki pazarlama hizmetini kapsamaktadır. Ayrıca, soğuk zincir ürünlerin daha geniş bir süreçte tüketilmesine olanak sağlayarak fiyat dalgalanmalarını önlemekte ve üretici gelirlerinde istikrar sağlamaktadır (Ünlü,2001). Soğuk zincir, iç pazar kadar, dış pazara yönelik ürünler açısından da iyileştirilmesi gerekli bir hizmettir.

Yaş meyve ve sebzenin üretim ve pazarlama aşamalarında kalitenin korunması ve geliştirilmesi güvenli gıda ve dolayısıyla tüketici açısından önemli bir konudur. Bu alanda yeni bir yaklaşım da, belli bir iç kalitenin korunmasından çok, kalitenin tüketici istekleri çerçevesinde yükseltilmesini amaçlayan “Kaliteyi Geliştirme Modeli”dir (Yılmaz,2001). Meyve sebze kalitesini tüketici beklenti ve eğilimleri tanımlamaktadır. Model, tüketici merkezli bir pazarlama anlayışı ile de örtüşmektedir. Nitekim tüketicilerin güvenli gıda-yaş meyve ve sebze talepleri ve bilinç düzeyleri dikkat çekmektedir. Akgüngör ve ark. (1999) tarafından yapılmış bir araştırmada, incelenen tüketicilerin ekolojik ürün olarak özellikle domates, sera ürünleri ve elmayı talep ettikleri ortaya konulmuştur. Oraman ve Unakıtan (2006) tarafından 2005 yılında yapılan bir diğer çalışmada da, tüketicilerin %76,5’i organik ürünleri güvenli bulduğunu, %70,2’si bu ürünlerin ilaç kalıntısız ve hormonsuz olduğunu düşündüklerini belirtmişlerdir. Günümüzde tüketicilerin organik ürünler konusunda daha bilinçli hareket ettikleri gözlenmektedir.

Üretim teknolojilerinin geliştirilmesi sonucunda, taze olarak tüketimi fazla olan meyve ve sebzelerde raf ömrünü uzatmak için (Alpakin,2000); antioksidanlar, yenilebilir kaplamalar ile asitlendirici kullanımı, Modifiye Atmosferde muhafaza, soğutma ve depolama öncesi çözümlere daldırma ve yıkama teknikleri ile minimal işlem uygulanabilmektedir (Velioğlu,2001). Tüketicilerin ürünlerde en az düzeyde işlem yapılmasını istemeleri bu tekniklerin kullanımını gerekli kılmaktadır.

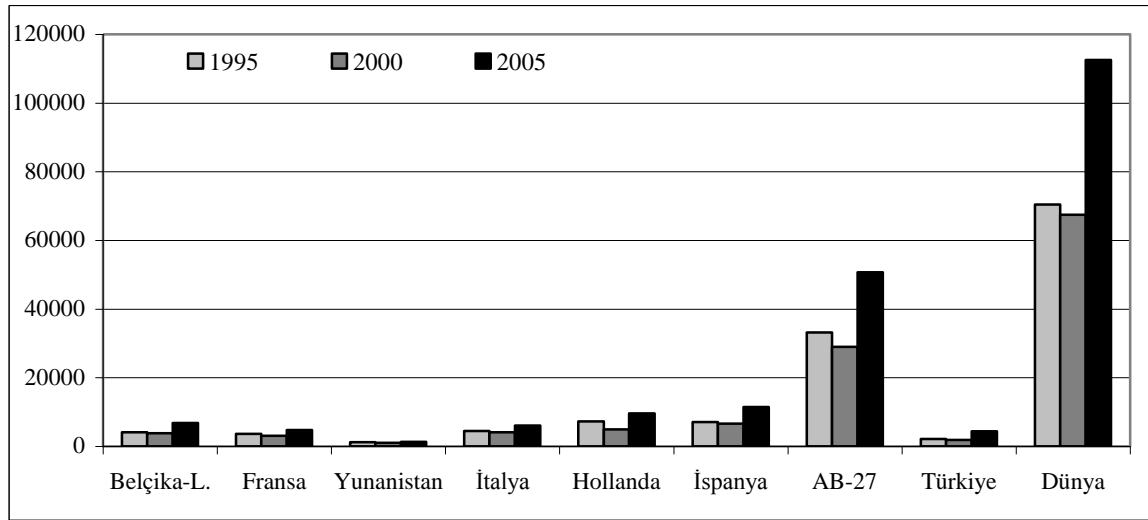
Türkiye'nin yaş meyve ve sebze üretim, çeşit potansiyeli ve ekolojik olanakları düşünüldüğünde dünya pazarlarında daha iyi konumda bulunması gerekmektedir. Günümüzde özellikle ihracat açısından GLOBALGAP ve kalite güvence sistemlerine sahip olma, organik ürünlere yönelik yükselen talep yaş meyve sebze üretim ve pazarlamada izlenebilirliği gerekli kılmaktadır. AB, ABD, İsrail ve Avustralya gibi (Gündüz,2000) önemli organik yaş meyve ve sebze üreticisi ülkelere benzer şekilde Türkiye'de de bu ürünlere yönelik pazar ve dağıtım sistemlerinin iyileştirilmesi gerekmektedir.

2.2. Yaş Meyve ve Sebze Dış Ticareti

Yaş meyve ve sebze sektörünün Dünya, Avrupa Birliği (AB) ve Türkiye'deki ticaret yapısı, 1994-2005 dönemi itibariyle ortaya konulmuştur. Sektörün, üretim kadar dış ticarete de konu olması ve döviz getirisi nedeniyle ülke ekonomisinde özel bir yeri vardır. Bu açıdan dış ticaretin önündeki engellerin ve bunlara yönelik önlemlerin de tartışılması önem arz etmektedir.

2.2.1. Yaş meyve ve sebze dış satımı

Dünya yaş meyve ve sebze dış satım değeri 1994 ve 2005 yıllarında 62,8 milyar dolardan 112,5 milyar dolara; AB'nin 29,6 milyar dolardan 50,6 milyar dolara; Türkiye'nin 2 milyar dolardan 4,4 milyar dolara yükselmiştir (Ek 5). 2005 yılı dünya yaş meyve ve sebze dış satım değerinin %45'ini AB, %3,9'unu Türkiye oluşturmuştur. AB yaş meyve sebze dış satımında en fazla payı olan ülkeler; İspanya, Hollanda, Belçika ve İtalya'dır (Şekil 9).



Şekil 9. Dünya, AB ve Türkiye Yaş Meyve ve Sebze Dış Satım Değerleri (Milyon \$) (Anonymous,2008a)

Türkiye'nin meyve dış satımı 2006 yılına göre 2007 yılında 1,4 milyon tondan 1,2 milyon tona düşerken (%14,28'lik azalma); sebze dış satımı 669 bin tondan 986 bin tona yükselmiştir (%47'lik artış) (Subaşı,2008). 2007 yılında yaş meyve dış satımının %71'ini turunçgiller, yaş sebze dış satımının ise %38'ini domates oluşturmuştur. Yaş meyvede 2008 yılının ilk altı ayında en fazla dış satımı yapılan ürünler sırasıyla; kiraz-vişne, çilek ve kayısıdır. Yaş sebze ise aynı dönemde en fazla dış satımı yapılan ürün domatestir. Bunu sırasıyla biber, soğanlar-şalotlar ve hıyar-kornişon izlemiştir (Anonim,2008b). İhracatta en önemli ülkeler Rusya Federasyonu, Almanya ve Romanya'dır. 2008 yılında yaklaşık 2,7 milyar dolar meyve ve sebze dış satımının SITC, Rev.3'e göre dahil olduğu canlı hayvan ve gıda maddeleri dış satımı içindeki payı % 55 düzeyindedir ve dış satım kalemleri içinde çok önemli bir ürün grubu özelliğini sürdürmektedir (Koç,2005).

Türkiye’de meyve sebze üretiminin yaklaşık %5’i ihraç edilmektedir. Üretimin %95’inin iç tüketimde-pazarda ve gıda sanayinde hammadde olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Ayrıca, dış pazarlardaki talebe uygun ürünlerin arzındaki süreklilik ile ilgili problemler dış satımı olumsuz etkilemektedir (Naran,2002). İhracata konu olan meyve ve sebze çeşitlerinin uluslararası piyasalarda talep edilen çeşitlere uygun olmayışı ve üretimden tüketime kadar miktar ve kalite kayıplarının yüksekliği diğer en önemli nedenler arasındadır. Dünyada organik ürünlere talebin artması, yaş meyve-sebze ticaretine farklı bir boyut katmaktadır. Türkiye’nin üretim yapısı ve potansiyelini organik üretim şekline yoğunlaştırması önerilmektedir.

Dünyada yaş meyve ve sebze ticaretinde çevre koruma politikalarının ve tüketici bilincinin artmasıyla gıda güvenliği, GLOBALGAP, ISO 22000 HACCP Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi (Anonim,2008f) gibi kalite güvence sistemleri daha fazla dikkate alınmaktadır. Türkiye’nin dış ticaretinde ağırlığı olan AB ülkelerinde bu konulardaki yasal düzenlemelerin ihracatçıları zorladığı bir gerçektir. Nitekim Avrupa Birliği’ndeki büyük perakendeci gruplar, sağlıklı ve kaliteli ürün tüketimini sağlamak için kendi ürünlerinde ve ithal edilen tarımsal ürünlerde aranan minimum standartların ana dayanağını EUREPGAP’le (yeni adı GLOBALGAP) belirlemişlerdir. AB’de kalite, ambalaj, tüketici hakları, HACCP gibi birçok önemli yasal düzenlemeler, ülkemizde üreticilerin, ihracatçı firmaların bu konularda bilgi sahibi olmasını zorunlu kılmaktadır (Koç,2005). AB’de perakendecilerin EUREPGAP sertifikalı ürün talebinde Hollanda (%90), İngiltere (%65), Belçika (%51) ve İsveç (%43) başta gelmektedirler (Sayın ve ark. 2004). Dünyada 2002 yılında 3.892, 2005 yılında 35.000, 2008 yılında 57.000 firma EUREPGAP sertifikası kullanım hakkına sahiptir (Turhan ve ark. 2004; Vural,2008). 2007 yılında 81.000 meyve sebze üreticisi GLOBALGAP protokolüne uygun üretimde bulunmaktadır (Balcı,2008). Dünyada GLOBALGAP’a uyumlu yaş meyve ve sebze üreticisinin artması ve özellikle AB ve birçok gelişmiş ülkeye girişte belge Türk firmalarının dış satımlarına yansıtacaktır. Bu kapsamda çeşitli kurumlar tarafından yürütülen yayım çalışmaları ve İTU’ye verilen destekler kaliteli ve sağlıklı üretimi teşvikte önemli birer araç oldukları göz ardı edilmemelidir.

Türkiye’de dış satımın artırılması ve AB pazarına giriş kolaylığı için, İyi Tarım Uygulamaları ve İzlenebilirlik Sistemlerinin teşvik edilmesinin dikkatle ele alınmalıdır (Demirbaş ve ark.,2005; Tunalihoğlu ve Gülşen,2005). AB Parlamentosu ve Konseyi’nin 178/2002 sayılı Gıda Kanunu Yönetmeliği ile gıda ve tüketici güvenliği konularına düzenlemeler getirilmiş ve Yönetmeliğe göre, 1 Ocak 2005 tarihinden itibaren izlenebilirlik zorunlu kılınmıştır (Demirbaş ve ark.,2005). Yönetmeliğin 18. maddesinde; izlenebilirliğin, gıdaların ve gıda yapımında kullanılan veya kullanılması düşünülen tüm maddelerin üretimi, işlenmesi ve satışındaki tüm aşamalarda sağlanacağı; Birlik içinde satılacak veya satışa sunulacak gıda maddelerinin izlenebilirliğini sağlayacak bilgi veya dokümanların yeterli düzeyde bulundurulması gerektiği belirtilmektedir. İzlenebilirlik EUREPGAP protokolü/ GLOBALGAP ve Kontrol listesine göre de uyulması gereken kritik zorunlu kriterler arasında gösterilmektedir (Demirbaş ve ark.,2005). Dünyada ise, Birleşmiş Milletler (BM) tarafından önerilen tek “İzlenebilirlik Standardı” EAN International tarafından oluşturulmuş olan “EAN.UCC” sistemidir. EAN.UCC Sistemi; standartları barkod, radyo frekansı ile tanımlama ya da RSS (Reduced Space Symbology) gibi araçlar yardımı ile uygulamaktadır. EAN-UCC sistemi ile dünya üzerindeki her bir değişik ticari ürüne bu ürünü dünya üzerinde tek olarak tanımlayacak GTIN numarası (Global Trade Item Number- Ticari Ürün Numarası) verilmektedir. Ticari ürünler EAN-UCC sisteminde her biri 14 basamaklı GTIN’in bir alt kümesi olarak değerlendirilebilecek EAN/UCC-8, UCC-12, EAN/UCC- 13, EAN/UCC-14, EAN/UCC-128 numaraları ile tanımlanır ve bu numaraları gösteren barkod ile simgelenmektedir. Türkiye’de de yaş meyve ve sebze izlenebilirlik kavramı İTU; İHU (İyi Hijyen); İİU (İyi İşleme); İDU (İyi Dağıtım) ve İGHU’nu (İyi Gıda Hizmetleri) kapsayan geniş bir yelpazeye sahiptir.

Bitkisel üretimde kullanılan kimyasalların kayıt altına alınması hakkındaki Yönetmelik iç pazar kadar dış pazar, üretici kadar dış satımcı kişi ve kurumları da ilgilendirmektedir. Bitkisel ürünlerin üretiminden iç ve dış ticaretine kadar geçen süreçte kullanılan Bitki Koruma Ürününün Zirai

Mücadele Teknik Talimatlarına ve diğer kimyasalların teknik tavsiyelerine uygun ve kontrollü olarak kullanılmasını, Türk Gıda Kodeksi ve kalıntı değerlerine uygun bitkisel ürün arzını, tüketici sağlığı ve çevrenin korunması ile üründe izlenebilirliğinin sağlanmasına ilişkin usul ve esasları belirlemek amacıyla hazırlanan **“Bitkisel Üretimde Kullanılan Kimyasalların Kayıt Altına Alınması ve İzlenmesi Hakkında Yönetmelik**, 4 Kasım 2008 tarih ve 27044 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Yönetmelik, üretimde kullanılan ilaç, gübre, bitki gelişim düzenleyicilerinin hangi hastalık, zararlı, yabancı ot ya da bitki besin elementi noksanlığı için kullanıldığını; kullanılan dozun, uygulamanın ve hasadın hangi tarihte yapıldığına ilişkin kayıt tutma zorunluluğunu getirmiştir (Anonim,2009a). Yönetmelikte, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı (TKB) tarafından kayıt sisteminin kurulması, üreticilerin zorunlu olarak kayıt defteri tutması ve kimliği olmayan ürünlerin satışa sunulamayacağı hükme bağlanmıştır. Ayrıca, Yönetmelikte, bitkisel üretimde kimyasal kullanımına bağlı sorunların önlenmesi için TKB ve müdürlükler, üreticiler, ürünü toptan alan alıcı, ihracatçı kişi kurum ve kuruluşların görev ve sorumlulukları ile yaptırımlara ilişkin usul ve esaslar yer almaktadır.

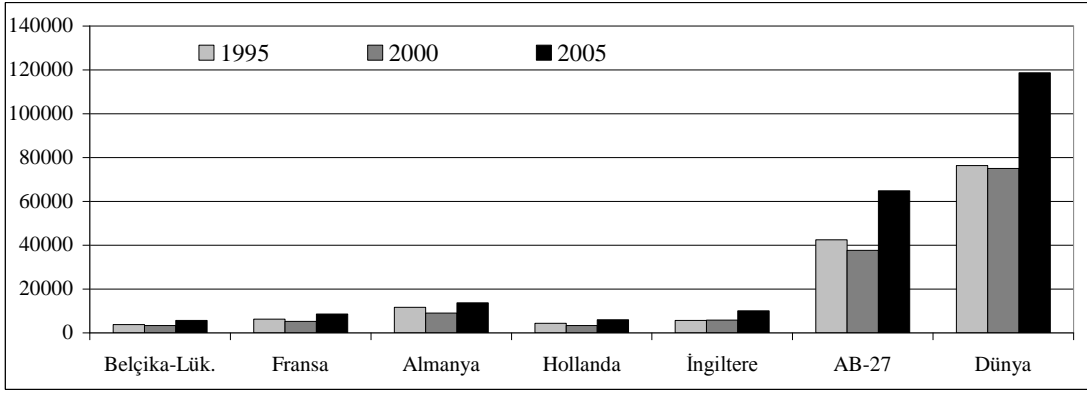
Yönetmelikte bitkisel ürünü toptancı, hal tedarikçisi, ihracatçı, kabzımal gibi toptan alanlara; aldıkları ürünlerin üreticisine ulaşılabilecek şekilde üretici bazında kayıt sistemini oluşturma, işleme, tasnif veya paketleme yerlerinde barkod ve kimlik sistemini oluşturup bunu ürün ambalajına işleme zorunluluğu getirilmiştir. Yönetmeliğin 14.maddesinde ticarete konu olan taze meyve ve sebze ürünlerine ilişkin hükümlerin 1 Şubat 2009 tarihinde, diğer ürünlere ilişkin hükümlerin 1 Şubat 2010 tarihinde, sera ve örtü altı üretimine ilişkin hükümlerin ise 4 Kasım 2008 tarihinde yürürlüğe gireceği belirtilmiştir (Anonim 2009b). Belirtilen uygulamalar yürürlükte. Bu aşamada, hedeflenen izlenebilirliğin sağlanmasında üreticilerin sağlıklı kayıt sistemine sahip olması gerekmektedir.

17.01.2008 tarih ve 26759 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan “Meyve/Asma Fidan ve Üretim Materyali Sertifikasyonu ve Pazarlaması Yönetmeliği” meyve/asma türlerine ait fidan ve üretim materyallerinin, kaliteli ve sağlıklı biçimde üretilmesi ve pazarlanmasını sağlamak amacıyla, sertifikasyon sistemi dahilinde üretim ve pazarlanması ile ilgili usul ve esasları kapsamaktadır. Aynı Resmi Gazete’de yayımlanan “Sebze Fidesi Üretim ve Pazarlaması Yönetmeliği” ticari amaçla üretilen, dağıtımı ve satışı yapılan, ithal ve ihraç edilen sebze türlerine ait fidelerinin tespit edilen standartlara uygun, kaliteli ve sağlıklı olarak üretilmesi ve pazarlanması esaslarını belirlemektedir. Belirtilen Yönetmeliklerle pazarda ürünün güvenilirliği ile izlenebilirliği artacak ve toplumsal fayda yaratılacaktır.

2.2.2. Yaş meyve ve sebze dış alımı

Dünya yaş meyve ve sebze dış alım değeri 1994 ve 2005 yılları arasında 70,2 milyar dolardan 118,7 milyar dolara; AB’nin 38,6 milyar dolardan 64,8 milyar dolara; Türkiye’nin 47,7 milyon dolardan 284 milyon dolara yükselmiştir (Ek 6). 2005 yılı dünya yaş meyve ve sebze dış alımını %54,6’sını, AB, %0,2’sini Türkiye oluşturmuştur. AB’de yaş meyve sebze dış alımın en fazla olduğu ülkeler Almanya, Fransa, Hollanda, Belçika ve İngiltere’dir (Şekil 10). Dünya yaş meyve ve sebze dış alımında ağırlığı olan ürünlerin başında muz, elma, portakal, patates, domates ve soğan gelmektedir.

Türkiye’de yaş meyve ve sebze dış alımı muz, hindistan cevizi, ananas, avakado gibi tropik ürünlere yönelik olup, bu ürünlerin dış alım miktarlarında artışlar söz konusudur. Dış alımda muz, turuncğiller ve hurmanın ağırlığı vardır. 2007 yılında yaklaşık 340 bin ton dış alımın %66’sını muz oluşturmuştur. Yaş sebze dış alımında ağırlığı olan ürün patatestir. Nitekim 2007 yılında yaklaşık 27 bin ton sebze dış alımın %89,6’sını patates oluşturmuştur (Anonim,2008b).



Şekil 10. Dünya ve AB Ülkeleri Yaş Meyve ve Sebze Dış Alım Değerleri (Milyon \$) (Anonymous,2008a)

2007-2008 yıllarında yaklaşık 450 milyon dolar değerinde meyve ve sebze dış alımı yapılmıştır. Bu sektörün SITC, Rev.3'e göre dahil olduğu canlı hayvan ve gıda maddeleri dış alımı içindeki payı %14 düzeyindedir (Albayrak, 2008a).

2.3. Yaş Meyve ve Sebze Destekleme Araçları

Türkiye ekonomisinde nüfus ve istihdam, beslenme, tüketim, sanayiye hammadde sağlama, milli gelir ve ödemeler dengesine katkıları nedeniyle önemli bir sektör olan tarımda, yaş meyve ve sebze sektörünün de özel bir yeri bulunmaktadır. Sektörün dünya pazarlarına entegrasyonu için üretim ve pazarlamaya yönelik çeşitli desteklere gereksinim duyulmaktadır. Sektörü geliştirmeye ve iyileştirmeye yönelik çeşitli destekler uygulanmaktadır. (Anonim,2008c). Bu destekler aşağıda sunulmuştur:

- Sertifikalı Tohum Kullanımı ve Sertifikalı Meyve/Asma Fidanı/Çilek Fidesi İle Kapama Bağ/Bahçe Tesisi Desteklemeleri Hakkında Tebliğ (Tebliğ No: 2008/40)
(27/6/2008 Tarih ve 26919 Sayılı Resmi Gazete) (Çizelge 5)

Tebliğ, sertifikalı tohumluk kullanımının yetersiz olduğu bazı türlerde sertifikalı tohum kullanımının ve sertifikalı meyve/asma fidanı/çilek fidesi ile kapama bağ/bahçe tesisinin desteklenmesini amaçlamaktadır.

Çizelge 5. Türkiye'de Sertifikalı Tohum Kullanımı ve Sertifikalı Meyve/Asma Fidanı/Çilek Fidesi İle Kapama Bağ/Bahçe Tesisi Desteklemeleri (2008)

Virüsten ari meyve fidanı ile bahçe tesisi	180 TL/da
Narenciye, yarı bodur ve tam bodur meyve fidanı ile bahçe tesisi ve narenciye bahçelerinde aşılama ile çeşit değiştirme	135 TL/da
Diğer meyve türleri ile bahçe ve bağ tesisi	108 TL/da
Zeytin (Gemlik hariç) fidanı ile bahçe tesisi	90 TL/da
Zeytinde Gemlik çeşidi fidanı ile bahçe tesisi	36 TL/da
Sertifikalı Antepfıstığı anacı ile bahçe tesisi	27 TL/da

Ödemeler, Tebliğde belirtilen usul ve esaslara göre, yurt içinde üretilip sertifikalandırılan;

- (Madde 5) a) ... patates tohumluklarını sadece mahsul elde etmek amacıyla kullanan çiftçilere,
- b) Sertifikalı fidan/fide kullanarak; en az 5 dekar bodur ve yarı bodur meyve fidanları ile kapama bahçe, en az 10 dekar diğer meyve/asma fidanları ile kapama bağ ve bahçe ve en az 3 dekar çilek fidesi ile çilek bahçesi tesis eden çiftçilere,
- c) Ekonomik önemini kaybetmiş çeşitlerle turuncğil yetiştiriciliği yapılan en az 10 dekar büyüklüğündeki kapama bahçelerde tekniğine uygun şekilde aşılama ile çeşit değişikliği yapan çiftçilere yapılır.

(Madde 2) Sertifikalı fidan ve fide ile yeni tesis kurarak destekten yararlanacak çiftçilerin kullanacağı sertifikalı tür ve çeşitler; Bakanlık Araştırma Kuruluşlarınca düzenlenmiş olan çeşit tavsiye listesine ve üretimine ihtiyaç duyulanlara göre Bakanlıkça belirlenir.

(Madde 3) Sertifikalı tohumluk kullanarak ekim/dikim yapan çiftçiler kullandıkları tohumlukları, 13/1/2008 tarihli ve 26755 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan, Tohumculuk Piyasasında Yetkilendirme ve Denetleme Yönetmeliği hükümlerine göre yetkilendirilmiş üreticilerden veya tohumluk bayilerinden almak zorundadırlar.

- 30/12/2007 tarihli ve 26742 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 2007/13045 T.C. Ziraat Bankası A.Ş. ve Tarım Kredi Kooperatiflerince Tarımsal Üretim Dair Düşük Faizli Yatırım ve İşletme Kredisi Kullandırılmasına İlişkin Karar (*Bakanlar Kurulu Kararı*) ve 19/02/2008 tarihli ve 26792 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan Tarımsal Üretim Yönelik Düşük Faizli Yatırım ve İşletme Kredisi Kullandırılmasına İlişkin Uygulama Esasları Tebliği (No: 2008/10) (Çizelge 6)

Çizelge 6. Tarımsal Üretim Yönelik Düşük Faizli Yatırım ve İşletme Kredisi Kullandırılmasında Uygulanacak İndirim Oranları (%)

İYİ TARIM UYGULAMALARI	
İyi tarım uygulama kredisi (işletme-yatırım)	60
ORGANİK TARIM	
Organik tarım (işletme-yatırım)	60
Organik girdi üretimi (işletme-yatırım)	60
SERTİFİKALI TOHUM KULLANIMI/SERTİFİKALI TOHUM, FİDE ve MEYVE FİDANI ÜRETİMİ/ KULLANIMI	
Sertifikalı tohum kullanımı (işletme)	60
Sertifikalı tohum ve fide üretimi (işletme-yatırım)	50
Sertifikalı meyve fidanı üretimi /kullanımı (işletme-yatırım)	50
KONTROLLÜ ÖRTÜALTI TARIMI	
Kontrollü örtüaltı yetiştiriciliği (işletme-yatırım)	40
TARIMSAL SULAMA	
Tarla içi modern basınçlı sulama sistemleri (damla sulama, yağmurlama sulama)	100
Diğer sulama sistemleri (derin kuyu açılması vb.) (yatırım)	60
KONTROLLÜ ÖRTÜALTI TARIMI	
Kontrollü örtüaltı yetiştiriciliği (işletme-yatırım)	40

- 26 Mart 2008 Tarihli ve 26828 (Mükerrer) Sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan Tarımsal Faaliyette Kullanılan Mazot ve Kimyevi Gübre İçin Çiftçilere Alan Bazlı Destekleme Ödemesi Yapılmasına Dair Karar

Karar, tarımsal üretimde teknoloji kullanımının teşvik edilmesine yönelik olarak üretim maliyetlerini önemli ölçüde etkileyen mazot ve kimyevi gübrenin birim dekar üzerinden desteklenmesine ilişkin usul ve esasları belirlemek amacıyla hazırlanmıştır (Madde 1) (Çizelge 7).

Çiftçi başına desteklenecek toplam arazi miktarı 500 dekarı geçmemektedir. Mazot ve kimyevi gübre destekleme ödemeleri, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı İl/İlçe Müdürlüklerince Çiftçi Kayıt Sistemindeki 2007 yılı Doğrudan Gelir Desteği Ödemesi kayıtlarına göre oluşturulacak icmaller üzerinden doğrudan çiftçilere, T.C.Ziraat Bankası A.Ş. aracılığı ile yapılmıştır. (Madde 3).

Çizelge 7. Meyve ve Sebze Alan Bazlı Mazot ve Kimyevi Gübre Ödeme Tutarı (2008)

Ürün Grupları	Mazot Destekleme Tutarı (TL/Dekar)	Kimyevi Gübre Destekleme Tutarı (TL/Dekar)
Sebze, meyve (üzüm hariç), süs bitkileri, özel çayır, mera ve orman emvali ürün alanları	2,925	3,825

- 2001-2008 yılları arasında arazi bazında dekar başına ödenen Doğrudan Gelir Desteği uygulaması 2009 yılında kaldırılmış ve ürün bazlı desteklemelere geçilmiştir.
- Yukarıda belirtilen desteklerin dışında, pazarlama hizmetlerine ve e-ticarete yönelik destekler ve devlet yardımları da bulunmakta olup, sektörde faaliyet gösteren üretici, üretici örgütleri ya da ihracatçı kuruluşları bu desteklerden yararlanma yollarını aramalıdır. E-Ticarete yönelik Dış Ticaret Müsteşarlığı onayı ile ihracatçı birlikleri ve İhracatı Geliştirme ve Etüd Merkezi (İGEME)’nin uygulayıcı merci olduğu devlet yardımları da bulunmaktadır. Bunlar; ihracata yönelik olarak pazar araştırması ve pazarlama desteği (2006/6), ofis-mağaza açma, işletme ve marka tanıtımı (2005/4) desteklemesi kapsamında web sayfası, elektronik ortamda tanıtım sitelerine verilen reklam destekleri de vardır. Tanıtım, reklam ve pazarlama faaliyetlerinin desteklenmesi kapsamında web sitesi tasarım ve uygulamaları, direct mailing harcamaları destekleri uygulanmaktadır. İGEME tarafından pazar ve pazarlama araştırma desteği kapsamında e-ticaret sitelerine üyelik giderleri desteklenmektedir. Ancak sektörde belirtilen desteklerden yararlanma oranı düşüktür. Örneğin, İGEME’nin uygulamacı kuruluş olarak 2007 yılında vermeye başladığı *e-ticaret sitelerine üyelik giderlerinin desteklenmesine ilişkin devlet yardımı*’ndan tarım sektöründeki firmaların yararlanma düzeyi sadece %4,5 olup, desteğin tanıtılmasının gereği de ortaya çıkmaktadır (Albayrak,2008b).

AB’de ise Avrupa Birliğine Entegrasyon ve AB üyesi olmayan ülkeleri destekleme programı olan Merkezi Avrupa Girişimi (CEI-Central European Initiative) taze ürünlerin dağıtım kanallarında yer alan ve büyük şehir ya da kasabaların kenarındaki toptancı pazarların gelişimini sağlamayı amaçlamıştır. 2004 ve 2007 yıllarında AB üyesi olan ülkeler ile diğer üye olmayanlar 1997 yılında CEI’ye üye idiler. Bunlar Arnavutluk, Avusturya, Belarus, Bosna-Hersek, Bulgaristan, Çek Cumhuriyeti, Macaristan, Makedonya, Moldova, Polonya, Romanya, Slovak, Cumhuriyeti, Slovenya

ve Ukrayna'dır. Bu pazarların talebi karşılamaadaki altyapı ve organizasyonları yetersizdir. Çoğunlukla pazar yeri ve düzeni de malların değişimi için uygun olmadığı için büyük kayıplara ve düşük kaliteye, üretim ve pazarlamanın zayıf bir şekilde gerçekleşmesine, iç ve dış pazara yönelik olan taze ürünlerin depolama, dereceleme ve paketlenmesi gibi katma değer yaratan faaliyetlerin şanslarının azaltmasına neden olmaktadır. Belirtilen nedenlerden dolayı Merkezi Avrupa Girişimi'nin faaliyetleri toptan pazarlar açısından etkili olmuştur (<http://www.ceinet.org>).

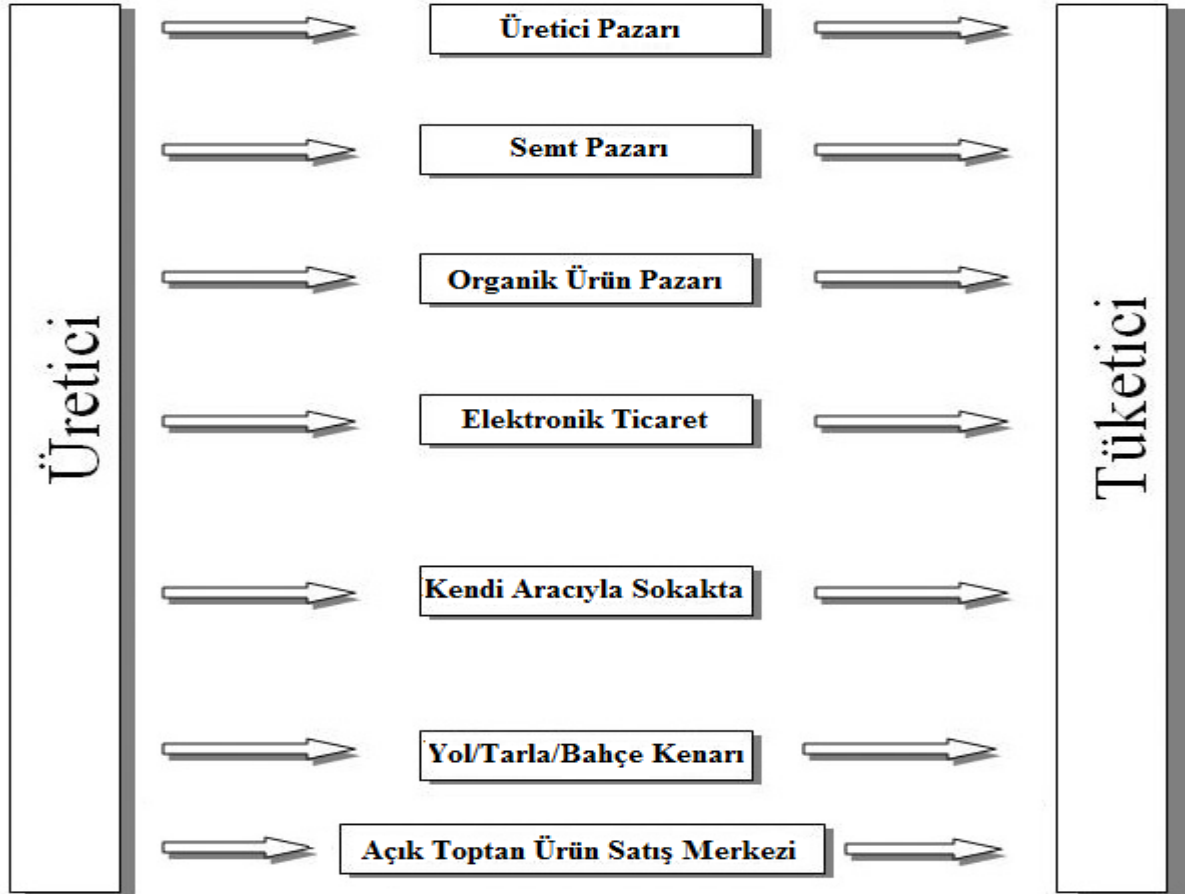
AB'de çeşitli organizasyonlar da Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası-EBRD (The European Bank for Reconstruction and Development) ile işbirliği yaparak, toptan pazarlarla ilgili olarak yatırımlar yapmaktadır. Bu programlarda yer alan ülkeler; Macaristan, Romanya, Bulgaristan, Polonya, Moldova ve Hırvatistan'dır. Varşova (Polonya), Budapeşte (Macaristan) ve Zagreb'te (Hırvatistan) toptan pazar yatırım projelerine ait öneriler mevcuttur (<http://www.ceinet.org>; <http://www.ebrd.com>). AB'de belirtilen bu destekler sürmektedir.

AB'de yaş meyve ve sebze sektörüne yönelik olarak çevre dostu üretimle bağlantılı politikalar da gündemdedir. Nitekim sektörle ilgili olarak suda nitrat kirliliği hakkında düzenleme çıkartılmıştır (91/676/EEC). Bunun yanı sıra, çevre dostu üretim bağlamında Çapraz Uyum, İyi Çiftlik Uygulamaları, alan koruma ve organik tarım konularında düzenlemeler söz konusudur (Sayın ve ark.,2008; Albayrak,2008c). Türkiye'de belirtilen alanlardaki gelişmeler memnuniyet vericidir. Çünkü, bunların sürdürülebilir tarım ve tüketici sağlığını korumaya olumlu etkileri bulunmaktadır.

3. YAŞ MEYVE VE SEBZE PAZARLAMA SİSTEMLERİ

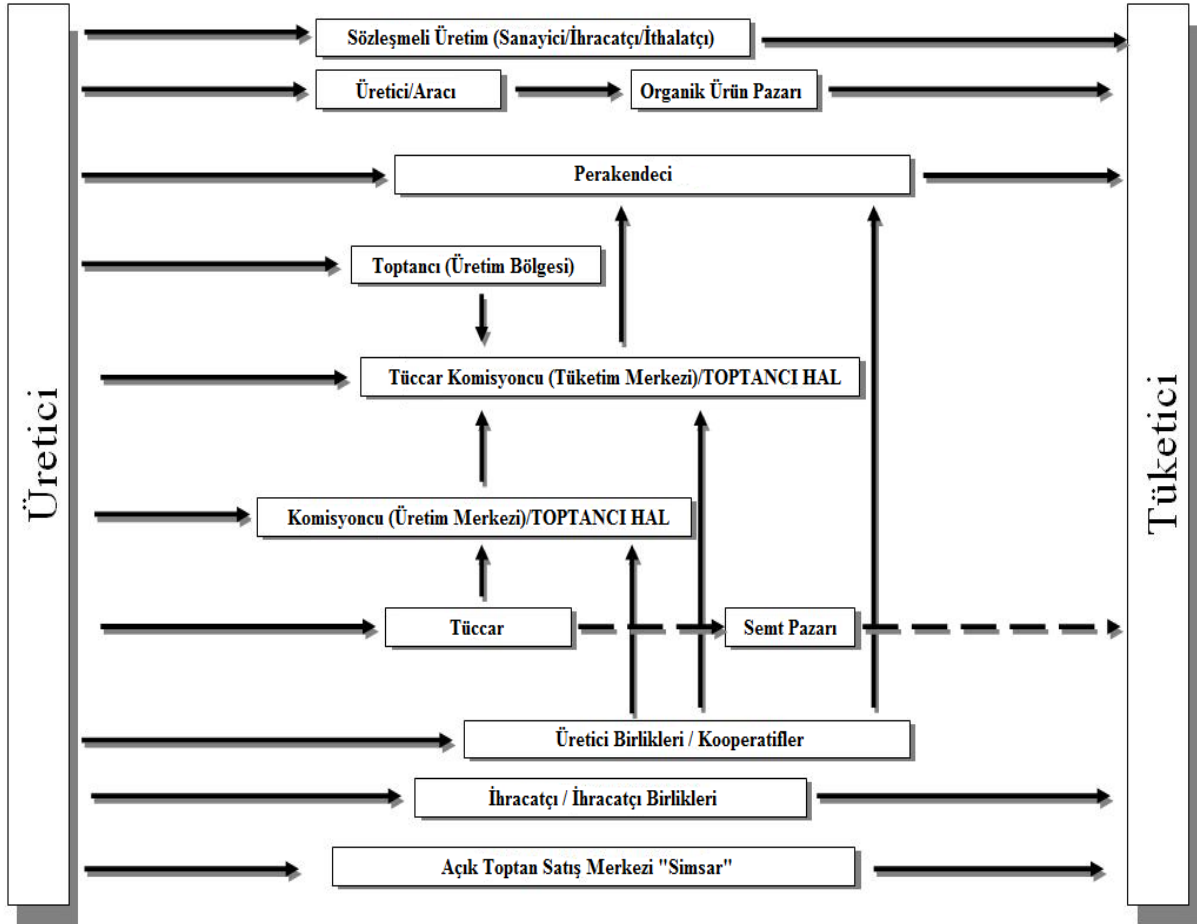
Pazarlama tüketicilerin istek ve gereksinimlerini karşılamaya yönelik yapılan örgütsel işletmecilik faaliyetidir. Pazarlama anlayışının gelişimi incelendiğinde üret-sat felsefesine sahip olan üretim anlayışından (1930 öncesi) dünya tüketicilerinin istek ve gereksinimlerini esas alan ve tüketici odaklı global pazarlama anlayışına (1980 sonrası) geçilmiştir. Bu süreçte global pazarda pazarlama stratejileri ve toplumsal sorumluluk araç olarak kullanılmaya başlanmıştır. Tüketici faydasını artırmada kullanılan pazarlama araçları kadar pazarlama kanallarının yapısı da önem kazanmıştır. Hangi ürün olursa olsun, en kısa yoldan tüketiciye ulaştırılması beklenir. Çünkü pazarlama kanalı uzadıkça aracı sayısı artmakta ve pazar marjı yükselmektedir. Buna paralel olarak tüketici fiyatının artması ve üretici eline geçen fiyatın düşmesine de yol açılmaktadır. Bu açıdan pazarlama kanalları tüm paydaşlar açısından önem taşımaktadır.

Pazarlama kanalları ürüne, örgütlenme düzeyine, ülkenin rekabet ve ticaret politikalarına göre değişiklik göstermektedir. Dünyada yaş meyve ve sebze ticaretinde çeşitli pazarlama sistemleri bulunmaktadır. Ürünler ya doğrudan ya da çeşitli araçları içeren pazarlama kanalları ile tüketiciye ulaştırılmaktadır. Bu çalışmada, pazarlama sistemleri belirtilen ayrıma göre ortaya konulmuştur. Doğrudan pazarlama sistemlerinde, üreticinin bizzat kendisi satıcı olarak pazarda yer almaktadır. Üretici bu sistemde; üretici pazarı, semt pazarı, organik ürün pazarı, sokakta kendi aracıyla satış, yol/bahçe/tarla kenarında, elektronik ticaret ve açık toptan ürün satış merkezleri gibi yöntemlerle ürününü doğrudan tüketiciye pazarlamaktadır (Şekil 11).



Şekil 11. Yaş Meyve ve Sebzenin Tüketicie Doğrudan Pazarlama Sistemleri

Çeşitli aracı ya da kurum-kuruluşların yer aldığı dağıtım kanalı yapısı “aracılar yoluyla pazarlama sistemleri” olarak isimlendirilmiştir. Bu sistemde; farklı özellikteki araçlar, sözleşmeli tarım, üretici birlikleri, ihracatçı birlikleri, kooperatifler, toptancı haller, borsalar, semt pazarları, organik ürün pazarı, açık toptan satış merkezleri (Yurdakul ve Koç,1997; Emeksiz ve ark.,2005) ve büyük perakendeciler yer almaktadır (Şekil12). Dünyada yaş meyve sebze pazarlamasında belirtilen sistemlerden farklı olarak pazarlama bordları ve okşinler de (auction-açık arttırma) yer almaktadır (Yurdakul 2007). Mevcut pazarlama sistemleri hakkında özlü bilgiler çalışmada yer almaktadır.



Şekil 12. Yaş Meyve ve Sebzenin Tüketicieye Araçlar Yoluyla Pazarlama Sistemleri

Türkiye’de işlenmiş ürünler dikkate alınmadığında yaş meyve ve sebze üreticiden kendi ya da başkası hesabına ürünü satan farklı özellikteki toplayıcı, simsar, komisyoncu, tüccar gibi araçlar yoluyla tüketicieye ulaştırılmaktadır. Yaş meyve ve sebzede üretici örgütlenmesinin arzulan düzeyde olmaması pazarlama kanalının uzamasına ve tüketicinin ödediği paradan üreticinin eline geçen miktarın düşmesine yol açmaktadır.

Üretici pazarları: Üretici pazarları, Yaş Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname’de (4128 ve 4367 sayılı Kanunlarla yapılan Değişiklikler ile 5652 Sayılı Kanunla Yapılan Değişiklikler dahil), ayrıca her türlü yaş sebze ve meyvelerin üreticilerce perakende satışının yapıldığı ve belediyelerce kurulan yerler olarak tarif edilmektedir. Üreticiler belediyelerce belirlenen miktarları aşmamak şartıyla ürettikleri malları üretici pazarlarında toptancı hale giriş zorunluluğu aranmaksızın doğrudan tüketicilere satabilmektedirler.

Açık toptan satış merkezleri: Yaş meyve ve sebzenin kayıt altına alınmadan ticaretinin yapıldığı pazarlar, açık toptan satış merkezleri olarak adlandırılmaktadır. Bu merkezlerde hallere herhangi bir bildirimde bulunmaksızın üretici ya da simsarlar tarafından yaş meyve ve sebze ticareti yapılmaktadır. Hal Yasası düşünüldüğünde, belediyelerin bu pazarlara tolerans göstermesi düşündürücüdür. Bir taraftan, yaş meyve ve sebze ticaretinin iyileştirilmesi istenirken, diğer taraftan kayıt dışı ticarete de prim verilmesi kabul edilemez bir gerçektir.

Semt pazarları: Semt pazarları ulaşım kolaylığı ve yakınlığı, ürünlerin tazeliği ve pazarlık avantajı gibi nedenlerle tüketici açısından önemini korumaktadır. Nitekim Gül ve ark. (2008) tarafından Adana'da yapılan çalışmada, tüketicilerin yaş meyve ve sebze alımında çoğunlukla semt pazarlarından haftalık alımı tercih ettikleri; Albayrak'ın Ankara'da (2000) yaptığı araştırmada ise, incelenen tüketicilerin %51'inin sadece semt pazarlarından alım yaptıkları belirlenmiştir.

Yaş Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'de (4128 ve 4367 sayılı Kanunlarla yapılan Değişiklikler ile 5652 Sayılı Kanunla Yapılan Değişiklikler dahil) yaş sebze ve meyvenin üretici olmayanlar tarafından perakende satışının yapıldığı ve belediyeler tarafından kurulan yerler semt pazarı olarak tanımlanmaktadır. Belediyeler, semt pazarlarında ürünlerin sağlık kurallarına uygun olarak satışa sunulmasını sağlayıcı satış yeri, çevre ve alt yapı gibi düzenlemeleri yapmakla ve tüketicinin korunmasına yönelik tedbirleri almakla görevlidirler.

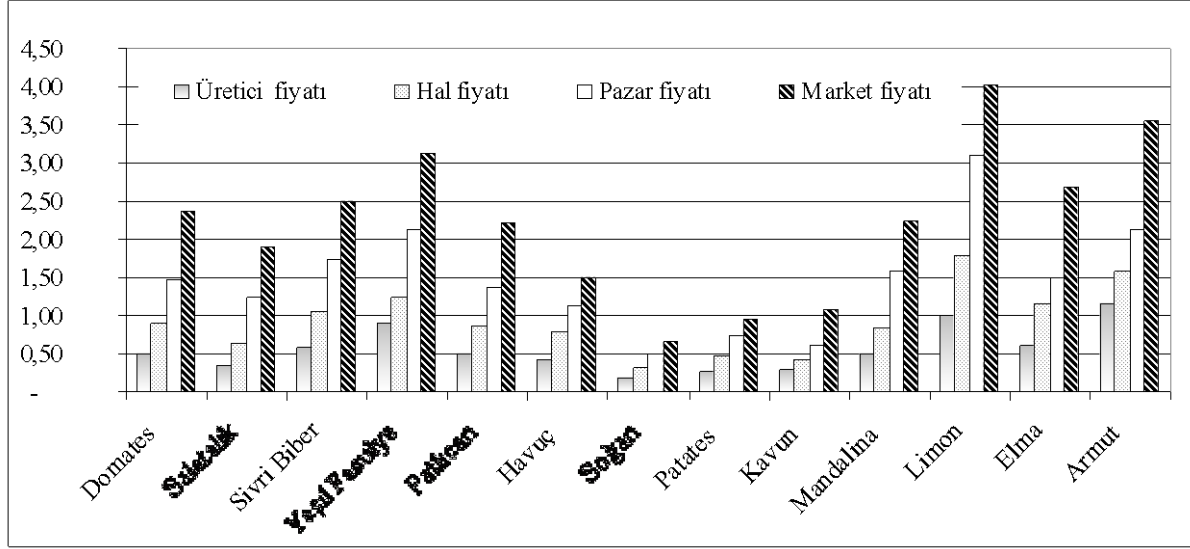
Yaş meyve ve sebzede pazarlama kanalının uzaması pazarlama marjının yükselmesine neden olmaktadır. Nitekim, masraflar ve karı kapsayan marj, her aşamada tüketicinin ödediği fiyatın artmasına yol açmaktadır. Nitekim 2008 yılı Ekim Ayı verilerine göre, bazı yaş meyve ve sebzelerde üretici-hal fiyat farkları %36-%91, üretici-pazar fiyat farkları % 82-%268, üretici-market fiyat farkları % 204-%456 arasında değişmiştir (Çizelge 8; Şekil 13).

Çizelge 8. Seçilmiş Ürünlerde Üretici, Hal, Pazar ve Market Fiyatları (TL/Kg) (Anonim,2008d)

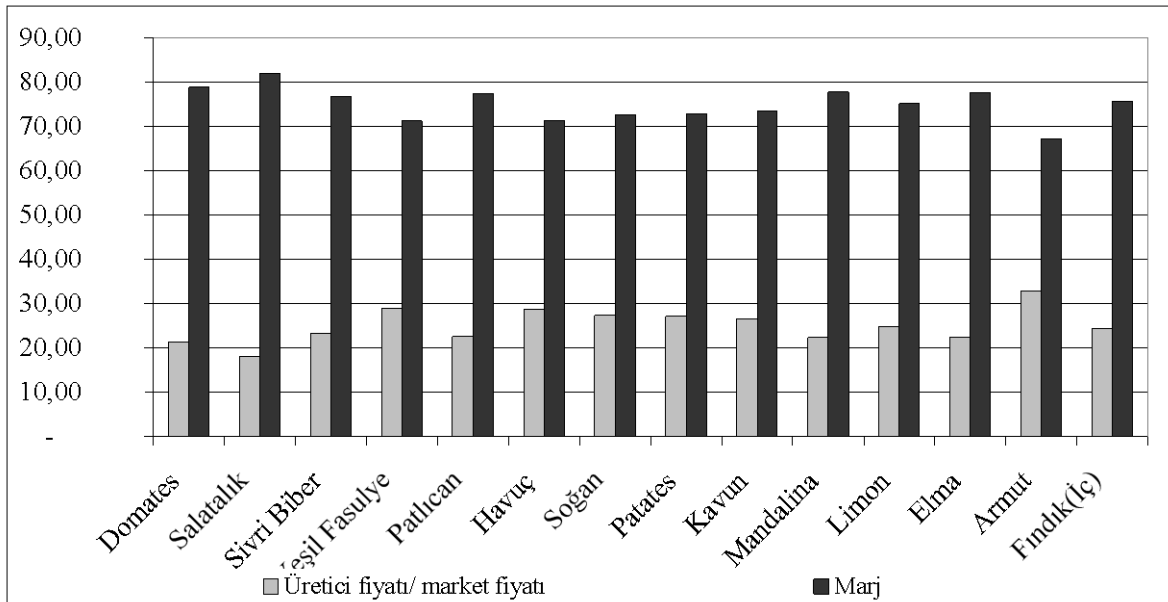
Ürünler	Üretici Fiyatı	Hal Fiyatı	Pazar Fiyatı	Market Fiyatı	Hal ve Üretici Fiyat Farkı (%)	Pazar ve Üretici Fiyat Farkı (%)	Market ve Üretici Fiyat Farkı (%)	Üretici Fiyatının Market Fiyatındaki Payı (%)
Domates	0,50	0,90	1,47	2,36	80,00	194,00	372,00	21,20
Salatalık	0,34	0,63	1,25	1,89	85,29	267,65	455,88	18,00
Sivri Biber	0,58	1,04	1,73	2,50	79,31	198,28	331,03	23,20
Yeşil Fasulye	0,90	1,24	2,13	3,12	37,78	136,67	246,67	28,80
Patlıcan	0,50	0,87	1,38	2,21	74,00	176,00	342,00	22,60
Havuç	0,43	0,78	1,14	1,50	81,40	165,12	248,84	28,70
Soğan	0,18	0,32	0,50	0,66	77,78	177,78	266,67	27,30
Patates	0,26	0,48	0,75	0,96	84,62	188,46	269,23	27,10
Kavun	0,29	0,43	0,61	1,09	48,28	110,34	275,86	26,60
Mandarina	0,50	0,85	1,58	2,24	70,00	216,00	348,00	22,30
Limon	1,00	1,80	3,10	4,03	80,00	210,00	303,00	24,80
Elma	0,60	1,15	1,50	2,68	91,67	150,00	346,67	22,40
Armut	1,17	1,59	2,13	3,56	35,90	82,05	204,27	32,90
Fındık (İç)	4,60	-	14,50	18,95	-	215,22	311,96	24,30

Not: Veriler Ankara, İzmir, İstanbul, Mersin illerinden derlenen ortalama fiyatlardır. Fındık fiyatı serbest piyasa fiyatıdır.

Market fiyatlarında üretici fiyatlarının payı, %18-%33 arasında değişmekte olup, pazarlama marjı %67-%82 arasında değişmektedir (Çizelge 8;Şekil 14). Bu kadar yüksek marjların olması üretici ve tüketicide rahatsızlık yaratmaktadır. Ürün üreticiden çıktıktan sonra, yüksek marjlar ile tüketiciye ulaşmakta ve üretici emeğinin karşılığını yeterince alamamakta, bu da sürdürülebilir bir ekonomik faaliyetten uzaklaşılmasına neden olmaktadır. Üretici üretimden vazgeçme noktasına gelebilmektedir. Büyük marketlerin kar marjlarının bilinmemesi de tüketici fiyat artışlarında önemli bir etken olarak işaret edilmektedir.



Şekil 13. Seçilmiş Ürünlerde Ortalama Ürün Fiyatları (TL/kg) (Anonim,2008d)



Şekil 14. Seçilmiş Ürünlerde Ortalama Pazarlama Marjları (%) (Anonim,2008d)

Üretici ve market fiyatlarında aylık fiyat değişimi incelendiğinde, 2008 yılı Eylül ve Ekim aylarında en büyük fiyat artışının olduğu ürünler; domates, patlıcan, salatalık ve sivri biberdir (Anonim,2008d). Belirtilen ürünlerdeki fiyat artış oranları %28-%65 arasında gerçekleşmiştir. Aynı yıl Mayıs ve Haziran aylarında ise üretici ve market fiyatı en fazla düşen ürün %56 ve %47 ile domates olmuştur

(Anonim,2008e). Tarla domatesinin pazara sunulduğu dönem fiyatların düşmesi açısından etkili bir faktördür.

E-ticaret: Dünyada bilişim teknolojilerinin gelişimine bağlı olarak, e-ticaretin pazarlama sistemindeki ağırlığı da sektörel bazda değişmektedir. Yaş meyve ve sebze pazarlamasında da e-ticaretin ürün satışından tanıtıma kadar değişik uygulamaları görülmektedir. E-ticaret iç pazardan çok dış pazarlar için önem taşımaktadır. Nitekim Türkiye pazarında yaş meyve ve sebze daha çok görerek, dokunarak ve tadarak alınmak istenmektedir. Bu durum firmadan/perakendeciden tüketiciye satışın artmasının önündeki önemli bir engeldir. Dış ticarete e-ticarete yönelik destekleri de dikkate alarak ihracatçıların bu sistemi geliştirmeleri önerilebilir.

Toptancı Haller: 552 sayılı KHK'nin Satıcılar başlıklı 8.ci maddesinde; “-Toptancı hallerde satışlar, üreticiler, üretici birlikleri, komisyoncuları ile kendi nam ve hesaplarına olmak üzere yaş sebze ve meyve toptan ticareti ile iştigal eden gerçek ve tüzel kişiler tarafından yapılır.” denilmekte ve AB ülkelerindeki hallerdeki kuruluşlarla paralellik olduğu görülmektedir. Üreticilerin doğrudan tüketiciye ürün satması üretici pazarları, toptancı haller, semt pazarları, yol kenarlarında ya da günümüzde yaygınlaşan büyük perakendeciler yoluyla gerçekleşmektedir. Özellikle toptancı hallerde ve semt pazarlarında bizzat üreticilerin satış düzeyleri düşük olup, genelde hallerden ürün alan ve üretici olmayan satıcıların pazar payları daha yüksek düzeydedir.

Yaş meyve ve sebze pazarlamasında toptancı hallerin ürünlerin kayıt altına alınması açısından önemi bulunmaktadır. Nitekim sektörde kayıt dışılığın fazla olması ekonomik kayba ve haksız rekabete yol açmaktadır. Buna ilaveten toptancı hallerde işlem gören yaş meyve ve sebze miktarının düşük olması sistemin işleyişi ve etkinliğini de zayıflatmaktadır. Nitekim bazı araştırma sonuçlarına göre, toplam meyve-sebze miktarının %13-%42 kadarının Toptancı Hallerinde pazarlandığı, bu oranın sebzeler için özellikle Ege, Akdeniz ve Marmara Bölgelerinde %70'lere ulaştığı belirlenmiştir (Anonim,2004a,b). Türkiye Sebze Meyve Komisyoncuları Federasyonu (TÜSEMKOM) tarafından yapılan bir araştırmada ise; Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından kuruluş izni verilen 170 toptancı halden alınan bilgilere göre; Türkiye'nin yaklaşık 41 milyon ton olan meyve ve sebze üretiminin ancak 10,5 milyon tonunun Toptancı Hallerde satıldığı belirlenmiştir. Araştırma sonucuna göre, üretimin sadece %25,61'inin hallerde işlem görmesinin sağlıklı fiyat oluşumunu engellediği ve pazardaki aktörler arasında rekabeti olumsuz yönde etkilediği söylenebilir. Ayrıca meyve ve sebze kayıt dışı ya da kayıt dışı pazarlama arasındaki maliyet farkı %25'e ulaşabilmektedir (Naran, 2005). İzmir ilinde yapılan bir diğer çalışmada ise kayıt dışı satışlara hallerdeki aracılardan da olumsuz baktığı ve en önemli çözümün denetimleri layıkıyla yerine getirmek olduğu da ifade edilmektedir (Demirbaş 2001). Stopaj ve KDV oranları üzerinde indirimler yapılması, ürünlerin Hallere girişini teşvik etmesine ve kayıt altına alınmasına da olanak sağlayacaktır.

Üretici örgütlenmesindeki eksiklikler, aracılardan finansal gücü yetersiz olan üreticiye avans vermesi ve ürünü bizzat üreticiden alması gibi bazı uygulamalar da üreticilerin pazara entegre olamamasına neden olabilmektedir. Bu durum, üreticilerin pazarın çeşitli noktalarında örneğin hallerde temsiliyetini ve fiyat oluşumundaki etkilerini ortadan kaldırmakta ya da zayıflatmaktadır (Yılmaz ve Yılmaz, 2002).

Yaş meyve ve sebze pazarlamasında önemli görevler üstlenmiş olan toptancı hallerin yeri, günümüzde pazarlama sistemlerindeki değişim ile sorgulanır hale gelmiştir. Nitekim birçok ülkede doğrudan üreticiden ürünü alan süpermarketler, hipermarketler ve zincir mağazaların uygulamaları bunun gerekçesi olarak gösterilmektedir (Shepherd, 2004). Bu nedenle, işlem görece ürünlerin kalite ve arzındaki süreklilik meyve ve sebze toptan pazarlarının dağıtım sistemi içindeki ağırlığını artırması ve koruması için gereklidir (Karayannakis 1992).

Kooperatifler: Üreticilerin iç ve dış pazarda tek başlarına gerçekleştiremeyeceklerini örgütlenerek başarmaları kolaylaşmaktadır. Bu nedenle, dünyada yaş meyve ve sebze pazarlamasında özellikle kooperatiflerin büyük başarılar sağladığı görülmektedir. Türkiye’de kooperatif geleneği ve gelişiminin durumu yaş meyve ve sebze üreticilerinin kooperatifleşmesine yansımıştır. Güçsüz ekonomik yapı ve artırılamayan üye sayısı, kooperatiflerin altyapılarını geliştirmelerine, pazar paylarını artırmalarına ve pazarda rekabet gücü kazanmalarına engel olmuştur. Ayrıca, kooperatifler varlıklarını yeterince hissettiremedikleri için araçlar daha etkili faaliyet göstermektedirler. Kooperatifler; Tarım ve Köyşleri Bakanlığı ile Sanayi ve Ticaret Bakanlığı’nın yetki alanına giren üç farklı Kanuna göre kurulmaktadır. 1163 sayılı (3476 S.K.) Kooperatifler Kanuna göre kurulan toplam 10.440 adet birim kooperatifin; 7.468 adeti tarımsal kalkınma, 2.419 adeti sulama, 522 adeti su ürünleri, 31 adeti pancar ekicilerine aittir. Bu kooperatiflerin yaklaşık 2,7 milyon ortağı bulunmaktadır. Ayrıca, kooperatifler üst örgütlenmelerini gerçekleştirmiş olup, 110 birlik ve 6 merkez birlik bulunmaktadır (26.05.2008 TEDGEM verileri). 1581 sayılı (3223 S.K. ve 553 S.K.H.K.) Kanuna göre, 1.895 tarım kredi birim kooperatifi, 16 birlik ve 1 merkez birliği kurulmuştur. 4572 Sayılı kanuna göre, 330 adet tarım satış birim kooperatifi ve 17 birlik kurulmuştur. Yaş meyve ve sebze konusunda, 2003 yılında, 1.012 ortaklı 22 adet kooperatif faaliyet göstermiştir.

Avrupa Birliği (AB) ülkelerinde yaş meyve ve sebze üretim ve pazarlamasında kooperatiflerin payı yüksektir. AB’de kooperatiflerin pazar payları (1997); meyvede %14-%80, sebzedede ise %3-%85 arasında değişmektedir. Meyve ve sebzedede kooperatiflerin pazar payının en yüksek olduğu ülkeler Belçika, Danimarka ve Hollanda (%70-%80) iken; meyvede İrlanda, Avusturya ve İsveç’te, sebzedede ise Yunanistan, İrlanda, İtalya’da kooperatiflerin pazar payları en az düzeydedir (Ekmen 2003). AB’de pazarların iyileştirilmesi ve geliştirilmesinde, sektörle ilgili politikaların belirlenmesinde ve uygulamaya konulmasında önemli roller üstlenen kooperatif üst örgütleri olan COPA (Committee of Agricultural Organisations) ve COGECA (General Confederation of Agricultural Co-operatives) bulunmaktadır. 1958 Stresa Konferansına gözlemci olarak katılan tarımsal organizasyonların temsilcileri, Topluluk için sektörün önemini ortaya koymak için 6 Eylül 1958’de COPA’yı kurmuşlardır. Bir yıl sonra 24 Eylül 1959’da da Avrupa Topluluğu’ndaki tarımsal kooperatifleri bir şemsiye altında toplamak için COGECA kurulmuştur (Anonymous,2007). COGECA’nın 17 daimi ve 4 bağlı organizasyon üyesi bulunmaktadır. COPA’nın amaçları; Topluluk tarım politikasının gelişimiyle ilgili konuları değerlendirmek, tarım sektörünü temsil etmek, Avrupa düzeyinde sosyal organizasyon temsilcileriyle ve Topluluk karar alıcılarıyla ilişkileri sürdürmek ve geliştirmek, sorunlara çözümler aramak olarak ifade edilebilir. COGECA’nın faaliyetleri ise; dış satımda kooperatiflerin dağılımını belirlemek, en büyük 500 kooperatifin kayıtlarını tutmak, konferans düzenlemek, kooperatiflerde vergilendirme, ulusal rekabet yasasında kooperatiflerin yeri, eğitim sistemleri ve kooperatifleri uluslararası düzeye taşımakla ilgili çalışmalar gerçekleştirmektir. COPA’ya 15 AB üyesi ülkeden 29 organizasyon üye iken, yeni katılan 12 üye ülke ile bu sayıda artış olacaktır. COPA, AB üreticilerini temsil edilmekte ve Birlik otoriteleri tarafından da tarım sektörünün sözcüsü olarak kabul edilmektedir.

Üretici birlikleri: Pazarlama kanalında önemi artan bir diğer üretici oluşumu ise 6 Temmuz 2004 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren 5200 sayılı Tarımsal Üretici Birlikleri Kanunu’na dayalı olarak kurulan yaş meyve ve sebze üretici birlikleridir (Albayrak ve ark.,2004). Kanuna göre meyvede 2008 yılında 117, sebzedede (+süs bitkileri) 63 üretici birliği kurulmuştur. Meyve ve sebze üretici birliklerinin bitkisel ürünlerle ilgili üretici birliklerindeki payı yaklaşık %77 düzeyindedir (Albayrak, 2008a). 2006 yılında ise her iki ürün grubunda merkez birlikleri kurularak dikey entegrasyon sağlanmıştır. Eğer birlik gelirleri artırılır ve yeterli finansal güce sahip olunursa merkez birliklerinin üyelerine yönelik görevlerini icra edebilmesi mümkün olacaktır. Ayrıca Türkiye ve diğer ülkelerdeki birliklerle işbirliği olanakları, tanıtım ve eğitim çalışmaları da geliştirilebilecektir.

İhracatçı Birlikleri: 1937 yılından itibaren dış satımın artmasına katkı sağlamak, sorunlara çözüm bulmak ve yol göstermek için kurulan 58 İhracatçı Birliğinden yaş meyve ve sebze konusunda faaliyet gösterenler; Fındık ve Mamulleri İhracatçıları Birliği; Kuru Meyve ve Mamulleri İhracatçıları Birliği;

Meyve-Sebze Mamulleri İhracatçıları Birliği;Yaş Meyve-Sebze İhracatçıları Birliği; Zeytin ve Zeytinyağı İhracatçıları Birliği'dir. Bu birliklerin dış pazarlarda imaj, markalaşma, destekleme, tanıtım ve diğer pazarlama stratejileri konusunda problemlerinin çözümlenmesi önem taşımaktadır.

Sözleşmeli Üretim: Sektörde 1970'li yıllarda sanayi tipi domates ile başlayan sözleşmeli üretim daha sonra patates ve diğer birçok meyve ve sebze üretici sanayici/ihracatçı arasında uygulama fırsatı bulmuştur. Üretici için satış ve pazar garantisi, alıcı açısından ise istediği kalite, miktar ve zamanda ürün bulma olanağı vermesi nedeniyle, sözleşmeli yaş meyve ve sebze üretimi yaygınlaşmaktadır.

Ticaret Borsaları: 18.05.2004 tarihinde 5174 sayılı yasayla değiştirilen 5590 sayılı Ticaret Borsalarına yönelik düzenleme ile sadece kuru meyve ve meyve çekirdekleri kotasyona dahil ürünler arasında yer almaktadır. Rekabet üstünlüğü açısından fındık, kuru kayısı, incir ve kuru üzümde ürün ihtisas borsaları kurulması belirli borsalarda uzmanlaşmaya olanak vereceği için önemli görülmektedir.

Perakendeciler: Pazar sistemindeki gelişmelere ve tüketici tercihlerindeki farklılıklara göre, yaş meyve ve sebze alımında davranış şekilleri değişebilmektedir (Cinemre,2005). Bunun yanı sıra, perakende sektörde hiper marketlerin yaygınlaşması pazar paylarını genişletmelerine de olanak sağlamaktadır. Nitekim perakendeciler üreticiden aldığı ürünü sadece hale bildirimde bulunarak ve işletme payını ödeyerek (diğer hal ödemelerini yapmaksızın) tüketiciye sunmakta ve bir avantaj sağlamaktadırlar. Ayrıca, küçük ölçekli market, manav da perakende sektörde yer almaktadır.

Okşinler: AB'de pazarlama kanallarındaki bir diğer yapı da, Hollanda'da doğan ve Veiling olarak isimlendirilen Okşinlerdir (Auction) (Örs 1987). Okşinler, Türkiye'de ise açık arttırma/mezat şeklinde adlandırılmaktadır. Okşinlerin amacı, piyasa müdahalesi olmayan yaş meyve sebze gibi tarımsal ürünlerin arz ve talebe göre fiyat oluşumunu ve üreticiye asgari fiyat garantisini sağlamak, kalite ambalajlama ve depolama hizmetleri vermektir (Yurdakul 2007). Ayrıca ürünlerin kontrolörler tarafından kalite ve standart denetimleri de yapılmaktadır. Okşinlerin finansmanı ve işletme masrafları için, satılan ürünlerden belli oranda bir yüzde komisyon olarak alınmaktadır. Okşine üreticilerin üye olmaları halinde alınacak komisyon oranı daha düşük düzeylerde belirlenmektedir.

Bordlar: Dünyada birçok üründe olduğu gibi, meyve pazarlamasında da tüm paydaşları bir araya getiren ve katılımı zorunlu kılan bordlar, ulusal yada bölgesel düzeyde kurulabilmektedir. Bordlar danışma, ihracat, arzı düzenleme konularında yoğunlaşan çeşitleri bulunmaktadır. İsrail, Güney Afrika, ABD ve Jamaika'da bordların da pazarda önemli işlevler üstlendiği görülmektedir. İsrail ve Güney Afrika'daki turuncgil bordları faaliyet kapsamındaki ürünlerin üretim planlaması, kalite kontrolü ve dış satımına yönelik düzenlemeler yapmaktadırlar (Yurdakul 1998).

Sonuç olarak, ülkelerin gelişmişlik düzeyine bağlı olarak yaş meyve ve sebze üretici örgütlenmesi, yatay ve dikey entegrasyonlar ile pazarlama sistemlerinde farklılıklar vardır. Sektörle ilgili olarak dünyada kooperatif, üretici birlikleri, üretici pazarları, açık toptan satış merkezleri, toptancı haller, semt pazarları, organik ürün pazarları, e-ticaret, ticaret borsaları, sözleşmeli üretim, ihracatçı birlikleri, perakendeciler, okşinler ve bordlar faaliyet göstermektedir. Bunların farklı ülkelerdeki uygulamaları ve pazardaki güçleri değişiktir. Kimi ülkelerde kooperatiflerin, kimisinde bordların pazardaki gücü yüksek olabilmektedir. Sektör açısından yüksek katılımlı ve rekabet gücüne sahip organizasyonlar gereklidir. Ayrıca maliyet avantajı sağlama, hızlı erişim ve tanıtım kolaylıkları nedeniyle teknolojik gelişmelere bağlı olarak e-ticaret de yaygınlaşma potansiyeli yüksek bir pazarlama şeklidir.

Pazarda hangi dağıtım sistemleri olursa olsun, üreticilerin etkin bir çatı altında örgütlenmesi zorunludur. Üretici boyutundaki güçlü entegrasyon eksikliği pazardaki yenilikleri izleme, fiyat oluşumu, standartlar, kalite güvence sistemleri, paketleme, taşıma gibi birçok konuda sorunları da beraberinde getirmektedir (Albayrak,1998). İç pazarda yaş meyve ve sebze standartlarının uygulanmasının isteğe bağlı oluşu, kaliteyi, fiyat rekabetini ve tüketici tatminini olumsuz yönde etkilemeye devam etmektedir. Mevcut haliyle sorunların aşamadığı bilinmekte olup, üretici organizasyonlarına katılımın teşvik edilmesi ve finansal sorunların iyileştirilmesi gerekmektedir. Ayrıca toptancı haller ve ticaret borsaları özelinde altyapı eksikliklerinin giderilmesi ve işlem hacminin artışını sağlayacak araçların geliştirilmesi önemli görölmektedir. Pazar payları artan perakendeciler karşısında, üretici ve özellikle toptancı hallerin işlevinin de iyi sorgulanması gerekmektedir.

4. DÜNYADA TOPTANCI PAZARLAR VE ÇEŞİTLİ ÖRNEKLER

Dünyada birçok ülkede yaş sebze ve meyve toptan ticareti çeşitli düzeylerde toptancı hallerde gerçekleştirilmektedir. Türkiye ve Avrupa Birliğinde de toptan hallerin-pazarların özellikle fiyat oluşumunda önemli yeri bulunmaktadır. AB’de toptan pazarlarda yılda 33 milyon ton meyve ve sebze işlem görmekte ve bu miktar yıllık tüketimin %40’ı civarındadır (Anonymous, 2008b). Türkiye’de yaş meyve ve sebzenin arzulan düzeylerde işlem görmediği toptancı hallerin farklı ülkelerdeki yapısı ve işleyişinin ortaya konulması ve bu bağlamda Dünya Toptancı Pazarlar Birliği’nin (WUWM) tanıtılması bilgilendirici olacaktır.

4.1. Dünya Toptancı Pazarlar Birliği (The World Union of Wholesale Markets-WUWM)

Dünya Toptancı Pazarlar Birliği (World Union of Wholesale Markets-WUWM) 1955 yılında Avrupa yerel yönetimlerinin pazar ve gıda konularını görüşmek üzere yaptıkları ilk uluslararası kongreden sonra kurulmuştur. Dünya Toptancı Pazarlar Birliği 1958 yılında toptan pazar otoriteleri ve gıda konusunda çalışanların bilgi ve deneyimlerini paylaşmak için uluslar arası bir platform olarak çalışmaya başlamıştır (Anonymous,2008b). Birlik, başlangıçta Uluslararası Yerel Yönetimler Birliği’nin (The International Union of Local Authorities-IULA) bir çalışma grubu olarak Münih’te kurulmuş, 1980’lerin başında da Avrupa sınırlarını aşmış ve gıda sektöründekilerin katılımıyla hızla genişlemiştir. Birlik kar amacı gütmeyen bir organizasyondur.

WUWM’un misyonu, 2007-2009 Stratejik Planında da belirtildiği üzere, Birliğin rekabetçi fiyatlar, yüksek hizmet standartları ve gıda güvenliğinin sürdürülmesiyle, toptan ve perakende pazarlarda çeşitli kalitedeki taze gıdaların sürdürülebilir kabul, uygunluk ve dağıtımının sağlanmasında hayati rol oynamasını teşvik etmektir. Bu doğrultuda, Birlik, toptan pazarların kurulması, organizasyonu ve yönetimini geliştirmek, pazarlar hakkındaki bilgilerin uluslararası değişimini sağlamak ve pazardaki paydaşlar arasındaki ilişkiyi geliştirmeyi amaçlamaktadır. Ayrıca üye ülkelerle ilgili raporların basımı, farklı ülkelerdeki toptan pazarlar hakkında bilgi toplama ve kayıt tutmak, özel toplantı ve konferanslar düzenlemek WUWM’un amaçları arasındadır. WUWM’nun bir diğer önemli hedefi de, üye ülkelerdeki uzmanları bir merkezde bir araya getirerek toptan pazarları kurma ve yönetimiyle ilgili yetkili otoritelere yararlı tavsiyelerde bulunmaktır. WUWM, tüm toptan pazarlara, toptan pazarları yöneten ve sahip olan yerel otoritelere, özel şirketlere, enstitülere ve organizasyonlara açıktır. WUWM’a toptan pazarlarla ilgilenen kişi ya da kurumlar üye olabilirler.

Merkezi Hollanda’da bulunan WUWM Yönetim Kurulu başkanı, ikinci başkan, yöneticiler ve üyelerden oluşmaktadır (Çizelge 9). WUWM Yönetim Kurulu tarafından idare edilmektedir. Birliğin 40 ülkeden üyesi bulunmaktadır (05.12.2008 tarihli veriler). Kurul; başkan, ikinci başkan ve yöneticiler olmak üzere 12 kişiden oluşur. Birliğin diğer üyeleri ise; Avustralya, Avusturya, Bosna-Hersek, Brezilya, Bulgaristan, Şili, Çin, Kolombiya, Hırvatistan, Kosta Rika, Finlandiya, Fransa, Almanya, Yunanistan, Macaristan, İrlanda, İtalya, Fildişi Sahilleri, Japonya, Ürdün, Kore, Letonya, Meksika, Hollanda, Norveç, Peru, Polonya, Portekiz, Romanya, Sırbistan ve Karadağ, Güney Afrika, İspanya, İsveç, Tunus, Türkiye, İngiltere ve ABD’dir. Toplam 161 üyenin ülkelere göre dağılımına bakıldığında; İspanya (%15), Fransa (%12), Almanya (%11) ve İngiltere’nin (%9) ağırlığının olduğu görülür. Birliğe Türkiye’den de 4 adet toptancı hal üyedir. Bunlar; IMESKOM (İstanbul), ISMEYDER (İstanbul), İstanbul Wholesale Market (İstanbul) ve TÜSEMKOM (Ankara)’dur. Bu katılımlar sevindirici olup, sayının artması da beklenmelidir. Birliğe Türkiye’den üye olan dört Toptancı Halin üye diğer ülke halleriyle işbirliğinin geliştirilmesine fırsat yaratılmıştır. Toptan pazarlarla ilgili uluslar arası platformda yer almak, yürütülen çalışmaları ve gelişmeleri yakından takip etmek Türkiye’de toptancı hallerin geleceğine de ışık tutacaktır.

Çizelge 9. Dünya Toptancı Pazarlar Birliği'nin Yönetim Kurulu (2008) (Anonymous,2008b)

Üye Ülke	Sayı	Üye Dağılımı (%)
İngiltere - BAŞKAN	1	-
Danimarka- İKİNCİ ESKİ BAŞKAN	1	-
YÖNETİCİLER (10 ülkeden)	1	-
Polonya	1	-
Belçika	1	-
Çin	1	-
ABD	1	-
Çek Cumhuriyeti	1	-
Meksika	1	-
Fransa	1	-
Almanya	1	-
İtalya	1	-
ÜYELER		-
Avustralya	7	4
Avusturya	1	1
Bosna-Hersek	1	1
Brezilya	3	2
Bulgaristan	1	1
Şili	1	1
Çin	6	4
Kolombiya	1	1
Kosta Rika	1	1
Hırvatistan	1	1
Finlandiya	1	1
Fransa	20	12
Almanya	18	11
Yunanistan	2	1
Macaristan	1	1
İrlanda	1	1
İtalya	9	6
Fildişi Sahilleri	1	1
Japonya	2	1
Ürdün	1	1
Kore	1	1
Letonya	1	1
Meksika	2	1
Hollanda	3	2
Norveç	1	1
Peru	1	1
Polonya	6	4
Portekiz	3	2
Romanya	4	2
Sırbistan ve Karabağ	2	1
Güney Afrika	6	4
İspanya	24	15
İsveç	1	1
Tunus	1	1
Türkiye	4	2
İngiltere	15	9
ABD	7	4
TOPLAM	161	100
Onur Başkanları -Fransa, İtalya, Portekiz, İngiltere	4	-
Genel Sekreterlik -Hollanda	1	-

4.1.1. Dünya Toptan Pazarlar Birliği'ne üye toptan pazarların yapısal durumu

WUWM'un 2000 yılı verilerine göre, farklı ülkelerden üye toptan pazar sayısı 121 iken, bu rakam 2008 yılında 161'e ulaşmıştır. WUWM'a 2000 yılında kayıtlı toptan pazarlardan gelen bilgiler Çizelge 10'da sunulmuştur. Çizelgede toptan pazarlara ait işlem hacimleri, altyapı (pazar alanı, soğuk depo, park alanı vs) ve çalışanlarla ilgili durum ortaya konulmuştur.

Çizelge 10. WUWM'a Üye Toptan Pazarlarda Ürün Bazında İşlem Hacminin Dağılımı (2000)
(<http://www.wuwm.org>)

	Toptan Pazar (Adet)	Toplam Miktar	Miktar (%)	Ortalama Miktar
İşlem gören ürün grupları (Ton) :				
Meyve-sebze	113	22.774.619	85,17	201.545
Çiçek	37	566.000	2,12	15.297
Et	39	831.331	3,11	21.316
Tavuk	24	17.400	0,07	725
Balık	53	1.730.524	6,47	32.651
Süt ürünleri	21	20.700	0,08	986
Diğer	12	796.953	2,98	66.413
TOPLAM		26.737.527	100,00	357.720
GENEL TOPLAM	121	43.284.095		
Pazar-Nüfus Büyüklüğü (Bin adet)	92	313.459		3.407
Çalışanların Sayısı (Adet)	97	96.398		994
Toptancı Sayısı (Adet)				
Meyve-sebze	17	3.364	85,75	198
Çiçek	5	287	7,32	57
Et	2	24	0,61	12
Tavuk	1	24	0,61	24
Balık	4	223	5,68	56
Süt ürünleri	1	1	0,03	1
TOPLAM	-	3.923	100,00	-
GENEL TOPLAM	121	23.136		191
Toptancı İşçi (Adet)	5	10.350		2.070
Toplam Pazar Alanı (Ha)	100	3.928		39
Toptancıların Pazar Alanı (metrekare)	95	5.593.113		58.875
Soğuk Depo Olan Toptan Pazar Sayısı	74			
Soğuk Depo Alanı (metrekare)	59	4.158.638		70.485
Soğuk Depo Sayısı (Adet)	9	620		69
Soğuk Depo Kapasitesi (Ton)	3	11.600		3.867
Park Alanı (Metrekare)	71	2.918.400		41.104
Park Alanı (Araç sayısı)	19	20.666		1.088
Giriş Ücreti Uygulayan Toptan Pazar Sayısı	58			

4.1.1.1. İşlem hacmi

WUWM'a üye toptan pazarlarda ağırlıklı olarak meyve ve sebzenin yanı sıra çiçek, et, balık, tavuk, süt ürünleri ve diğer ürünler de işlem görmektedir. 121 adet toptan pazarda toplam işlem hacmi 43.284.095 tondur. Ürünlere göre işlem hacmi kayıtları olan pazarlarda toplam 26.737.527 ton ticareti yapılmış olup, bunların dağılımı Çizelge 10'a sunulmuştur. Bazı üyelere ait detaylı kayıtlar olmadığından 16.546.568 ton'luk kısmın ürün gruplarına göre dağılımı yapılamamıştır.

Detaylı kayıtları olan toptan pazarların 113'ünde meyve-sebze, 37'sinde çiçek, 39'unda et, 24'ünde tavuk, 53'ünde balık, 21'inde süt ürünleri ve sadece 12'sinde diğer ürünler işlem görmüştür. Aynı halde birden fazla ürün işlem görebilmektedir.

WUWM üyelerine ait kayıtlara göre toptan pazarlarda işlem gören ürün miktarlarının dağılımı içerisinde; meyve ve sebzenin payı %85,17, çiçeğin %2,12, etin %3,11, tavuğun %0,07, balığın %6,47, süt ürünlerinin %0,08 ve diğer ürünlerin %2,98'dir (Çizelge10).

Ayrıntılı verilerine ulaşılan veya mevcutlara göre pazarlardaki ortalama işlem hacmine bakıldığında; 210.545 ton yaş meyve ve sebze, 15.297 ton çiçek en fazla paya sahip ürün grubu olarak belirlenmiştir. Toptan pazara düşen ortalama değerlere bakıldığında hitap edilen nüfus büyüklüğü 3,4 milyon, çalışan sayısı 994, faaliyet gösteren meyve sebze toptancısı 198 adet, toplam pazar alanı kriterine göre ortalama pazar alanı 39 hektar ve soğuk hava deposu 69 adet olarak belirlenmiştir (Çizelge10).

4.1.1.2. Yöneldiği nüfusa göre pazarların büyüklükleri

WUWM'a üye 92 toptan pazarın yöneldiği nüfus miktarı 313.459.000'dur. Üye olan toptan pazarların hitap ettiği nüfus miktarına ait bilgiler değerlendirilerek bunlar için bir büyüklük ölçüsüne ulaşılmaya çalışılmıştır. Nitekim bu amaçla Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın toptan pazarların bulunduğu yerin nüfusu itibariyle büyüklük kriteri kullanılarak WUWM'a kayıtlı toptan pazarların büyüklük sınıflandırması gerçekleştirilmiştir (Çizelge 11). Toptan pazarlar; kurulduğu yerin nüfusu 500.000'den fazla ise büyük, 50.000-500.000 arasında ise orta, 50.000'den az ise küçük pazar olarak sınıflandırılmaktadır.

Çizelge 11'den görüldüğü üzere, 121 toptan pazarın 92'sine ait kuruluş yerinin nüfus bilgisi bulunmaktadır, 29'una ait bilgi ise bulunmamaktadır. Bu nedenle 121 pazarın %76,04'üne yönelik büyüklük kriterine göre dağılım yapılmıştır. 92 toptan pazarın %89,13'ü (82 adeti) büyük, %9,78'i (9 adeti) orta, %1,09'u (1 adeti) küçük pazar olarak gruplandırılmaktadır. **Bu değerlendirmeler sonucunda, incelenen toptan pazarların yöneldiği nüfusun büyüklüğüne göre, Türkiye'dekilerden daha büyük ölçekte olduğu söylenebilir.**

Çizelge 11. WUWM'a Kayıtlı Toptan Pazarların Bulunduğu Yerin Nüfusuna Göre Büyüklüğü

	Kurulduğu Yerin Nüfusu	Sayı	Oran (%)	Oran (%)
Büyük	500.000'den fazla	82	67,77	89,13
Orta	50.000-500.000	9	7,44	9,78
Küçük	50.000'den az	1	0,83	1,09
TOPLAM		92	76,04	100,00
Belli olmayan		29	23,96	
GENEL TOPLAM		121	100,00	

4.1.1.3. İstihdam durumu

İncelenen toptan pazarlarda çalışanların toplam sayısı 96.398'dir. Toptan pazarlarda 23.136 toptancı çalışmakta ve ürünlere göre dağılımı verilmiş olan 3.923 toptancı mevcuttur. 3.923 toptancının %85,75'i meyve ve sebze ticareti ile uğraşmaktadır. Bunu çiçek ve balık toptancıları izlemektedir. Toptancılarda çalışanlar ise 10.350 kişidir (Çizelge 10).

4.1.1.4. Altyapı durumu

4.1.1.4.1. Toplam pazar alanı

Toptancı pazarların toplam alanı 3.928 ha, ortalama alanı ise 39 ha'dır. Toptancılara ayrılan alan ise 5.593.113 m² dir (yaklaşık 559 hektar). Toplam pazar alanının yaklaşık %14'ü toptancılara ayrılmıştır (Çizelge 10).

4.1.1.4.2. Toptan pazarlarda soğuk depo durumu

Toptan pazarlarda soğuk depo bulunan işyerinin sayısı 74'dür. Soğuk depo alanı 4.158.638 m² dir. Bunun yanısıra, 620 adet soğuk depo da bulunmakta olup, bunların kapasitesi 11.600 ton olarak verilmiştir (Çizelge 10).

4.1.1.4.3. Park alanı

Toptan pazarlarda 2.918.400 metrekarelik ve 20.666 araçlık park alanı bulunmaktadır (Çizelge 10). Toptan pazarların 58'inde giriş ücreti alınmaktadır. Giriş ücreti bazı pazarlarda alınmaz iken, bazılarında da aracın tipine, büyüklüğüne ya da kapasitesine göre değişen ödemeler uygulanmaktadır.

4.2. Tarımsal Ürünlere Yönelik Toptan Pazar Örnekleri

Meyve ve sebze üretiminin büyük ölçüde doğal koşullara bağlılığı fiyat dalgalanmalarına neden olmaktadır. Çabuk bozuldukları için taşıma, dağıtım ve depolamaları zordur. Bu açıdan, toptan pazarlar, üretici ve tüketici arasında ürünle ilgili birçok fonksiyonu (fiyat oluşumu, depolama, dağıtım vs) yerine getirmektedirler. Ekonomik anlamda da, ticaretin kayıt altına alınması açısından toptan pazarlar önem taşımaktadır. Bu bölümde, Avrupa Birliği ve diğer bazı ülkelerdeki meyve ve sebze toptan pazarları hakkında bilgiler sunulacaktır. Bu ülkeler İspanya, Finlandiya, İtalya, Çin, Japonya, Rusya, Polonya, İngiltere, Portekiz, Endonezya, Hollanda, Almanya, Avustralya, Meksika, Amerika Birleşik Devletleri ve Fransa'dır.

4.2.1. Avrupa Birliği ülkelerinden örnekler

Avrupa Birliği'nde yaş sebze ve meyve ticaretini düzenleyen ortak bir toptancı hal mevzuatı bulunmazken ve üye ülkelerin hallerle ilgili olarak kendi mevzuatı bulunmaktadır. Ayrıca, yaş sebze ve meyvelerin toptan satışında toptancı hale kaydolma zorunluluğu da sözkonusu değildir. Sektörle ilgili olarak, EU COFEL (European Union of the Fruit and Vegetable, Wholesale, Import and Export Trade-AB Sebze ve Meyve Toptancı, İhracatçı ve İthalatçılar Birliği) fiyat mekanizması, ihracat teşvikleri, kalite standartları, hijyen kuralları, gümrük vergileri, ambalaj ve ambalaj atıkları, destekleme fonları, bilgi alışverişi konularında faaliyet göstermektedir (Özsu,2005).

Avrupa Birliği üyesi ülkelerdeki yaş meyve ve sebze toptan ticareti ile ilgili uygulamalarda farklılıklar olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, Avrupa Birliği ülkelerinden İspanya, İtalya, Polonya, İngiltere, Portekiz, Hollanda, Almanya, Fransa ve Finlandiya'daki toptan pazarlar incelenmiştir.

4.2.1.1 İspanya

İspanya’da toptan pazarlardaki gelişmeler 1960’lı yıllarda başlamıştır. Ticaret Bakanlığı tarafından büyük şehirlerdeki eski merkezi pazarlar yerine toptancı faaliyetlerin modern dağıtım ağını oluşturmak amacıyla “The Emprase Nacional Mercados Centrales de Abastecimientos S.A. (MERCASA)” 1966 yılında kurulmuştur (Anonymous,1999). Pazarlardaki sorumluluk paylaşımında belediyeler ve MERCASA arasındaki anlaşmalar ile sisteme katılım aşağıdaki iki şekilde oluşturulmaktadır:

- a. Bir şirket şeklinde yapılanan MERCASA’ya ilgili yerel yönetimler ve sektördeki profesyonel organizasyonların maddi ve çeşitli katkıları ile dahil olmaları hedeflenmiştir. Genel olarak şirkete katılım paylarının %51’inin belediyeler, en az %26 ya da en çok %49’unun MERCASA ve kalanın da diğer profesyonel kuruluşlar tarafından karşılanması gerekmektedir. Bu şirket karma bir kuruluş olup, genelde kamu ve özel yasa çerçevesinde bir limited şirket şeklindedir.
- b. Limited şirket şeklinde de olsa bu birliğin MERCASA’ya ek olarak paydaşları; üreticiler, ticaret ve tüketici birlikleri ve organizasyonları olup, yeni pazarların oluşturulması ve teşvik edilmesi amaçlanmaktadır.

4.2.1.2. İtalya

İtalya’da toptan pazarlarla ilgili çok sayıda yasal düzenleme bulunmaktadır (Anonymous,1999). Bunlardan en önemlileri aşağıda sunulmuştur:

- Toptan pazarlar hakkındaki 125/1959 Yasası
- Toptan pazarların kuruluşu için eyalet finansmanı hakkındaki 41/1986 Yasası
- Toptan pazarların kuruluşu için finansal yardım garantisi hakkındaki 21.12.88 Taslağı
- Toptan pazarlara yönelik yardım garantisi için değerlendirme kriteri hakkındaki 2.2.90 Kararnamesi
- Yerel yönetim kararnamesi hakkındaki 142/1990 Yasası
- Toptan pazarların kuruluşu için finansal yardım garantisi hakkındaki 31.1.92 Taslağı

İtalya’da toptan pazarlarla ilgili ilk yasal düzenleme 125/1959 Sayılı Yasa’dır Bu düzenleme ile toptancı pazarların mülkiyet ve yönetimi yerel yönetimlere verilmiş; ayrıca İtalya’da toptan ticaret libere edilmiştir. Bununla birlikte, İtalya’da toptancı pazarların altyapısındaki yetersizlikler nedeniyle ve belirli koşullar altında (toptan pazarların ekonomik ve coğrafik önemi, çok amaçlı pazar yapısı) yatırımları teşvik amaçlı eyalet finansmanı için 41/1986 sayılı Yasa yürürlüğe girmiştir. Genellikle, özel sektöre bu yapılardaki yatırımları geliştirici teşvikler az verilmiştir. Yaklaşık 40 şirket birliği oluşturulmuş ve bunlardan bazıları yeni toptancı hallere fonların ulaştırılması için seçilmiştir.

Yeni toptancı hallerin planı 41/1986 Sayılı Yasa (pazar planı) ve 142/90 Sayılı Yasa tarafından düzenlenmektedir. Buna göre, yerel otoriteler anonim şirket oluşturarak hizmetleri düzenlemektedirler. 2.2.1990 Kararnamesi ile de şirket birliklerine fonların aktarılması sağlanmış; ulusal ürün dağıtımının dengeli yapılabilmesi için entegre ve fonksiyonel sistemler oluşturulması, sistemdeki duplikasyonların ortadan kaldırılması, pazarların kara, deniz ve hava ulaşımı açısından en iyi noktalarda kurulması amaçlanmıştır. Sistem, ayrıca depolama, soğutma, diğer pazarlardaki stoklar, fiyatlar, ürün akışı ve dış ticaret gibi konularda doğru bilgi sağlamayı da hedeflemiştir. Kararname, toptan pazarları tanımlamakta ve tüketici eğilimleri ve perakende dağıtımın gereksinimlerine göre adapte olması gereken yeni toptan pazarların yapı ve fonksiyonlarını belirlemektedir.

İtalya’daki toptan pazarlara örnek olarak WUWM üyesi Mercafir toptan pazarı sunulmuştur. Mercafir, Floransa Belediyesi (İtalya) tarafından kurulmuş ve sebze-meyve gibi gıda maddelerinin toptan ticaretinde çeşitli faaliyetleri içeren modern, kompleks yapıları içeren bir merkezdir. 340,000 m² alanda kurulu olup, ulaşım açısından havaalanı ve önemli yollara yakın inşa edilmiştir (<http://www.mercafir.it>).

4.2.1.3. Polonya

Polonya’da sebze ve meyve üretiminde önemli bir bölge olan iyi bir coğrafi ve mikro klima alanına sahip olan Sandomierz Bölgesinde, 1997 yılında kurulmuş olan “Sandomierz Tarımsal ve Bahçe Ürünleri Toptan Pazarı” bulunmaktadır (<http://www.gieldasan.pl>). Pazar, bölgedeki yerel yönetimler, tarımsal üreticiler ve üretici grupları, kooperatifler ve firmalardan oluşan 108 ortağa sahiptir (<http://www.polishbusiness.net>).

Ürün fiyatları toptan pazardaki Ticaret Ofisi tarafından belirlenir. Ayrıca dışsatım, toptan ticaret, bölgedeki pazarı kontrol etmek, yerel marka, fuar organizasyonu yapmak, talep yaratmak, fuarlara katılmak, Swietokrzyski bölgesindeki üreticilere Avrupa Birliği ve diğer konular hakkında seminerler düzenlemek faaliyetleri arasındadır.

Polonya’daki modern ve Avrupa standartlarında kurulan ilk toptan pazar Wielkopolska Tarım ve Bahçe Ürünleri Toptan Pazarı (WGRO S.A)’dır. Pazar, meyve ve sebze, çiçek ve gıda ticareti yapılması için 1992 yılında kurulmuştur (<http://www.wgro.com.pl>). Pazarda satış alanları, soğutuculu depo ve standlar, modern haberleşme sistemi ve internet ağı, sosyal tesisler, sağlık hizmetleri ve park alanları yer almaktadır. WGRO S.A.’nın Polonya ve dünya çapında hizmet verebilmek için eğitim, seminer, konferans organize etme, pazar bilgilerini duyurma, pazar araştırmaları yapma ve yayın oluşturma gibi amaçları bulunmaktadır.

4.2.1.4. İngiltere

İngiltere’de gıda hijyeni ve ürün sınıflaması dışında, toptan pazarları düzenlemek için ulusal ve bölgesel düzeyde çok sayıda yasa bulunmamaktadır. Bu konular, AB’ye girişte uyumlaştırılabilir kurallar tarafından düzenlenmektedir.

İngiltere’de toptan pazarlar arasında bir ağ yoktur. Bu pazarları en iyi temsil eden Londra’da bulunan ve 1961 yılında çıkan bir yasa ile kurulan ve kamu otoritesi tarafından yönetilen Covent Garden’dır (Anonymous,1999). 1966 yılında, Parlamento, otorite’nin pazar yerinin değiştirilmesi kararını onaylamış ve Pazar 1974 yılında Nine Elms’de faaliyete geçmiştir.

Pazar otoritesi 3 ile 6 kişi arasında değişmektedir. Üyelerin sanayi, ticaret, yönetim, ulaşım, finansman, hukuk ve işçi organizasyonlarından deneyimli ve yetenekli profesyonellerden tayin edilmektedir. Otorite, pazarla ilgili giriş ücretleri dahil harçlar ve tarifeler gibi konularda yetkiye sahiptir. Ayrıca yönetim, tarife ve pazar çalışanları ile ilgili daimi komiteler oluşturmaktadır (Anonymous,1999). Yönetim komitesi; otorite, toptancı ve üretici temsilcileri tarafından belirlenen diğer üyelerden oluşmakta olup, başkanlığını pazar müdürü yapmaktadır. Nine Elms’deki Covent Garden’da pazar danışmanlık-yönetim komitesi de bulunmaktadır. Bu komite başkan, sekreter, meyve ve sebze ile çiçekle ilgili 18 üyeden oluşmaktadır.

1991 yılında, pazardaki satış yeri kiralama süresi 9 yıl olarak belirlenmiştir. Son yıllarda süper marketlere doğrudan satışlar nedeniyle, pazarda çalışan firma sayısında ve kiralanan alanda azalma görülmektedir. Bu gelişmeyi, 1991 yılındaki lisans ücret artışları da hızlandırmıştır.

İngiltere’deki toptan meyve ve sebze pazarı Londra’da bulunan Covent Garden’ın yanısıra, Manchester, Glasgow ve Birmingham’da da bulunmaktadır. Toptan pazarların payı %50’dir. Toptan pazarı besleyenler dış alımcılar ve üreticiler olup, toptancıların birincil müşterileri bağımsız manavlar, ikincil toptancılar ve yemek tedarik eden kuruluşlardır (catering industry). Bağımsız manavlar toptan

pazarlardaki ürünün %50'sini, ikincil toptancılar %30'unu, yemek tedarik eden kuruluşlar (lokanta ve oteller) %20'sini almaktadırlar. Ancak son yıllarda süpermarket zincirleri ve diğerlerinin kendilerine ait etkili satın alma ve dağıtım sistemlerini kurmaları ile toptan pazarların ve toptancıların faaliyetlerinde azalma ortaya çıkmaktadır. Toptancıların toptan satış ve çeşitli hizmetleri sunmaları pazarlama kanalı boyunca zamanla azalmaktadır. Son yıllarda toptan pazarların payının %50'den daha fazla küçüleceği tahmin edilmektedir.

İngiltere ve dünyanın en büyük toptan pazarı olan Londra'daki Covent Garden pazarında fiyatlar alıcı ve satıcı arasında tam rekabet ortamında oluşmakta, değişen arz ve talebe göre şekillenmektedir. Bunun yanı sıra, bazı büyük satıcılar belirli satış komisyoncuları için satış fiyatlarını belirleyebilmektedirler. Ayrıca fiyatın oluşumunda herhangi bir dış unsur ya da resmi fiyat düzenlemesi bulunmamaktadır.

Pazarda toptancılar dışında dış alımcılar, yemek dağıtıcıları ve alım şirketleri vardır. Pazarda 350'den fazla işyeri (kiracı) bulunmakta ve yaklaşık 3.000 kişi çalışmaktadır. Hergün ortalama 3.500 kamyon pazara giriş yapmaktadır. 22,7 hektarlık alanda faaliyet gösteren pazarın 16,2 hektarında meyve ve sebze ticareti yapılmaktadır. Pazarda alıcıların ürünleri görebileceği alanlar, depolar, yükleme ve boşaltma alanlarının yanı sıra, banka ve sosyal tesisler de (örneğin kafeler) bulunmaktadır.

Pazar yerinin belirlenmesinde önemli olan bir unsur da, ulusal ve uluslararası taşımacılık açısından uygun olması ve ulaşım kolaylığıdır. Covent Garden pazarı, otoyola ve metroya yakındır. Pazara giriş ve çıkışlar iyi bir şekilde düzenlenmiştir. Pazarda 2.000 ticari kamyon ve 1.000 araçlık park yeri de vardır.

Ayrıca İngiltere'de Taze Ürün Konsorsiyumu (The Fresh Produce Consortium) bulunmaktadır. Konsorsiyumun üyelerini; perakendeci, toptancı, ithalatçı, üretici, paketleyici ve şirketler oluşturmaktadır. Üyelerin sayısı aşağıda belirtilmiştir:

1. Perakendeciler: - bağımsız (169 adet)
 - süpermarketler (8 adet),
2. Toptancılar : - pazar şirketleri (20 adet)(Market Association),
 - meyve-sebze (400 adet)
 - çiçek ve bitki (99 adet)
3. İthalatçılar : yaklaşık 165 adet
4. Üretici ve paketleyici : 88 adet
5. Şirketler : 103 adet

4.2.1.5. Portekiz

Yeni Lizbon Toptan Pazarı (MARL), 2000 Temmuz ayında faaliyetine başlamış ve ülkedeki en büyük stratejik ve gıda maddeleri pazarıdır. MARL'ın ulusal ve uluslararası ticarete önemli bir aşama olacağı ve Portekiz nüfusunun %38'ine doğrudan etkide bulunacağı tahmin edilmektedir. 101 hektarda kurulu olan pazarda, et, süt ürünleri, balık, çiçek gibi ürünlerin yanı sıra, sebze ve meyve sergileri de yer almaktadır. Günde 30,000 kişi ve 14,000 kamyon faaliyette bulunmakta ve 1,4 milyon ton taze ürün işlem görmektedir. Gıda maddelerinin yanı sıra, tamamlayıcı ve çeşitli hizmetlerle ilgili 1.000

firma çalışmakta idi. Başlangıçta, MARL'ın faaliyete geçmesiyle şehir merkezindeki pazarların kapanacağı ve toptancıların yeni pazara entegre olacağı yönünde öngörüler olmuştur.

4.2.1.6. Hollanda

Hollanda'da Rotterdam'daki "Spaanse Polder Toptan Pazarı" 13 üncü yüzyılda kurulmuş, İkinci Dünya Savaşından sonra sağlık standartlarına göre reformlar yapılmıştır. Önce meyve ve sebze, sonra da taze ve dondurulmuş diğer ürünler dahil edilmiştir. Pazar alanı 12,5 hektar olup, patates, meyve-sebze ve çiçek için satış birimleri vardır. Pazarı her gün 1.200 tüccar ziyaret etmektedir. Süpermarketlerin artışı ve taze gıda dağıtımındaki yüksek standartlar ile soğuk zincir uygulamaları sonucunda 1980'lerde ziyaretçi sayısında azalmalar olmuştur. Bu gelişmeler karşısında toptancılar ürün çeşitliliğini genişletmek zorunda kalmışlardır (<http://www.wuwm.org/forum/frmtxt8.htm>).

4.2.1.7. Almanya

Almanya'da toptan pazarları düzenlemek için federal ya da eyalet yasaları bulunmamaktadır. Toptan pazarların sorumluluğu, farklı şehirlerde doğrudan ya da dolaylı olarak yerel otoritelerin sahip olduğu şirketlere ait olduğundan belediyelere aittir. Bunun dışında, birkaç istisnai durumda toptan pazarlar şirketler tarafından yönetilmekte olup, bunların çoğu limited şirkettir (Anonymous, 1999).

Almanya'da ülkeyi en iyi temsil eden toptan pazar, Berlin'de bulunmakta olup, mülkiyeti 1960 yılında kurulan Berliner Grossmarkt GmbH kısaca BGG isimli bir limited şirkete aittir. Bu pazar, meyve ve sebze pazarı ile et, çiçek ve yerel bahçe ürünleri olmak üzere iki pazardan oluşmaktadır.

Her iki toptan pazarın yönetim ve işleyişi "Meyve ve Sebze Toptan Pazarlarının Yönetimi" için Berlin Kooperatifine devredilmiştir. Bu pazarlarda pazar yasaları BGG tarafından düzenlenen çalışma yasası ve tarife düzenlemeleri ile BGG'nin onayıyla kooperatif yönetimi tarafından çıkartılan diğer tarife düzenlemeleri şeklinde genişletilmiştir. Ayrıca pazar idaresine toptancı pazarlarda alan ve satış sergisi kiralama ve kullanma, toptancıların lisanslarının onayı yada reddi, ceza uygulamaları ve şikayetler gibi birçok konuda önemli yetkiler verilmiştir.

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

Toptan pazar bilgileri, BGG ve kooperatif tarafından çıkartılmaktadır. Cezalar, kooperatif tarafından düzenlenmektedir. Kooperatifin kurulma ile ilgili düzenlediği önlemlere BGG, kooperatif, toptancılar birliği, ticaret odası ve meclis üyesi temsilcilerinden oluşan Komite karar vermektedir. Bu Komite kooperatif kararlarını düzenleyebilir, değiştirebilir ve onaylayabilir.

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

Kooperatif tarafından çıkartılan tarife düzenlemeleri, açılış saatleri ile ilgili olarak araçların hareketi konusunda tüm faaliyetleri düzenlemektedir.

Satış yerleri ile ilgili sözleşmeler kooperatif ve ticaret yapanlar arasında düzenlenmektedir.

Almanya'daki toptan pazarlara Beusselstrasse Toptan Pazarı örnek verilmiştir. Bu pazarın, Berlin'de önemli bir yeri bulunmaktadır. Toptan pazarda 29.520 m² lik alanda meyve ve sebze, 18.400 m²lik alanda et işlem görmektedir. 2.4 hektarda da çiçek ticareti yapılmaktadır. Ayrıca modern satış salonları, depolar, paketleme ve kesim faaliyetleri, soğutma ve dondurma odaları, muz olgunlaştırma odaları ve ofisler bulunmaktadır. Son yıllarda yıllık ortalama işlem hacmi meyve-sebzede 440.000 ton, ette 108.500 tondur.

4.2.1.8. Fransa

Fransa'da toptancı haller, 1953 yılında kabul edilen yasalara göre, "Bölgesel Pazarlar Ağı-Reseau de Marchés d'Interêt National (M.I.N.) olarak organize edilmiştir. Bu düzenlemeyle ürünlerin pazarlama sürecinde kalitelerinin artırılması, maliyetlerin azaltılması, pazarlama kanallarının basitleştirilmesi amaçlanmıştır. Yerel otoriteler ile görüşmelerden sonra, MIN olarak toptan pazarların sınıflaması ya da yenilerin kurulması Conseil d'Etat Kararnamesi tarafından düzenlenmiştir. MIN'ların özellikleri; yakın pazarlardaki giriş ve çıkışları kontrol etmesi, ana yollar ve/veya demiryollarında kurulması, soğuk depolama faaliyetleri ve tamamlayıcı hizmetlere sahip olmasıdır (Anonymous,1999). Her pazar seçilmiş yetkililer ve profesyonel partner temsilcileri tarafından yönetilmektedir ve 4 adet toptan pazar ulusal pazar ağı olarak sınıflandırılmıştır.

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

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

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

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

4.2.1.9. Finlandiya

Helsinki Toptan Gıda Pazarı 20 hektar alanda kurulu, 2 internet sitesini içeren uluslararası bir pazardır. Bu pazarda; 300 satış yerinde sebze ve çiçek alanı vardır ve 130 girişimci ile 1.000 den fazla işçi çalışmaktadır. Her yıl 60.000 ton gıda işlem görmektedir. Dondurarak saklama ve et toptan satış alanları Avrupa Birliği standartlarına uygundur. Pazarı tanıtıcı broşürler basılmaktadır. Pazarda Avrupa Birliği standartları, izinler hakkında danışma hizmeti, teknik hizmet, güvenlik gibi birçok konuda faaliyette bulunmaktadır (<http://www.hel.fi/heltu>).

4.2.2. Diğer ülkelerden örnekler

Bu bölümde, dünyada bazı ülkelerden toptan pazarlara örnekler verilmiştir. Bu ülkeler; Çin, Japonya, Rusya, Meksika, Endonezya, Avustralya ve Amerika Birleşik Devletleri'dir.

4.2.2.1. Çin

Çin'de Şanghay ve Beijing'de toptan pazarlar vardır ve bunlar arasında büyüklük, yapı ve işlemler bakımından da büyük farklılıklar mevcuttur. Şanghay'daki 32 toptan pazar orta büyüklükte, devlete ait, kar amaçlı olmayan ve devletin denetlediği yerlerdir. Pazarda alıcılar aldıkları ürünün bedelini Pazar İdare Ofisine ödemektedirler. Ofis satıcıların her satışından %6 pazar idare ücreti ve %1,5 vergiyi düşmektedir. Beijing'de ise 10 büyük ve 40 küçük toptancı pazar vardır. Bunlar, 1985'ten sonra yeniden yapılmış, kar amaçlı ve özel şirketlerin hakim olduğu pazarlardır. Beijing'deki en büyük toptan pazar olan Huaken Yuegezhuang yarı özeldir. Pazardaki üç yatırımcı; Çin Tarım Bakanlığı'na bağlı Devlet Tarım İşletmeleri Teşekkülü, Beijing Su Ürünleri Teşekkülü ve Yue Zhong Tarımsal Sanayi ve Ticaret Şirketi'dir. Bu yatırımcılar, Dünya Bankası'ndan da düşük faizli borç almaktadırlar.

Çoğunluğu sebze olmak üzere, günlük işlem hacmi 2.500 tondur. Bu değer, 10 milyonluk Beijing kentinin günlük tüketiminin 1/3'ünü oluşturmaktadır. Pazarda satılan ürünlerin çoğunluğu, bağımsız kamyoncuların doğrudan üreticilerden aldıkları ürünlerdir (<http://www.saturdaymarket.com>).

Pazarda dört tip satıcı bulunmaktadır. Bunlar:

a. Kamyoncu-aracı: Bu araçlar, daha çok uzaktaki üreticilerden aldıkları ürünleri satarlar. Bu araçların ödedikleri pazar ücretleri ve vergiler kamyonun büyüklüğüne ve ürün tipine göre değişmektedir. Örneğin, tam dolu olarak 5 ton havuç yüklü bir kamyon 360\$ ödemektedir. Getirilen ürünler; lokanta ve dükkanlara satılmak üzere, yerel dağıtıcılara ya da pazarda yeniden satmak üzere ürünlene satıcılara (resellers) satılmaktadır. Ürünlerin çoğu, satılincaya kadar pazarda birkaç gün kalmaktadır.

b. Yarı toptancılar (yerel araçlar): Ufak tefek döküntüler pazarın sonuna 2-3 gün kalıncaya kadar satılmaz ve bunlar pazar yakınında yerde bazı örtüler üzerinde satılmak üzere yerel araçlar tarafından alınır. Bu arada, kamyoncu araçlar yeni ürün almak üzere giderken, yerel araçlar kalan ürünleri küçük alıcılara satarlar. Yerel araçlar, ürünleri satana kadar aileleri ile birlikte çalışırlar. Kamyoncu araçlar pazar için ücret öderken, yerel araçlar ilave ödeme yapmazlar.

c. Yerel üreticiler: Yerel üreticiler pazarda belirlenen yerde ürünlerini satarlar.

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

Çin'de bir diğer büyük toptancı pazar (Bell Temple Market), sadece üreticiler tarafından oluşturulmuştur. Bu pazardaki çoğu ürün özel kamyoncular tarafından alınmakta, diğer pazarın aksine

burada perakende satışlar yoktur. Kamyoncular ürün miktar ve değeri üzerinden hesaplanan % 5 (%2 pazar idare ücreti,%3 vergi) pazar ücreti öderler.

Orta büyüklükte olan Rice Huller's Market, küçük miktarlarda tekrar satmak üzere alım yapanlara rağmen, büyük ölçüde kamyoncu toptancılara satış yapmaktadır. Bu pazarda %2 idare, %7 vergi olmak üzere toplam %9 oranında ücret ödenmektedir. Pazarda üreticiler ve perakende satışlar için alanlar bulunmaktadır (<http://www.saturdaymarket.com>).

Çin'in en fonksiyonel gıda maddeleri toptancı pazarı "Changshu" olup, Zhitang kasaba yönetimi ve Zhitang Ekonomik Kalkınma şirketince finanse edilerek kurulmuş ve yönetilmektedir. 93.000 m² alan üzerinde 500 satış yeri ve 503 depoya sahiptir. Pazarda 1200 çeşit ürün satılmaktadır. Yükleme, depolama, park alanları, finans kurumları, banka, vergi dairesi, kredi kooperatifi, güvenlik birimleri, yönetim kurulu bürosu, haberleşme ve postahane alanı, ticari ve nakliye ofisler, radyo yayını ve sigorta işlemleri yer almaktadır. Pazar gelişimi için ucuz depo ve sabit vergi uygulaması yapılmaktadır. 204 ulusal yola ve hızlı ulaşım hattına yakın olan pazarda 800 telefonun yanı sıra, fax gibi haberleşme araçları ve su gereksinimi için 40.000 ton su sağlanmaktadır. 15.000 m²lik parkta 350 araç park yeri, 230.000 m²lik alan depo yeri ve nakliye merkezi vardır. Pazarda gıda denetimi, sertifikasyon ve standardizasyon gibi daha birçok konuda yatırımcı ve işadamları için ölçümler yapılmaktadır.

1987 yılında kurulan ve WUWM'un üyesi olan Çin Sebze Pazarlama Birliği de meyve ve sebze pazarını düzenleme ve geliştirme, yol gösterme, teknik eğitim, uluslararası işbirliği, tarımsal ürünlerin dağıtım sistemleri ve pazar oluşumu hakkında çalışmalar yapmakta, ulusal ve uluslararası tarımsal alanlar hakkında bilgi toplama ve dağıtma, toplantılar düzenleme, web sitesini oluşturma, Sebze Ekonomisi Dergisi çıkarma faaliyetlerinde bulunmaktadır.

4.2.2.2. Japonya

Japonya'da, 1923'de Merkezi Toptan Pazar Kanunu yürürlüğe girmiştir. Büyük Kanto Depreminden sonra özel pazarların zarar görmesi ile yeni pazar yapım çalışmaları hızlanmış ve 1935'te Tsukiji, Kanda ve Kyoto'da toptancı pazar yerleri inşa edilmiş, daha sonra da Ebara, Toshima, Adachi ve Shokuniku açılmıştır (<http://www.shijou.metro.tokyo.jp>). Kanun Toptan Pazar Düzenleme Yasası ile 1971 yılında revize edilmiştir. Yeni yasadan sonra da pazarlar kurulmuştur. Japonya'da toptan pazarların (bugünkü sistemde) iki özelliği vardır:

- 1.Yerel otorite pazarı kurar ve düzenler.
2. İşlem hacmine bakılmaksızın açık artırmaya göre fiyat belirlenir ve sabittir (dünyada tektir).

1971 yılındaki Kanunla, toptan pazarlar merkezi, yerel ve diğerleri (düşük ölçekli) olarak üç sınıfa ayrılmıştır (Anonymous, 1999):

- ✓ **Merkezi pazarlar:** Bu pazarlar Tarım Bakanlığının onayı ile ana dağıtım ve tüketim merkezlerinde (200.000 nüfusa sahip şehirler) kurulmaktadır. Bunların kurulmasında yerel otoriteler ve valiler yetkilidir. 1970'li yıllarda 56 ilde 88 merkezi toptan pazar bulunmakta idi. Bunlardan sadece 5'inde meyve ve sebze işlem görmektedir (54'ü balık, 19'u çiçek, 10'u et içindir). Tokyo'daki 9 merkezi toptan pazarda 2,7 milyon ton meyve-sebze işlem görmektedir (9,940 ton/gün). Bu pazarlarda en fazla lahana, soğan, turp, mandarin ve portakal ticareti yapılmaktadır. 1988 yılında Tokyo toptan pazarında çiçek bölümü de açılmıştır. 1981 yılında

Tokyo, Osaka ve Kyoto dahil olmak üzere 53 şehirde 89 adet merkezi toptan pazar bulunmaktaydı. 1988 yılında ise Tokyo toptan pazarında çiçek bölümü de açılmıştır.

Merkezi pazarların çalışmalarına örnek olarak, Tokyo Metropolitan Merkezi Toptan Pazarı incelenmiştir. Tokyo Metropolitan Hükümeti Toptan Pazar Kanununa göre, tüketicilere güvenli ve uygun fiyatlı ürün sunmak, taze ürün taşımayı garanti etmek, pazarı düzenleme, sürdürme ve faaliyetleri denetlemek için merkezi toptan pazarlar kurulmuştur.

Pazarda tüm ürünler açık artırma ile en yüksek fiyatı verene satılmaktadır. Çiçek ve ette açık artırmada bilgisayar da kullanılmaktadır. Sebze ve meyve açık artırması sabah 6:30'da başlamaktadır. Pazarda ürünler hijyen açısından denetlenmekte ve kamu alıcıları ile toptancı araçlardan ürün alan diğer alıcılar da bulunmaktadır.

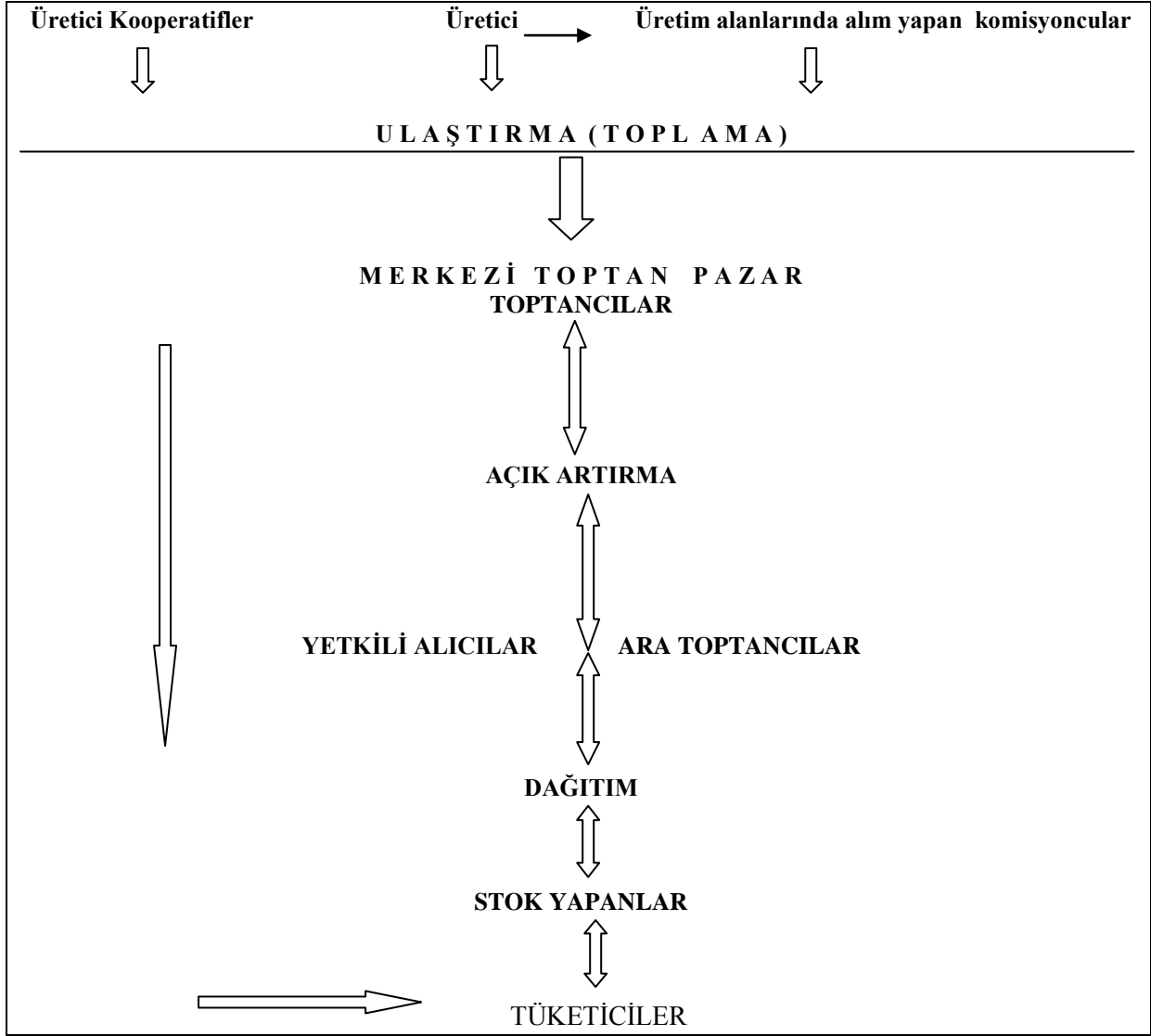
Merkezi toptan pazarın fonksiyonları; toplama, uygun fiyat, dağıtım, kayıt tutulması, dağıtım masraflarının azaltılması ve hijyen denetim şeklinde özetlenmektedir. Bu fonksiyonlara sırasıyla bakılacak olursa, ülkenin ve dünyanın çeşitli yerlerinden gelen ürünlerin bir araya getirilmesiyle toplama fonksiyonu gerçekleşmektedir. Arz ve talebe bağlı olarak, fiyatlar açık arttırmayla belirlenmektedir. Toplanan ürünler küçük partiler halinde birçok alıcıya dağıtılmaktadır. Belirli kurallar içinde zorunlu ödemeler yapılmaktadır. Büyük miktardaki alım satımlarla taşıma ve dağıtımdaki maliyetler azaltılmaktadır. Ürün hijyeni, denetleyici kurum tarafından kontrol edilmektedir.

- ✓ **Yerel toptan pazarlar:** Bu pazarlar, özel alanlarda valilerin onayı ile kurulmaktadır. 1979 yılında, 1.868 adet yerel pazar bulunmakta idi. Bu pazarlardaki yükümlülükler merkezi toptan pazarlardaki kadar katı değildir. Ancak bu pazarların Toptan Pazar Kanunu ile kurulması gerekmektedir.
- ✓ **Diğer toptan pazarlar:** 1978 yılında 1.138 adet olan bu pazarlar yerel otoriteler tarafından yönetilmektedir.

Toptan pazarda toptancılar, ara toptancılar, yetkili alıcılar (bayi) ve şirketler faaliyette bulunmaktadır (Şekil 15). Toptancılar üretici ya da üretim alanında alım yapan komisyoncuların gönderdikleri ürünleri açık artırma ile belediye tarafından belirlenen komisyonlarla satarlar. Örneğin komisyon oranları; sebze %8,5, meyvede %7, deniz ürünlerinde %5,5, ette %3,5 ve çiçekte %9,5'dir. Japonya'da toptancıların, ticaret yapılan her pazar ve ürün için Tarım Bakanlığı'ndan onay almaları gerekmektedir. Aracı toptancılar, toptancılardan aldıklarını satmakta ve bunların da izin almaları gerekmektedir. Perakendeci ve süpermarketler ya ara toptancılardan ya da açık artırma ile aracı toptancılar gibi doğrudan toptancılardan ürün alabilirler. Ayrıca taşıma şirketleri de bulunmaktadır.

Japonya'da toptancı organizasyonları bulunmayıp ticaret yapanlar yasalara uyum ve eğitimle ilgili sorunlarını kendi kaynakları ile çözmeye çalışmaktadırlar. Tokyo Merkezi Toptan Pazarlar Birliği dışında, pazar ağı konusunda detaylı bilgi bulunmamaktadır. Birlik pazarların, dağıtımın, bilgilendirmenin modernizasyonu gibi konularda faaliyette bulunmaktadır. Toptan pazarların kurulması ve sorumluluğu üye olan yerel otoritelere aittir.

Japonya'da 9 adet toptancı pazarda işlem gören ithal sebzenin payı %4,3 ve meyvenin ise %17,6 düzeyinde gerçekleşmiştir (1998).



Şekil 15. Japonya’da Yaş Meyve ve Sebze Pazarlamasında Toptan Pazarların Yeri
(<http://www.shijou.metro.tokyo.jp>)

4.2.2.3. Rusya

Moskova kenti yerel yönetimi, 1995 yılında 568 Sayılı Kararname ile toptancı pazarı kurmuştur (<http://www.comcor.ru>). 1996 yılında toptan pazarın network programını yürürlüğe koymuş ve bunun için de Moskova Toptan Pazar A.Ş.’yi kurmuştur. Bu şirket, Dünya Toptan Pazarlar Birliği’ne (WUWM) üye olup, tecrübeleri geliştirmek için uluslararası fuar ve seminer düzenlemeyi de amaçlamaktadır. İşlenmiş ve işlenmemiş ürünler için toptan pazarların gerekliliğine inanılmaktadır. Pazardan hem üreticiler ve gıda firmaları hem de perakendeci, lokanta ve diğer gıda ticareti yapanlar, gıda işleyenler, küçük toptancılar, kendi tüketimi için ürün alan küçük toptancılar yararlanmaktadır. Pazarın modernizasyonu için birtakım altyapı yatırımları gerekli görülmektedir.

Öncelikle toptan pazarın yeri, sayısı, hangi ürünlerin dahil olacağı, büyüklüğü ve tipini belirlemek önemli bir sorundur. Bu sorunların çözülmesi de her bir pazar için geliştirilecek projelerle gerçekleştirilecektir. Moskova gıda maddeleri toptan pazarı network sistemi projesiyle pazarda işlem yapanlarla ilgili verilerin oluşumu, sertifikasyon, muhasebe, ürünlerin toplama, depolama, transfer ve pazar hakkındaki bilgilerin (talep, fiyatlar, kalite, stoklar, düzenlemeler vs) kullanımını sağlamak amaçlanmaktadır. Projenin ilk aşamasında 9 (2000 yılına kadar), ikinci aşamada yedi toptan pazarın

(1999 yılından itibaren) kurulması öngörülmüştür. Birinci aşamadaki pazarların 123,9 hektarda kurulmasına ve yılda 1.565.000 ton işlem hacmine ulaşması hedeflenmiştir.

4.2.2.4. Meksika

Meksika şehrindeki merkezi pazar (Central de Abasto), 20 milyonluk şehrin gıda gereksiniminin %80'ini karşılamaktadır. Bu pazarın hedefleri; üretici gelirini artırma, uygun fiyat oluşumunu sağlama, meyve ve sebze satışlarını düzenleme ve modernleştirme, düşük gelirli tüketiciye taze ürün sunumunu güvence altına alma ile şehrin gıda gereksinimini karşılamaktır. Pazarda çalışmalarını modernize etmek için bir programlar geliştirilmektedir (<http://www.wuwm.org/forum/frmtxt9.htm>).

Pazarda et ve balık da dahil günde 25.000 ton ürün işlem görmektedir. Pazarda bilgisayar kullanılmadığı için ticaret yapanların sayısı ve ürün miktarı tam olarak bilinmemektedir. Bununla birlikte pazar ofisleri haberleşme konusunda altyapıyı iyileştirmeye yönelik çalışmalarını sürdürmektedir.

4.2.2.5. Endonezya

Endonezya'nın başkenti Jakarta'da gıda maddelerinin %90'ı şehir dışından gelmektedir (<http://www.wuwm.org>). Endonezya'da yaş meyve ve sebze pazarını daha güvenli hale getirmek ve altyapıyı iyileştirmek için Rawa Buaya Toptan Pazarı inşa edilmiştir. Böylece pazarda yapılan faaliyetlerin izlenebilirliği ve altyapının modernize edilmesi, toptancı ve perakendeciler için yeni fırsatların oluşturulması hedeflenmiştir. Ayrıca, pazar alanı liman, hava alanı ve karayolu yakınında bulunmaktadır.

4.2.2.6. Avustralya

Avustralya'da Sidney, Melbourn, Adelaide ve Perth'de geniş merkezi toptan pazarlar bulunmaktadır. Brisbane toptan pazarı, en geniş kamu toptan pazarları olup, Brisbane şehri Pazar Yasası'na göre eyalet yönetimi tarafından kurulmuştur. Pazar, bir yönetici tarafından yönetilmektedir. Brisbane Pazar yöneticisi, resmi yetkili tarafından atanmaktadır. Pazarda toptancı ve perakendeci birlikleri bulunmaktadır (Anonymous, 1999).

Queensland'de 1941 yılında kurulan Meyve ve Sebze Limited Şirketi (Brismark), bu eyalette toptancılık alanında birlikteliğe doğru ilk hareket olarak görülmektedir. Brismark, 49 ortaklı olup, Brisbane pazarında bulunmaktadır. Dünyadaki en büyük ve en aktif toptan pazar organizasyonudur. Üyelerine tanıtım, sağlık ve güvenlik, araştırma-geliştirme, sekreteryaya görevi, eğitim ve üreticilere kredi sağlama gibi konularda yardımcı olmakta ve çeşitli projelere katılmaktadır.

4.2.2.7. Amerika Birleşik Devletleri

Amerika Birleşik Devletleri'nde kuruluş itibarıyla farklı tipte toptancı haller bulunmaktadır (Yılmaz,2002). Bu haller; özel şirketler, çiftçi kooperatifleri, eyalet pazarlama sistemleri ve belediyeler tarafından kurulmakta ve işletilmektedir.

Amerika Birleşik Devletleri'nde 1989 yılından sonra kurulan en son ve büyük toptan pazar Baltimor'daki Maryland Gıda Merkezi'dir. Pazar yönetimi her türlü sözleşmeler, sabit ücretler, kiralardan belirlenmesi gibi pazarla ilgili her konuda yetkilidir. Ayrıca çeşitli konularda önerilerde

bulunmak üzere, yedi üyeden oluşan bir Danışma Komitesi de bulunmaktadır (Anonymous, 1999).

Özet olarak, AB ve diğer bazı ülkelerdeki toptan pazarların yönetim şekli, işlem gören ürünlerin çeşitliliği, pazar büyüklüğü ve altyapı olanakları farklılık arz etmektedir. AB’de belediye, özel ve ikisinin birlikte yönetimde yer aldığı, incelenen diğer ülkelerde ise bunlara ilaveten üretici örgütlerinin de yönetimde rol aldığı görülmektedir. AB’de toptan pazarların işyeri sayısı, alan, yöneldiği nüfus miktarı açısından diğer bazı ülke örneklerine (Örneğin Türkiye) göre daha büyüktür. AB ve diğer ülkelerde toptan pazarlarda işlem gören ürün çeşidi fazladır. Meyve ve sebzenin yanı sıra süs bitkileri, su ürünleri, süt ürünleri işlem görmektedir. Türkiye’de ise toptancı haller-pazarlar denildiğinde yaş meyve ve sebze ticareti önem taşımaktadır. Toptan pazarların altyapı olanakları ülkelerin gelişmişlik düzeyine paralel olarak değişmektedir. Pazarların depo, işyeri sayısı, diğer hizmet binaları, park alanları, otomasyon ve ulaşım olanaklarının AB ve gelişmiş ülkelerdeki durumu diğerlerine göre daha ileri düzeydedir.

5. TÜRKİYE'DE TOPTANCI HALLER- PAZARLAR

Bu bölümde, Türkiye’de toptancı haller ile ilgili yasal düzenlemeler, hallerin sayısal ve yapısal mevcut durumu ortaya konulmuştur. Toptancı hallerin dünyadan örneklerle karşılaştırılabilmesi için buradaki saptamalar önem taşımaktadır.

5.1. Toptancı Hallerle İlgili Yasal Düzenlemeler

Türkiye’de yaş meyve ve sebze pazarlaması 12 Eylül 1960 tarih ve 80 sayılı Toptancı Halleri Sureti İdaresi Hakkında Kanun ile düzenlenmiştir. Yasa, değişen ekonomik şartlar ve gelişen pazar talepleri nedeniyle yeterli olmamış ve 27 Haziran 1995 tarihinde 552 sayılı “Yaş Meyve ve Sebze Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname” yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Daha sonra bu Kanun Hükmünde Kararnamenin 19. Maddesinde yer alan hususlar kapsamında, 28 Aralık 1997 tarih ve 23214 sayılı Resmi Gazete’de “Toptancı Hallerinin Yönetim ve İşleyişi Hakkında Yönetmelik” yayınlanmıştır (Anonim,1998). 1995 yılından itibaren 552 sayılı KHK’nin uygulanmasında çeşitli aksaklıklar görülmüş, bunların giderilmesi amacıyla, 11 Haziran 1998 tarih ve 4367 sayılı “Yaş Meyve ve Sebze Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında KHK’nin Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine Dair Kanun” yürürlüğe konulmuştur (Çizelge 12).

Çizelge 12. Toptancı Hallerle İlgili Yasal Düzenlemelerin Gelişimi

Düzenlemenin Şekli	Adı	Kararın Tarihi ve Sayısı	Yayımlanan Resmi Gazete Tarih ve Sayısı
1. Kanun	Toptancı Hallerinin Sureti İdaresi Hakkında Kanun	Tarih: 12.9.1960 Sayı:80	
2.Kanun Hükmünde Kararname (KHK)	Yaş Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında KHK	Tarih: 24.6.1995 No: 552	Tarih: 27/ 6/1995 No: 22326
3. Değişiklik Kanunu	Aynı KHK	Tarih: 3.11.1995 No:4128	Tarih:7.11.1995 No:22456
4.Yönetmelik	Toptancı Hallerinin Kuruluş Esasları Hakkında Yönetmelik		Tarih:3.10.1996 No:22776
5.Yönetmelik	Yaş Meyve ve Sebze Üretici Birliklerinin Tabi Olduğu Esaslar Hakkında Yönetmelik		Tarih:15.01.1997 No:22878
6. Yönetmelik	Toptancı Hallerinin Yönetim ve İşleyişi Hakkında Yönetmelik		Tarih:28.12.1997 No: 23214
7. Değişiklik Kanunu	Yaş Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Bazı Maddelerinin Değiştirilmesine Dair Kanun	Tarih:11.06.1998 No:4367	Tarih:14.06.1998 No:23372
8.Değişiklik (Yönetmelik)	Toptancı Hallerinin Yönetim ve İşleyişi Hakkında Yönetmelik		Tarih:26.08.1998 No: 23445
9. Yönetmelik	Hal Zabıtası Teşkilatı Personelinin Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik		Tarih:11.09.1998 No: 23460
10. 552 Sayılı Kanun’da Değişiklik	Yaş Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Bazı Maddelerinin Değiştirilerek Kabulüne İlişkin Kanun	Tarih:5.5.2007 No: 5652	Tarih:23.05.2007 No: 26530
-	<u>Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı Taslağı</u>	-	-

4367 sayılı Kanun'da asıl amaç: üretilen yaş meyve ve sebze yi kayıt altına almak olduğundan yaş meyve ve sebzelerin halden geçirilme zorunluluğu getirilmiş ve hal dışındaki satışlar bazı istisnalar dışında yasaklanmıştır. Ancak, ülkemizdeki meyve ve sebze pazarlamasındaki mevcut kurumsal ve işlevsel altyapı eksikliği yanında, Kanunun beraberinde getirdiği bir takım uygulamalar, bunlardan kaynaklanan ve özellikle küçük üreticiyi olumsuz yönde etkileyen sorunlar nedeniyle, 4367 sayılı Toptancı Halleri ile ilgili Kanun'un bazı maddelerinin tekrar gözden geçirilip değerlendirilmesi ihtiyacı doğmuştur.

24.06.1995 tarihli ve 552 sayılı Yaş Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulüne İlişkin Kanun'da yapılan başlıca önemli değişiklikler aşağıda sunulmuştur:

- 552 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin 4 üncü maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.
"MADDE 4 – Toptancı halleri; belediye ve mücavir alan sınırları içinde belediyeler, büyükşehir belediye sınırları içinde büyükşehir belediyeleri tarafından açılır veya açılmasına ruhsat verilir.
Gerçek ve tüzel kişiler tarafından toptan ve perakende halleri açılması belediyelerin iznine tâbidir.
Toptancı hallerinin kuruluşuna ilişkin usul ve esaslar, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı ile İçişleri Bakanlığının uygun görüşü alınarak Sanayi ve Ticaret Bakanlığının çıkaracağı bir yönetmelikle düzenlenir."
- 5.5.2007 tarih ve 5652 Sayılı Kanunla 552 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin 17 nci maddesinin 11/6/1998 tarihli ve 4367 sayılı Kanunla değişik üçüncü fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

"Üretildiği il veya ilçe dışına sevk edilen mallar satışa sunulacağı yer haline girer ve bunlardan alınacak belediye payı malın satışa sunulduğu yer belediyesince tahsil edilir. Malın sevkiyatında, sevk veya taşıma irsaliyesi veya ziraat odası kaydı belgelerinden birinin bulunması ve kontroller sırasında ibrazı zorunludur. Belediye sınırları ve mücavir alanlar içinde toptancı hal dışında malların toptan veya her ne şekilde olursa olsun toptancı halden satın alınmadan perakende satışa sunulduğunun tespiti halinde malların toptancı hale girişi sağlanarak hal müdürlüğünce açık artırma ile satışı yapılır veya yaptırılır. Bu durumda belediye veya işletme payı %25 olarak uygulanır."

- 5.5.2007 tarih ve 5652 Sayılı Kanunla 552 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin 21 inci maddesi başlığıyla birlikte değiştirilmiştir (Maddenin belirli bir kısmı sunulmuştur).

"Kiralama, satış ve tahsis

MADDE 21 – Belediyeler toptancı hallerini tahsis yoluyla işletebilecekleri gibi kiralama veya satış yoluyla da işletir veya işlettirir.

İşyerlerinin kiralınması veya satılmasına ilişkin işlemler, 2886 sayılı Devlet İhale Kanunu hükümlerine göre yapılır.

Toptancı hallerinde bulunan işyerlerinin %10'u üretici birliklerine kontenjan olarak ayrılır ve Ankara, İstanbul ve İzmir Büyükşehir belediyesi sınırlarındaki haller hariç halin bulunduğu il sınırlarındaki üretici birlikleri arasında yapılacak ihale ile kiraya verilir. Üretici birliklerine kiralınmış işyerlerinin herhangi bir nedenle boşalması durumunda toptancı halinde işyeri bulunmayan diğer üretici birliklerine tahsis yapılır. Üretici birliklerine ayrılan işyeri sayısı kadar talep olmaması halinde, diğer talep sahiplerine kiralama yapılabilir.

- Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun Tasarısı Taslağı'nda hallerle ilgili öngörülen önemli yenilikler aşağıdaki şekilde özetlenebilir:
1. Yeni Taslak isminde Toptancı Haller ifadesi çıkartılmıştır.
 2. Toptancı Hallerdeki işlemlerin elektronik ortama taşınmasıyla oluşturulacak "Hal Kayıt Sistemi" ile veri tabanı kurulacaktır. Böylece Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın toptancı halleri elektronik ortamda izleyebilecektir. Meyve sebzenin toptancı hallerine giriş-çıkışlarının denetlenmesi ve izlenebilirliğin sağlanması amacıyla; ürünlerin cinsi, miktarı, kalite ve standardı, fiyatı, alıcısı ve satıcısı, diğer bilgiler ile toptancı hallerde faaliyette bulunanlara ait verilerin elektronik ortamda yer alabilmesine olanak sağlanacaktır. Hallerde her toptancı için bir "toptancı veri tabanı" oluşturulacak ve bu bilgiler talep halinde üreticilere ve ilgili diğer kuruluşlara iletilebilecektir.
 3. Oluşturulması öngörülen Hal Kayıt Sistemi, Maliye Bakanlığı bünyesindeki Vergi Kayıt Sistemi, Tarım Bakanlığı bünyesindeki Çiftçi Kayıt Sistemi ile online olarak birbirine bağlanacak, böylece kayıt dışılığın önlenmesinde farklı kontrol noktaları sağlanacaktır.
 4. Taslakta hal yönetimlerinin özzerleştirilmesi yer almaktadır. Ayrıca "Toptancı Hal Yönetim Kurulu" ile hallerde yönetime yerel yönetim temsilcileri, meslek odası, üretici birlikleri ve tüketici temsilcilerinin katılabileceği belirtilmektedir.
 5. Belediyelerin yanında il özel idarelerinin, mahalli idare birliklerinin, üretici birliklerinin ve sermaye şirketlerinin hal kurabilmesine olanak sağlanmaktadır.
 6. Küçük hallerin birleştirilmesi hedeflenmektedir.
 7. Taslakla halen %8 olan toptancı hallerdeki komisyon oranının, %6'ya indirilmesi öngörülmektedir.
 8. Kesme çiçek ve süs bitkileriyle, et ve balık ürünleri ve diğer gıda maddelerinin Bakanlıkça uygun görülecek hallerde, toptan alım ve satımının yapılması zorunlu hale getirilebilecektir.
 9. Ürün künyesi çerçevesinde; ürünün üretim yerini, hasat tarihini, hangi üretici ve işletmeye ait olduğunu, miktarını, sınıfını, üretim ve işleme sürecinde yapılan uygulamaları, varsa sertifika bilgilerini belirten barkodlu etiketi veya bu bilgileri içeren belgenin tanımı yapılmaktadır.
 10. Taslakta, Kanununa göre çıkarılacak yönetmelikler hakkında görüş bildirmek, uygulama ve denetim birliği sağlamak için gerekli ilkesel kararları almak ve uygulanmasını sağlamak üzere Toptancı Hal Üst Kurulu'nun oluşumu öngörülmektedir.
 11. 5200 sayılı Tarımsal Üretici Birlikleri Kanunu sonrasında, 552 sayılı KHK'den kaynaklanan üretici birliği tanımı farklılığı, yapılan düzenlemeyle giderilmiş ve 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu, 5200 sayılı Tarımsal Üretici Birlikleri Kanunu, 4572 sayılı Tarım Satış Kooperatifleri ve Birlikleri Hakkında Kanun, 1581 sayılı Tarım Kredi Kooperatifleri Kanununa göre kurulan kooperatifler ve üst birlikleri üretici birliği olarak kabul edilmiştir.

Taslağın, hallerde izlenebilirliğin sağlanması açısından veri tabanı oluşturulmasına yönelik hedefleri dikkate değerdir. Bunun yanı sıra, hallere girmeden sadece bildirim esasının çerçevesinin genişletilmesi de risklidir. Bir yandan, yaş meyve sebze ticareti kayıt altına alınmaya çalışılırken, diğer taraftan da bildirim esasına göre ticaretin olanaklarının genişletilmeye çalışılması halleri hızla etkisiz kılacaktır. Hallere pazarda yüklenen rolün iyi sorgulanması gerekmektedir.

Üretici birliklerine %10 yer tahsisi sınırlaması da mutlaka gözden geçirilmelidir.

Denetimlerde birden fazla toptancı hale girmek zorunda bırakılan ürünün tekrar tekrar vergilendirilmesine neden olunmakta, böylece hem fiyat artmakta hem de üretici hale giriş konusunda isteksiz davranmaktadır. Sonuç olarak, kayıt dışı ekonomi teşvik edilmektedir.

28.02.2004 Tarih ve 25387 sayılı Resmi Gazete’de yayınlanan 91 sayılı KDV Genel Tebliği ile büyük marketlere toptan meyve ve sebze satma yetkisinin verilmesi sektörde tartışmalara yol açmıştır (Canatan,2005). Aslında büyük marketlerin hedefi, toptancı hallere bildirim zorunluluğu da olmadan, doğrudan üreticiden mal satın alabilmelerine olanak sağlayacak bir değişikliğin yapılmasıdır.

5.2. Toptancı Hallerin Yapısal Durumu

Türkiye’de Sanayi ve Ticaret Bakanlığı’nın 2005 yılı verilerine göre, 177 toptancı halden 172’si faal durumdadır (Ek 7). Toptancı hallerin bilişim sistemleri, modern depolama vs hizmet sunabilmesi için altyapı eksikleri bulunmaktadır. Nitekim faal olan 172 haldeki toplam 7.830 işyerinin 27’sinde (%16) bilgisayar, 16’sında (%9) soğuk hava deposu ve 7’sinde (%4) fiyat panosu ve 64’ünde (%37) diğer tip (manuel) fiyat mekanizmaları bulunmaktadır. 2009 yılında ise 191 adet olan toptancı hallerde 8090 adet işyeri, 6392 adet komisyoncu, 11216 üretici ve 2 adet kooperatif faaliyet göstermektedir. Genelde hallerdeki altyapı arzulan seviyelere ulaşamamış ve 2005 yılındaki verilerin 2009 yılında da değişmediği belirlenmiştir. Nitekim 191 halin yaklaşık %16’sında bilgisayar, %9’unda soğuk hava deposu ve %5’inde fiyat panosu, %35’inde diğer tip (manuel) fiyat mekanizmaları bulunmaktadır. Yaş meyve ve sebzelerin çabuk bozulabilirliği ve fiyat dalgalanmaları da dikkate alındığında, depolamanın önemi yadsınmaz. Ayrıca hallerde oluşan fiyatların anında/en kısa sürede ürünlerin ticaretini yapanlara ulaştırılması ve pazarda şeffaflık açısından fiyat panolarının önemli işlevleri bulunmaktadır. Bu nedenle, hallerdeki altyapının iyileştirilmesi gerekmektedir.

Hallerin sadece altısında, toplam 10.966 üretici ve ikisinde kooperatif faaliyette bulunmaktadır. Faal olan hallerde 6.286 komisyoncu çalışmaktadır. Görüldüğü üzere, yaş meyve ve sebze pazarlamasında üretici ve kooperatiflerin ağırlığının olması arzulanırken komisyoncuların etkin olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu durum üreticilerin örgütsüz olmasının ve mevcutların da yeterince etkin olmadığını göstermektedir. 24.6.1995 tarih ve 552 sayılı Kanun Hükmünde Kararname uyarınca, 15.5.1997 tarih ve 6964 sayılı Ziraat Odaları ve Ziraat Odaları Birliği Kanunu’na göre kurulmuş ziraat odalarına kayıtlı üreticilerce kurulan en az 50 ortaklı kooperatifler ve üst kuruluşları üretici birlikleri olarak isimlendirilmektedir (Madde.6). Ürünlerin üretici birliklerden alındığının belgelenmesi halinde, perakende satışa sunumda toptancı halden alındığının belgelenmesi şartı ortadan kalkmaktadır. 552 Sayılı Kanundan sonra, 2005 yılı verilerine göre 113 yaş meyve ve sebze üretici birliği kurulmuş olup, bu birliklerin toplam 9.717 ortağı bulunmaktadır (Anonim, 2005b). Birliklerin %67’si Ege ve Marmara bölgesindeki bazı illerde kurulmuştur. 2008 yılında ise meyvede 117, sebze (+süs bitkileri) 63 üretici birliği kurulmuştur.

İşyeri sayısı ve komisyoncu kapasitesi en fazla olan haller; Antalya, İçel, Adana, Ankara, Tarsus ve Şanlıurfa belediye halleridir.

Mevcut hallerden özellikle 1580 Sayılı Kanuna göre kurulmuş olanların birbirine çok yakın olduğu bilinmektedir. Ayrıca yeterli altyapıya sahip olmayan küçük belde ve ilçelerde bulunan hallerin birleştirilmesi yararlı görülmektedir. Bu bağlamda, hallerin sayısını artırmak yerine, altyapısı güçlü hallerin kurulması teşvik edilmelidir. Ayrıca dünyadaki uygulamalarda olduğu gibi, eski ya da beklenen yararları sağlamayanlar kapatılabilir, daha modern altyapıya sahip yeni pazarlara taşınabilir. Nitekim 1969 yılında Paris’in merkezinde bulunan Les Halles meyve ve sebze pazarı Rungis’e,

Londra'daki Covent Garden şehir merkezinden Nine Elms'e taşınmıştır (Anonymous,1999). Böylece şehir merkezinde bulunan toptan pazarlar, havaalanı ya da liman gibi ulaşım noktalarına yakın yerlere ve altyapısı yeni oluşturulmuş alanlara sahip olmuşlardır.

22776 sayılı ve 3 Ekim 1996 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan Toptancı Hallerinin Kuruluş Esasları Hakkında Yönetmelikte belirtilen tip proje kriterlerine göre, mevcut haller sınıflandırılarak değerlendirilmeye çalışılmıştır. Yönetmelik, kurulacak halleri alan büyüklüğü, satış yeri sayısı ve kurulduğu yerin nüfusuna göre büyük, orta ve küçük olmak üzere üç grupta incelemiştir (Çizelge 13). Örneğin, alanı 20 dönümden büyük, 150 den fazla işyeri olan ve nüfusu 500.000'den fazla yerleşim birimlerinde kurulanlar büyük hal grubunu oluşturmaktadır. Bu çalışmada, mevcut hallerin hangi gruba dahil olabileceği araştırılmış ve satış yeri sayısına göre yapılan sınıflamada Yönetmeliğe dahil olmayan bir diğer sınıf ortaya çıkmıştır. Sonuçta, yaş sebze ve meyve hallerinin %60,36'sının küçük, sadece %4,27'sinin büyük ve %3,05'inin orta büyüklükte olduğu belirlenmiştir (Çizelge 14). **Türkiye'deki sınıflama kriterlerinden halin kurulduğu yerin nüfusuna göre, 2001 yılında WUWM'a üye olan 113 toptancı pazarın yaklaşık ise %10'unun orta, %90'ının büyük hal grubunda yer aldığı belirlenmiştir.**

Çizelge 13. Toptancı Hallerde Büyüklük Kriterleri (Anonim,2001)

Grup	Özellikleri		
	Alan Büyüklüğü (Dönüm)	Satış Yeri Sayısı (Adet)	Kurulduğu Yerin Nüfusu
Büyük	20'den büyük	150'den fazla	500.000'den fazla
Orta	20-10 arasında	149-100 arasında	50.000-500.000
Küçük	10'dan küçük	99-20 arasında	50.000'den az
Diğer (*)		19'dan az	

(*): Yönetmeliğe dahil olmayan grup

Çizelge 14. Toptancı Hallerin Satış Yeri Sayısı Kriterine Göre Dağılımı

Grup	Satış Yeri Sayısı	Payı (%)
Büyük	7	4,27
Orta	5	3,05
Küçük	99	60,36
Diğer	53	32,32
Toplam	164	100,00

Özel ve tüzel kişilere de hal kurma olanağı sağlanmasına rağmen, özel sektör bu alanda çekimser davranmıştır. Hal tesis kurma maliyeti, daha önceden örnekleri bulunmayan bir çalışma alanı olması ve belediye karşısında rekabet edememe düşüncesi caydırıcı etki yaratmış olabilir. Son yıllarda ise, Kayseri Toptancı Hali (KAYSEM A.Ş.-01.07.2008) özelleşirken, İstanbul Büyükşehir Belediyesi'ne bağlı Bayrampaşa merkez ve Kadıköy/ İçerenköy şube halleri ve Sanayi ve Ticaret Bakanlığınca

kurulmasına izin verilen Mega-Center ve Sultanbeyli özel halleri İstanbul genelinde faaliyet göstermektedir (Özsu,2005). Sanayi ve Ticaret Bakanlığı kayıtlarına göre, Burdur, Isparta ve Denizli halleri de özzerleştirilmiştir. Belediyelerin açtığı ihaleler yoluyla özzerleştirilen toptancı hallerde, altyapıya yönelik çalışmalar dikkat çekmektedir.

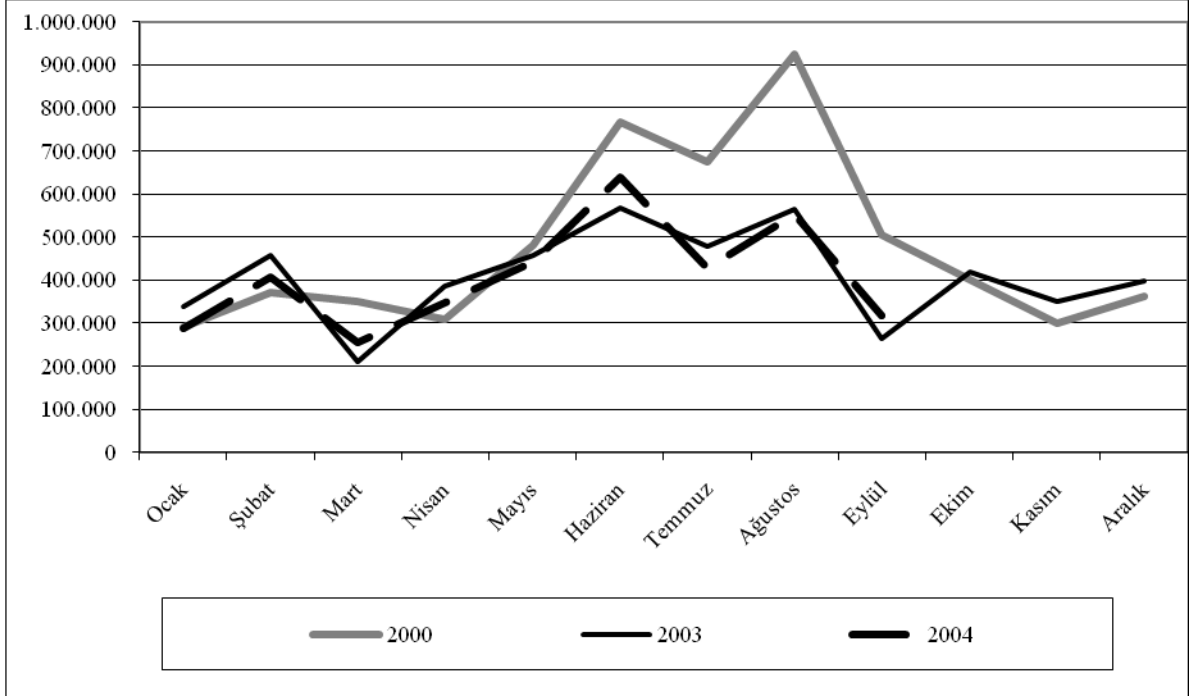
5.3. Türkiye’de Toptancı Hallerde Yaş Meyve ve Sebze İşlem Hacimleri

Türkiye’de pazarlanan yaş meyve ve sebzenin toptancı hallerde işlem görme oranı düşüktür. Nitekim 1998-2003 dönemindeki işlem hacimleri Çizelge 15’de sunulmuştur. **1998, 1999 ve 2000 üretiminin sırasıyla %11,17, %12,74 ve %14’ü toptancı hallerde işlem görmüştür.** Bu oranın düşük olması hallerin işlerliğini azaltmakta ve ekonomik kayba neden olmaktadır. Nitekim 2003 yılında toptancı hallere girmiş olan ürünlerin tutarı 2.688.566 milyar TL’dir (Anonim,2005b). Hallere giren ürünün artması ile makro ekonomik açıdan kazancı da artacaktır. Hallerde işlem gören ürün miktarının aylara göre değişmekte olup, genel olarak yaz aylarındaki işlem hacmi diğer aylara göre daha yüksek düzeydedir (Şekil 16).

Çizelge 15. Türkiye’de Toptancı Hallerde İşlem Gören Ürün Miktarları (Ton)

(Anonim 2001, Anonim 2005b))

Aylar	1998	1999	2000	2003
Ocak	277.427	372.785	291.482	338065
Şubat	247.517	340.002	372.738	456952
Mart	202.581	285.348	350.111	210779
Nisan	239.069	312.582	310.060	386186
Mayıs	341.080	472.056	481.863	458758
Haziran	535.443	650.102	765.933	568339
Temmuz	568.595	568.595	673.778	479596
Ağustos	490.344	526.052	925.497	564650
Eylül	391.530	456.201	504.856	264196
Ekim	313.618	382.252	401.637	420317
Kasım	328.249	355.730	300.350	350801
Aralık	421.948	526.052	362.563	398383
Toplam	4.357.401	5.247.757	5.740.868	4.897.022



Şekil 16. Toptancı Hallerde İşlem Gören Ürün Miktarları (Ton) (Anonim 2001, Anonim 2005b)

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı İç Ticaret Genel Müdürlüğü kayıtlarında Toptancı Hallerle ilgili hallerden gelen ve yaş meyve sebze ürün bazında 2000 yılı aylık arşiv kayıtlarından hesaplanan verilere göre, toptancı hallerde işlem gören miktarları belirlenerek, yaş meyve sebze üretimi ve pazarlanan miktarlarıyla kıyaslamalar yapılmıştır. Değerlendirmeler sonucunda, öncelikle pazara sunulan meyvelerden toptancı hallerde en fazla işlem görenleri şunlardır (Çizelge 16):

- yumuşak çekirdekli meyvelerden muşmula (% 67) ve ayva (%30),
- taş çekirdeklilerden erik (%40) ve şeftali(%31),
- turunçgillerden limon (%36,5), altıntop (%34),
- sert kabuklulardan badem (%4) ve kestane (%3),
- üzüksü meyvelerden muz (%100), nar (%45) ve çilektir (%30,3).

Türkiye’de meyve üretiminin yaklaşık %62’sini oluşturan üzüm, elma ve portakalın toptancı hallerdeki işlem hacimleri ise düşük düzeylerde olup, sırasıyla üzümün % 5, elmanın %11 ve portakalın %29 düzeyinde gerçekleşmiştir. Verileri olan meyveler değerlendirildiğinde ortalama % 22 civarında halde işlem hacmi gerçekleşmiştir.

Çizelge 16. Toptancı Hallerde İşlem Gören Meyve Miktarları (2000) (Anonim,2001) (: Anonim,2002)**

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

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

2000 yılında ürün bazında yaş sebze üretimi, pazarlanan miktarları ve toptancı hallerde işlem gören miktarları ise Çizelge 17’de sunulmuştur. Pazara sunulan sebzelerden toptancı hallerde en fazla işlem görenleri ise şunlardır:

- Yaprığı yenen sebzelerden maydanoz (%100), semizotu (% 95) ve ıspanak (%85)
- Baklagil sebzelerinden bakla (%31), fasulye (%25) ve bezelye (%24),
- Meyvesi yenen sebzelerden dolmalık kabak (%55), patlıcan (%28), biber-dolmalık (%27) ve hıyar (%26),
- Soğans, yumru ve kök sebzelerden havuç (%48) ve sarımsak-kuru (%31),
- diğer sebzelerden karnabahar’dır (%98).

Çizelge 17. Toptancı Hallerde İşlem Gören Sebze Miktarları (2000) (Anonim,2001) (**: Anonim,2002)

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

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

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

Türkiye’de sebze üretimde en yüksek paya sahip ürünlerin toptancı hallerdeki işlem hacimleri oldukça düşük düzeydedir. Nitekim sebze üretiminde yaklaşık %33-41 ile en büyük payı olan domatesin toptancı hallerdeki işlem görme oranı % 16, karpuzun %17, hıyarın %26, kuru soğanın %12, kavunun %13 ve sivri biberin %18 düzeyinde gerçekleşmiştir. Verileri olan sebzeler değerlendirildiğinde, ortalama % 30 civarında halde işlem hacmi gerçekleşmiştir.

2000 yılında mısır, nohut ve yumurta da toptancı hallerde işlem görmüştür (Çizelge 18). Bu ürünlerin hallerdeki işlem hacimleri oldukça düşük düzeylerde gerçekleşmiştir.

Çizelge 18. Toptancı Hallerde İşlem Gören Diğer Ürün Miktarları (2000) (Anonim,2001) (**: Anonim,2002)

Ürün Adı	Üretim Miktarı (bin ton)	Pazarlanan Ürün Miktarı (bin ton) (1)	İşlem Gören Miktar (ton) (2)	% (2/1)x100
Mısır	2.300	1.291	12523	0,97
Nohut	548	416	141	0,03
Yumurta	844	287	0,51	0,18

5.4. Toptancı Hallerdeki Sorunlar ve Çözüm Yaklaşımları

Türkiye’de Toptancı Haller hakkındaki sorunlar ve öngörülen çözüm yaklaşımları yapılacak değerlendirmeleri sınıflandırabilmek ve konuyu temel boyutları ile ortaya koyabilmek açısından beş başlıkta incelenmiştir. Bunlar:

1. Yasal düzenlemeler
2. Altyapı durumu
3. Pazardaki etkinliği- ürünlerin işlem hacimleri
4. Tarafların hallerde temsil gücü
5. Toplumsal faydaya katkısı

1. Yasal düzenlemeler

Sorunlar:

- Türkiye’de Toptancı Hallerin idaresi 552 sayılı K.H.K ile Bakanlık tarafından Belediyelere verilmiştir. **Ancak, haller belediyeler için bir gelir kaynağı olmaktan öteye gidememiştir.**
- Maliye Bakanlığı’nın 91 Seri No.lu KDV Tebliği’ne göre; toptancı hallerde faaliyette bulunanlara ve bunlar tarafından gerçek usule tabi katma değer vergisi mükelleflerine yapılan taze sebze ve meyve (mamulleri hariç) teslimlerinde uygulanan %1 KDV oranı, toptancı hallerinde faaliyet gösterenlerin hallerden temin ettikleri taze sebze ve meyveleri *hal dışındaki ünitelerinde* satmaları halinde de uygulanmaktadır. Bunların gerçek usulde KDV mükellefi olmayanlara satışında ise KDV oranı %8 olarak uygulanmaktadır. Toptancı marketlerin %1 KDV ile hallere yakın bölgelerde dahi nihai tüketici ve perakendecilere sebze ve meyve satışı yapabilmesini olanaklı kılan bu düzenleme, sektörde haksız rekabete yol açan uygulamalar arasında gösterilmektedir (Özsü,2005).
- 4367 sayılı Kanunda; gerçek ve tüzel kişilerin de Hal kurabilecekleri ve işletebileceklerine dair hüküm bulunmasına rağmen, geçen süre içinde birkaç tane Özel Hal kurulmuştur. Bu da, özel hal kurulması konusunda çekincelerin hala devam ettiğini göstermektedir.
- Kanunda Hal Müdürlerinin Ziraat, Ekonomi, Tarım Ekonomisi, Gıda Mühendisliği, İşletme ve Pazarlama konularından birinde lisans eğitimi almış olması gerektiği belirtilmiş olmasına rağmen bu uygulama Büyükşehir Toptancı Hallerinde dahi gerçekleşmemiştir.

- Toptancı hallerde beyan esasına göre ürünü kayıt altına alınan perakendeci hale girmeden ürünü tüketiciye ulaştırmaktadır. Bu da hale giriş yapmak ve zorunlu bazı ödemelerin olması Hallerden kaçılmasına yol açmaktadır.

Cözüm Yaklaşımı:

- Özel hallerin mevzuat hükümlerine uygun olarak kurulması için, arsa, kredi gibi teşvikler sağlanabilir.
- Toptancı hallerin yönetiminde veya personeli arasında ziraat veya gıda mühendislerinin Büyükşehir Belediye Hallerinde 3 yıl, diğer toptancı hallerinde ise 5 yıl içinde görevlendirilmesine ihtiyaç duyulmaktadır. KHK'nin 19. maddesinde yeni kurulacak haller için "Hal müdürünün ziraat, ekonomi, tarım ekonomisi, gıda mühendisliği, işletme ve pazarlama konularının birinden mezun olmasını öngörmektedir. KHK'nin aynı maddesine bir ek yapılarak, önceden kurulmuş olan Hallerde de Ziraat veya Gıda Mühendisi görevlendirilmesi şartı getirilmelidir (Anonim,2004b).
- Hale giriş zorunluluğunun koşulları gözden geçirilmelidir. Nitekim hale beyan usulüne göre ürün bildirimini yapanlar karşısında hale giriş yapmak zorunda kalanların rekabet avantajı yoktur.

2. Altyapı durumu

Sorunlar:

- Kanun ile Toptancı Hallerin mal sahibi, işletme yetki ve sorumluluğu kendisine verilen belediyeler, kantarlardan giriş ücreti, ürünlerden rüsum, işyerlerinin tahsis ücreti ve işgaliye adı altında çeşitli paralar tahsil edilmekte iken, altyapı hizmetlerini gereği gibi yerine getirememektedir. Nitekim belirtilen gelirlerin % 10'unun hal ihtiyaçlarında kullanılmak üzere bir fonda toplanılması ve bunun başka bir yerde kullanılmaması Kanunda güvence altına alınmasına rağmen, belediyelerin bu fonları Toptancı Hal ihtiyaçları için kullanmadığı ve özel güvenlik sorunlarının çözülemediği bilinmektedir.
- Toptancı hallerde tasnif, ambalajlama ve soğuk hava depoları kurulamamıştır.
- Ulusal ve uluslar arası toptancı hallerle işbirliği ve iletişim birkaç hal dışında kurulamamıştır. Hallerdeki bilgisayar donanımı eksikliği giderilememiş ve "NETWORK sistemi" söz konusu değildir. Bu durum, haller arasında fiyatların seyri konusunda bilgi alışverişine olanak vermemektedir.
- Toptancı Hallerde kalıntı analiz laboratuvarları kurulamamıştır.
- Yönetmelikte belirtilen Hal Denetim, Mal Tespit, Kontrol ve İstatistik Birimleri ya hiç oluşturulamamıştır ya da etkin bir şekilde görev yapmamaktadır.
- AB'de yaş meyve ve sebze satış yerlerinde uygulanan standartlara ilişkin Konsey Tüzüklerinin yurtiçi mevzuata uyumunun sağlanarak pilot uygulamalara geçilmelidir.
- Fiziki mekanı olmadan, sadece kayıt işlemi yapılan ya da misyonunu tamamlamış haller bulunmaktadır. Bu kuruluş yeri seçiminin önemini ortaya koymaktadır.

Cözüm Yaklaşımı:

- ✓ Aşırı kimyevi gübre, ilaç ve bitki gelişimini düzenleyicilerin kullanımının önüne geçilebilmesi bakımından, Kanunda yer alan Hal kompleksleri bünyesinde kalıntı analiz laboratuvarlarının ivedilikle oluşturulması gerekmektedir.
- ✓ Hallerin birbirine yakın alanlarda kurularak sayısını artırmak yerine, mevcut olanların altyapılarını geliştirici yönde çalışmalar ve destekler geliştirilmelidir. Fonksiyonlarını yerine getiremeyenler haller, birleştirilmelidir.

- ✓ 552 sayılı KHK, yeni kurulacak toptancı hallerin “...depolama, tasnifleme, standart ve kalite laboratuvarlarını da içeren tip projeler çerçevesinde...” kurulabileceğini öngörürken, 1580 sayılı Belediye Kanununa göre kurulan Hallerin bu maddede yer alan teknik düzenlemeleri yapmaları konusunda herhangi bir süre öngörülmemiştir. Kararnameye bir madde eklenerek önceden kurulan Büyükşehir Belediye Hallerinin 3 yıl, diğer toptancı hallerin ise 5 yıl gibi bir süre içinde bu düzenlemeleri yapmaları sağlanmalıdır (Anonim,2004b).
- ✓ Network sisteminin oluşturulması tüm toptancı hallerin belirli bir platformda bir araya gelerek ilgili paydaşların da katkısıyla sağlanabilir (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı; ilgili belediyeler; hallerde faaliyet gösteren komisyoncular, üretici birlikleri, kooperatifler). Taslakta veri tabanı oluşturulması ile ilgili hükmün olması önemli bir gelişmedir.
- ✓ Fiziki mekanı olmadan sadece kayıt işlemi yapılan ya da önemini yitirmiş hallerin yeniden düzenlenmesi(kapatılması, birleştirilmesi) gerekmektedir. Bu noktada, tüm hallerin üreticiye, aracıya, tüketiciye ve ekonomiye katkıları da araştırılarak, karar vericilere ışık tutulmalıdır.

3. Pazardaki etkinliği- ürünlerin işlem hacimleri

Sorunlar:

- Yaş meyve ve sebze ticareti toptancı hallerde hiçbir destek ve teşvik görmeden taraflarca yürütülmeye çalışılmaktadır.
- Yasa gereği ürünler tüketici merkezlerine gelene kadar birçok hale uğramak zorunda kalabildikleri için, hallere girme konusunda isteksiz davranmaktadırlar. Nitekim ürünlerin hallerdeki işlem hacimleri de bu durumu açıkça yansıtmaktadır. Yaş meyve sebze üretiminde ağırlığı olan ürünlerde bile, hale gelen ürünlerin payı düşük düzeydedir. 2000 yılında toptancı hallerde işlem gören meyvelerin payı yaklaşık %22, sebzelerin payı ise %30 civarındadır. Üretilen ya da pazara sunulan ürünün %70-80'i kayıt dışı ekonomiye katkıda bulunmaktadır. Yaklaşık 30 milyon ton ürün kayıt altına alınmamaktadır.
- Üretim merkezlerinden büyük tüketim merkezlerine getirilen ürünler market, manav, semt pazarlarında ya da küçük araçlarıyla halde işlem görmeden-kayıt altına alınmadan da pazarlanabilmektedir.

Cözüm Yaklaşımı:

- Belediyeler kontrolleri sıkılaştırabilir.
- Altyapısı geliştirilen (kalıntı analiz laboratuvarları, modern ambalajlama ve depolama olanakları ile) toptan hallere giriş verilen hizmet ve elde edilecek fiyatlar açısından oluşturulacak bilgi sistemleriyle özendirilebilir.

4. Tarafların hallerde temsil gücü

Sorunlar:

- Yeterli ve etkin üretici örgütlerinin oluşturulamaması pazarda paydaşların (üretici, tüketici vs.) çıkarlarının korunamamasına neden olmaktadır.
- Yasalar çerçevesinde, hallerde üretici birliklerine sadece %10 oranında yer verilmesi, birliklerin temsil gücünü zayıflatmaktadır.
- Kooperatiflerin genel yapısı, bunların hallerdeki varlığına da yansımaktadır. İncelenen hallerin birkaçında kooperatiflerin satış yerleri bulunmaktadır. Bu da fiyat oluşumunda kooperatiflerin gücünü ortaya koymaktadır.
- Türkiye’de üretici örgütleri ve tarım işletmelerinin yapısı dikkate alındığında, pazarlama zincirinde ve özelde toptancı hallerde çeşitli araçların temsil yetenekleri ve fiyat oluşumundaki hakimiyetleri daha fazladır.

Cözüm Yaklaşımı:

- Üreticinin pazarda ve hallerde etkili olabilmesi güçlü kooperatif ve üretici birlikleri şeklinde örgütlenmesine bağlıdır. Tarımsal desteklerin üretici organizasyonları kanalıyla üreticilere ulaştırılması örgütlenmeyi teşvik edeceğinden bu uygulamalar yaygınlaştırılmalıdır. **GÜÇLÜ VE BİLİNÇLİ YÖNETİLEN ÜRETİCİ ÖRGÜTLERİ OLMAKSIZIN, ÜRETİCİLERİN ÜRÜNLERİNİ TOPTANCI HALLERE GETİRMESİNİ BEKLEMEK İYİ NİYETTEN ÖTEYE GİDEMEMEYECİKTİR.**

5. Toplumsal faydaya katkısı

Sorunlar:

- Toptancı hallerin ticarete konu olan yaş meyve ve sebzenin ekonomiye katkısını arttırmak için, kayıt altına alınmasına olanak sağlamaktadır. Ancak, yasalardaki tutarsızlıklar hallerden kaçışa fırsat yaratmaktadır. Bu durum, hem ekonomik kayba hem haksız rekabete neden olmaktadır.
- Hallerde özellikle analiz laboratuvarları, ürünlerin dereceleme/standardizasyonun sağlanması, paketleme ve depolama gibi alanlarda altyapının geliştirilmemesi tüketicilerin aldığı ürünler hakkında şüphe duymalarına neden olmaktadır. Hallerin bu hizmetleri sağlayarak, toplumda sosyal fayda yaratması gerekmektedir.

Cözüm Yaklaşımı:

- Toptancı hallerin altyapılarının belediye yada özerk hallerde yönetim tarafından güçlendirilmesi ve ilgili kurumların görevlerini yerine getirmeleri sağlanmalıdır. Nitekim belediyelerin Hal gelirinin bir kısmını altyapıyı geliştirmek için kullanması toplumsal bir sorumluluktur.

6. DEĞERLENDİRME

Dünyada yaş meyve sebze sektörü beslenme, üretim alan ve miktarı, dış ticaret, pazarlama ve yasal düzenlemeler açısından önem taşımakta ve birçok kesimi yakından ilgilendirmektedir. Sektörün paydaşları, üretici, girdi tedarikçileri, toptancı, perakendeci, toptancı hallerdeki komisyoncular, çeşitli araçlar, ihracatçılar, tüketiciler, hukuki nedenlerle ilgili belediye ve bakanlıklardan oluşmaktadır. Sektörle ilgili her türlü gelişme tüm paydaşları etkilemektedir. Gıda güvenliği, artan tüketici bilinci ve çevre koruma hareketleri üretim ve pazarlamada izlenebilirliği gündeme taşımıştır. Bu anlamda İyi Tarım Uygulamaları, kalıntı analizleri, akredite laboratuvarların gerekliliği ve standardizasyonun önemi günden güne artmaktadır.

Sektörle ilgili gelişmeler aşağıdaki şekilde özetlenebilir:

. Türkiye, dünya meyve ve sebze alanı ve üretim miktarı toplamındaki payı oldukça düşük seviyelerdedir. Nitekim 47 milyon hektar olan dünya meyve alanının yaklaşık %14'ü AB ve %2,2'si Türkiye; 500 milyon ton dünya yaş meyve üretiminin yaklaşık %12'si AB ve % 2,5'i Türkiye tarafından karşılanmaktadır. Yaş sebze 52 milyon hektar dünya sebze alanının %5'i AB'de ve %2'si Türkiye'de bulunmaktadır. Dünya yaş sebze üretiminin yaklaşık %7'si AB ve %3'ü Türkiye tarafından karşılanmaktadır. AB'de meyve ve sebze üretiminde İspanya, İtalya ve Fransa'nın payı yüksek olmasına rağmen, yeni katılımlarla özellikle Polonya ve Romanya'nın sektöre üretim potansiyeli nedeniyle önemli katkılar sağlayacaktır.

Türkiye'de üretimle ilgili temel sorunlar; yetersiz miktarda sertifikalı-kaliteli tohum üretimi ve kullanımı, fide-fidan, Akdeniz meyve sineği, hormon ve tarımsal ilaç kullanımı ve kalıntılarıdır. Özellikle kalıntı sorunu iç ve dış pazarda güvensizliklere yol açmakta ve dış pazarlarda kötü ülke imajı gelişmektedir.

Üretim- pazarlama zincirinde ürün kayıpları önemini hala korumakta ve ekonomik kayıplara neden olmaktadır. Nitekim Türkiye'de yaklaşık %20-25 düzeylerinde ürün kayıpları tahmin edilmektedir.

2. Sektörün dış ticaret yapısı incelendiğinde dünya yaş meyve ve sebze ihracatının yaklaşık %45'ini AB ve %4'ünü Türkiye; ithalatta ise %55'i AB ve %0,2'si Türkiye tarafından karşılanmaktadır. Türkiye'de üretimin ancak %5'i dış satıma konu olmaktadır. Bu durum ürünlerin daha çok iç tüketim ve gıda sanayinin hammaddesi olarak kullanıldığını göstermektedir. Buna ilaveten, dış talebe uygun çeşit ve kalitede ürün, arzda süreklilik ile ilgili sıkıntılar dış satımı olumsuz yönde etkilemektedir.

3. Dünyada yaş meyve ve sebze ticaretinde çevre koruma politikalarının ve tüketici bilincinin artması gıda güvenliği, GLOBALGAP, ISO 22000 HACCP Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi gibi kalite güvence sistemlerine daha fazla dikkat çekmektedir. Bu bağlamda, Türkiye'de özellikle dış ticaret açısından bu belgelere dikkat çekilmekte ve AB'ye uyum yasaları yürürlüğe girmektedir.

4. Türkiye'de sektörde girdi kullanımıyla ilgili çeşitli desteklemeler bulunmaktadır. Bunlar; sertifikalı tohum kullanımı ve sertifikalı meyve/asma fidanı/çilek fidesi ile kapama bağ/bahçe tesisi, düşük faizli yatırım ve işletme kredisi, mazot ve kimyevi gübre desteği, pazarlama hizmetleri ve e-ticarete yönelik destekler ve devlet yardımları uygulanmaktadır. Dünya Ticaret Örgütü kararları bağlamında özellikle Ar-Ge, pazarlama, e-ticaret yönünde destek sistemlerinin daha da geliştirilmesi sektörün ekonomiye katkısının artırılması açısından önemlidir. Böylece üretim maliyetlerinin azaltılmasına, kaliteli üretime, üreticilerin iç ve dış pazarlara entegre olabilmesine olanak sağlanmış olacaktır. Bu durum pazarlanan ürün miktarı ve üretici gelirine de yansıtacaktır.

AB’de de Avrupa İmar ve Kalkınma Bankası ve Merkezi Avrupa Girişimi kapsamında hallerin geliştirilmesine yönelik destekler verilmektedir. Türkiye’de bu kapsamda herhangi bir destek yoktur. Hallerin depo, laboratuvar ve otomasyona yönelik altyapı eksikliklerini gidermek için çeşitli destekler geliştirilebilir.

5. Üretim potansiyelinin rasyonel bir şekilde değerlendirilmesinde üretim ve pazarlamadaki eksikliklerin giderilmesi, pazarlama sistemindeki kurumların çağdaş teknikleri kullanması ve altyapının geliştirilmesine yönelik yatırımların yapılması zorunludur. Kaliteli ürünü modern pazarlama teknik ve araçları ile dünya pazarlarına sunmak gerekmektedir. Sadece üretmek değil, müşteri odaklı üretimi en uygun fiyatlarla hedef pazarlara ulaştırmak esastır.

Üreticilerin çeşitli organizasyonlar içerisinde – örneğin; kooperatif, şirket, ihracatçı birlikleri, üretici birliği- birleşmeleri pazarda söz sahibi olabilmeleri ve küresel pazarlardaki üretici organizasyonlarını izlemek ve strateji geliştirebilmek için de şarttır.

Yaş meyve ve sebze üreticilerinin örgütlenmesinde kooperatifleşme düzeyi düşüktür. Buna ilaveten, 5200 sayılı Kanunundan sonra 180 adet üretici birliği kurulmasına karşın, finansal yetersizlikler birliklerin çalışmasına genelde olanak tanımamaktadır.

Yaş meyve sebze pazarlama sistemleri arasında doğrudan pazarlama ve çeşitli aracılara yada kurumları da içeren kanallar bulunmaktadır. Bunlar arasında yer alan toptancı haller, yaş meyve sebzenin toptan ticaretine olanak sağlayan ve kayıtlı ekonomiye olanak veren pazarlardır. Toptan ticaret yapılan hallerin bilişim teknolojilerinden çok iyi yararlanması, depolama, kalıntı analiz laboratuvarları gibi teknik donanıma sahip olması ve uluslar arası (WUWM gibi) kuruluşlara katılması da büyük avantaj sağlayacaktır. Türkiye’de belediyeler tarafından hallerin alt yapısının iyileştirilmesine yönelik yatırımlara gereksinim duyulmaktadır.

Sektörde pazarlama zincirinde çok sayıda aracının olması üreticinin yerine getiremediği hizmetler açısından fayda sağlanırken, diğer yandan da zincirin uzaması pazarlama marjları nedeniyle, tüketici fiyatlarını da artırmaktadır.

Ürünler yüksek marjlar ile tüketiciye ulaşmakta ve üretici emeğinin karşılığını yeterince alamamaktadır. Yaş meyve ve sebze 2008 yılı Eylül-Ekim Ayı verileri örneğinde olduğu üzere market fiyatlarında üretici fiyatlarının payı %18-%33 arasında, pazarlama marjı ise %67-%82 arasında değişmektedir.

Pazarlama zincirinde yaş meyve ve sebze toptancı halde işlem görme oranları düşüktür. Hallerde alınan bazı ödentiler, hale girişi azaltmaktadır. Bazı araştırmalarda bu oranın %13-%42 düzeylerinde olduğu ifade edilmektedir.

6. Dünya Toptancı Pazarlar Birliği (WUWM), toptan pazar otoriteleri ve gıda konusunda çalışanların bilgi ve deneyimlerini paylaşmak için uluslar arası bir platform oluşturmuştur. Birliğe Türkiye’den de 4 adet toptancı halin katıldığı 40 üye ülke bulunmaktadır. Birliğe dahil hallerde en fazla yaş meyve ve sebze işlem görmektedir. Türkiye’deki hallerle kıyaslandığında, WUWM’a kayıtlı haller daha büyük ölçeklidirler. Bu bağlamda, AB ve diğer ülke toptancı hallerinden örnekler incelendiğinde; Türkiye’deki hallerle ilgili idare açısından benzerlik ve farklılıklar bulunmaktadır. Hallerin idaresinde yerel yönetimler, özel şirketler, üretici kooperatifleri, karma şirketler, eyalet pazarlama sistemleri

olabilmektedir.

7. Türkiye’de yaş meyve ve sebze pazarlamasında önemli yeri olan toptancı hallerle ilgili yasalar da ayrı bir önem taşımaktadır. 552 sayılı Yaş Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında KHK, 4367 ve 5652 sayılı değişiklik düzenlemeleri paydaşlar arasında sorunları da beraber taşımaktadır. Yapılan düzenlemeler, ürünlerin birden fazla hale girmesine olanak sağladığı için, halden kaçışa yol açmaktadır.

8. Türkiye’de toptancı hallerin sayısı 177 adet (2009 yılında 191 adet) olup, çoğunlukla altyapı eksiklikleri giderilememiştir. Ayrıca, Türkiye’deki haller büyüklük kriterlerine göre sınıflandırıldığında, yaklaşık %90’ı küçük sınıfına girmektedir.

9. Türkiye’de meyve üretiminin yaklaşık %62’sini oluşturan üzüm, elma ve portakalın toptancı hallerdeki işlem hacimleri ise düşük düzeylerde olup, sırasıyla üzümün % 5, elmanın %11 ve portakalın %29 düzeyinde gerçekleşmiştir. Verileri olan meyveler değerlendirildiğinde ortalama % 22 civarında halde işlem hacmi gerçekleşmiştir.

Türkiye’de 2000 yılında pazara sunulan meyvelerden toptancı hallerde en fazla işlem görenler;

- yumuşak çekirdekli meyvelerden muşmula (% 67) ve ayva (%30),
- taş çekirdeklilerden erik (%40) ve şeftali(%31),
- turunçgillerden limon (%36,5), altıntop (%34),
- sert kabuklulardan badem (%4) ve kestane (%3),
- üzüksü meyvelerden muz (%100), nar (%45) ve çilektir (%30,3).

Türkiye’de ise sebze üretimde en yüksek paya sahip ürünlerin toptancı hallerdeki işlem hacimleri oldukça düşük düzeydedir. Nitekim sebze üretiminde yaklaşık %33-41 ile en büyük payı olan domatesin toptancı hallerdeki işlem görme oranı % 16, karpuzun %17, hıyarın %26, kuru soğanın %12, kavunun %13 ve sivri biberin %18 düzeyinde gerçekleşmiştir. Verileri olan sebzeler değerlendirildiğinde, ortalama % 30 civarında halde işlem hacmi gerçekleşmiştir.

2000 yılında pazara sunulan sebzelerden toptancı hallerde en fazla işlem görenleri ise şunlardır;

- Yaprığı yenen sebzelerden maydanoz (%100), semizotu (% 95) ve ıspanak (%85)
- Baklagil sebzelerinden bakla (%31), fasulye (%25) ve bezelye (%24),
- Meyvesi yenen sebzelerden dolmalık kabak (%55), patlıcan (%28), biber-dolmalık (%27) ve hıyar (%26),
- Soğansı, yumru ve kök sebzelerden havuç (%48) ve sarımsak-kuru (%31),
- diğer sebzelerden karnabahar’dır (%98).

SONUÇ OLARAK: YÜKSEK BİR ÜRETİM POTANSİYELİ OLAN YAŞ MEYVE VE SEBZE ÜRETİMİNİN MEVCUT SORUNLARI AŞILMADAN, PAZARLAMAYA DA ÇÖZÜM BULUNMASI BEKLENEMEZ. PAZAR ZİNCİRİNDE ÖNEMLİ İŞLEVLERİ OLAN TOPTANCI HALLERLE İLGİLİ AKILCI POLİTİKALARIN İZLENMESİ ZORUNLUDUR. NİTEKİM, KAZANAN DA KAYBEDEN DE TÜRKİYE’NİN DEĞERLERİDİR.....

KAYNAKLAR

- Akgüngör,S., Miran,B., Abay,C., Olhan,E. ve Nergis,N.K.1999. İstanbul, Ankara ve İzmir İllerinde Tüketicilerin Çevre Dostu Tarım Ürünlerine Yönelik Potansiyel Talebinin Tahminlenmesi. TEAE Proje Raporu 1993-3,s:107,Ankara.
- Albayrak,M.1998.Yaş Meyve ve Sebze Pazar Yapısı ve Pazarlama Hizmetlerinin Değerlendirilmesi. Türk-Koop Ekin Dergisi Yıl:2 Sayı:3,s:20-31, Ankara.
- Albayrak, M.,2000. Ankara İlinde Gıda Maddeleri Paketleme ve Etiketleme Bilgileri Hakkında Tüketicilerin Bilinç Düzeyinin Ölçülmesi, Gıda Maddeleri Alım Yerleri ve Ambalaj Üzerine Bir Çalışma. TZOB, Burcu Ofset Mat., s:90, Ankara.
- Albayrak,M.,Gülçubuk,B.ve Güneş,E. 2004.Uluslararası Tarım Politikalarının Türkiye’de Üretim Deseni ve Pazarlama Sistemlerinde Meydana Getirdiği Değişimler.Türkiye VI:Tarım Ekonomisi Kongresi 16-18 Eylül 2004,s:26-36, Tokat.
- Albayrak,M.2008a. Bahçe Ürünleri Pazarlama Sürecine Üretici Birliklerinin Olası Etkilerinin Değerlendirilmesi. Bahçe Ürünlerinde IV. Muhafaza Ve Pazarlama Sempozyumu 08-11 Ekim 2008, Akdeniz Ü. Ziraat F. Bahçe Bitkileri Bölümü, s:119-128, Antalya.
- Albayrak,M.2008b.Gıda Pazarlamasında E-Ticaretin Uygulanma Şekilleri ve Olası Gelişmeleri. VIII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi Bildirileri Gıda Pazarlaması 25-27.06.2008, Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, s:248-260, Bursa.
- Albayrak,M.2008c. Küreselleşmenin Türkiye’de Meyve Sebze Pazarlama Hizmetlerine Yansımalarının Değerlendirilmesi. Bahçe Ürünlerinde IV. Muhafaza Ve Pazarlama Sempozyumu 08-11 Ekim 2008, Akdeniz Ü. Ziraat F. Bahçe Bitkileri Bölümü,s:209-216, Antalya.
- Alpakın,L.F.2000. Yaş Meyve ve Sebzeler ve Ambalajları. Dünya Ambalaj Dergisi, Yıl:3 Sayı:2000-06 ,s:22-25, İstanbul.
- Anonim,1998. Yaş Meyve ve Sebze Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri İle İlgili Mevzuat.STB. Afşar Mat.,s.78, Ankara.
- Anonim,2001.Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Kayıtları, Ankara.
- Anonim,2002.DİE Tarımsal Yapı (Üretim,Yapı,Değer) 2000.DİE Mat.,s:13-15,Ankara.
- Anonim,2005a. TZOB Yaş Meyve ve Sebze Raporu. TZOB Çiftçi ve Köy Dünyası Dergisi, Ağustos 2005 Sayı:248, s:33-48, Ankara.
- Anonim,2005b. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Kayıtları, Ankara.
- Anonim,2004a. Ülkemizde Toptancı Halleri İle İlgili Hukuksal Düzenlemeler, Karşılaşılan Sorunlar ve Muhtemel Çözüm Önerileri. TKB APK Pazarlama ve Dış Ticaret Daire Başkanlığı Yayınlanmamış Raporu. Ankara.
- Anonim,2004b. II.Tarım Şurası Sonuç Raporu.TKB.Ankara.
- Anonim,2006a.Zirai ve İktisadi Rapor 2003-2006.TZOB Yayın No:265,s: 845,Ankara.
- Anonim,2006b.Ortak Piyasa Düzenleri Alt Çalışma Raporları-Yaş Meyve ve Sebze, TKB Strateji Geliştirme Başkanlığı, s:77-153,Ankara.
- Anonim,2008a.Meyve ve Sebze Ürünleri Üretim Miktarı.<http://www.tuik.gov.tr>
- Anonim,2008b.2007/2008 Ocak- Haziran Ayı Yaş Meyve Sebze Sektör Raporu.[http:// www.yms.org.tr](http://www.yms.org.tr)
- Anonim,2008c.Tarımsal Destekler, <http://www.tarim.gov.tr>.
- Anonim, 2008d. Ürün Fiyatları, www.tzob.org.tr. 21.11.2008
- Anonim,2008e.Üretici, Hal,Pazar ve Market Fiyatları Açıklaması.TZOB Çiftçi ve Köy Dünyası Dergisi, Haziran 2008 Sayı:282, s:26-29, Ankara.
- Anonim,2008f. ISO 22000 HACCP Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi.<http://www.wcs.com.tr>
- Anonim,2009a. Yaş Sebze ve Meyve Raporu Aralık-2008.www.tzob.org.tr-21.01.2009.

- Anonim,2009b. Bitkisel Üretimde Kullanılan Kimyasalların Kayıt Altına Alınması ve İzlenmesi Hakkında Yönetmelik (04.11.2008 tarih ve 27044 sayılı Resmi Gazete), www.rega.basbakanlik.gov.tr, 28.01.2009.
- Anonymous,1999.Managing Wholesale Markets.FAO Agricultural Services Bulletins-140, p.91.
- Anonymous,2007. COPA, <http://www.copa-cogeca.be>
- Anonymous,2008a. <http://ww.fao.org>. 07.11.2008.
- Anonymous,2008b. WUWM's Members. <http://www.wuwm.org>, 05.12.2008, 12.12.2008.
- Aslan,Y.2006.Türkiye Yaş Meyve ve Sebze Sektörünün Genel Yapısı Sorunlar ve Çözüm Yolları. TÜSEMKOM Halden Haberler Dergisi, Temmuz-Aralık 2006 Sayı:8, s:22-23,Ankara.
- Balcı,B.2008. Gıda Güvenliği ve GLOBALG.A.P. TÜSEMKOM Dergisi,s.56-57,Ankara.
- Canatan,R.2005. Toptancı Halleri Feryad Ediyor!!!, TÜSEMKOM Halden Haberler, Ocak-Şubat-Mart-2005 Sayı:5 s:4-5,Ankara.
- Cinemre,H.A.2005.Gıda Pazarlama.Ondokuz Mayıs Üni.Ziraat Fakültesi Ders Kitabı:40, s:168, Samsun.
- Demir,K.,2002. Sebze ve Meyvelerde Hormon, Büyüme Düzenleyici ve Tarım İlaçları Gerçeği, Türk-Koop Ekin Dergisi, Yıl:6 Sayı:20, s:22-30,Ankara.
- Demirbaş,N.2001.Türkiye'de Toptancı Haller İle İlgili Yasal Düzenlemelerin Meyve-Sebze Üretim Ve Pazarlama Politikalarının Başarısı Üzerine Etkileri: İzmir İli Örneği. TZOB, s:112,İzmir.
- Demirbaş, N.,Tunalıoğlu,R.,Keskin,G.,2005.Türkiye'de Yaş Meyve-Sebze Sektöründe İzlenebilirlik Konusunda Ortaya Çıkan Gelişmelerin Avrupa Birliği'ne Uyum Açısından Değerlendirilmesi: Sorunlar ve Öneriler, III. Bahçe Ürünlerinde Muhafaza ve Pazarlama Sempozyumu, 6-9 Eylül, Hatay, s.44-52.
- Ekmen,E. 2003.AB'de Tarımsal Kooperatifler.TKB Dış İlişkiler Koor.Daire Bşk. Basılmamış Seminer,Ankara.
- Emeksiz,F., Albayrak,M., Güneş,E., Özçelik,A., Özer,O.O. ve Taşdan,K.,2005. Türkiye'de Tarımsal Ürünlerin Pazarlama Kanalları ve Araçlarının Değerlendirilmesi. Tarım Haftası'2005 Kongre VI.Teknik Kongre 3-7 Ocak 2005, s:1155-1171, Ankara.
- Gül,M.,Yılmaz,H. ve Akpınar,M.G.2008. Yaş Meyve ve Sebze Tüketim ve Harcama Yapısı:Adana İli Örneği. VIII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi Bildirileri Gıda Pazarlaması 25-27.06.2008, Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, s:133-144,Bursa.
- Gündüz,M.2000.Organik Yaş Meyve-Sebze Pazarlarında Durum.Gıda Dergisi,Yıl:6 Sayı: 2000-12,s:101-103,İstanbul.
- Karayannakis,G.,1992. Wholesaling in Great Britain , Wye College Uni. of London. (unpublished seminar), England, p:39.
- Keskin,G. ve Dölekoğlu,C.Ö.2004.Domates ve Domates Salçası Durum ve Tahmin:2004/ 2005. TEAE, s:64, Ankara.
- Keskin,G.,Nazlı,C.,Elçi,S.,Özüdoğru,T. ve Valk,O.V.2007. Türkiye Domates Alt Sektör Analizi. TEAE, s:33, Ankara.
- Koç,D.2005.Yaş Meyve Sebze. İGEME. <http://www.igeme.gov.tr>.
- Naran,N.2002. Türkiye'de Yaş Meyve ve Sebze İhracatının Dünü, Bugünü ve Yarını.Mersin Ticaret Borsası Dergisi,Yıl:1 Sayı:2,s:10-11, Mersin.
- Naran,N.2005. Yaş Meyve-Sebze Sektörü Raporu. <http://www.cine-tarim.com.tr/dergi>
- Oraman,Y. ve Unakıtan,G.2006. Türkiye'de Organik Meyve ve Sebze Tüketim Eğilimlerinin Belirlenmesi. Türkiye VII. Tarım Ekonomisi Kongresi "Küreselleşme ve AB'ye Tam Üyelik Sürecinde Türk Tarımı" 13-15 Eylül 2006,Cilt:II, s:1013-1018, Antalya.
- Örs,İ.V.1987. Ankara Toptancı Haline Gelen Yaş Üzüm Ve Meyvelerin Geliş Yöre, Zaman Ve Miktarları İle Halin Çalışma Sistemi Ve Geliştirme İmkanları. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.s:132, Ankara.
- Özsu,B.2005. Toptancı Halleri Sektör Analizi.İTO AB ve Uluslararası İşbirliği Şubesi, <http://www.ito.org.tr/ITOPortal/Dokuman/15.98.pdf>

- Sayın,C.,Taşcıoğlu,Y. ve Mencet,M.N.2004. Avrupa Birliği'nde Yaş Meyve ve Sebze Ortak Piyasa Düzenlemesi ve Türkiye'nin Uyum Yönünde Alması Gerekli Önlemler. Türkiye VI.Tarım Ekonomisi Kongresi 16-18 Eylül 2004,s:106-111, Tokat.
- Sayın,C.,Mencet,M.N. ve Taşcıoğlu,Y.2008. yaş Meyve Sektörü Açısından AB'de Uygulanan Tarım-Çevre Politikalarının İncelenmesi. VIII. Ulusal Tarım Ekonomisi Kongresi Bildirileri Gıda Politikası 25-27.06.2008, Uludağ Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü s:160-167,Bursa.
- Selvi,M.S.2006. Toptan Yaş Meyve-Sebze Satınalma Sürecinde Büyük Alışveriş Merkezleri İle Meyve-Sebze Hal'lerinin Satınalma Personeli Açısından Değerlendirilmesi. Pazarlama Dünyası, Yıl:20 sayı:2006-2, s:47-55,İstanbul.
- Shepherd,A.W. 2004. Wholesale Markets in The Era of Supermarkets and Hypermarkets- Developments in Central and Eastern Europe.FAO,Rome.
- Subaşı,D.K.2008.Yaş Meyve ve Sebze.İGEME.http:// www.igeme.gov.tr
- Tunalıoğlu,R. ve Keskin,G.2005. Türkiye'nin Yaş Meyve Dış Ticaretindeki Muhtemel Gelişmeler, III. Bahçe Ürünlerinde Muhafaza ve Pazarlama Sempozyumu, 6-9 Eylül, Hatay,s.171-180.
- Turhan,Ş.,Tipi,T. ve Erol,A.O.2004. Eurepgap Uygulamalarının Türk Yaş Meyve-Sebze Üretimi ve Gücü Üzerine Etkileri. Türkiye VI. Tarım Ekonomisi Kongresi 16-18 Eylül 2004, s: 315-322, Tokat.
- Ünlü,A.2001.Taze Meyve ve Sebzeler İçin Soğuk Zincir Sistemi.Gıda Dergisi,Yıl:6 Sayı:2001-11, s:60-64, İstanbul.
- Velioğlu,S.2001. Minimal İşlem Görmüş Meyve ve Sebzeler-Yeni Gelişmeler. Gıda Dergisi, Yıl:6 Sayı:2001-11, s:78-82, İstanbul.
- Vural,H.2008. Meyve ve Sebze İhracatımız ve Sorunları. Gıda Dünyası Dergisi, Yıl: 1 Sayı:2, s:8-12, Bursa.
- Yılmaz,E.2001. Meyve ve Sebze Kalitesinde Yeni Yaklaşımlar: Kaliteyi Geliştirme Modeli. Gıda Dergisi, Yıl:6 Sayı:2001-11, s:66-71, İstanbul.
- Yılmaz,S.2002.Türkiye'de Yaş Meyve ve Sebze Pazarına Yönelik Politikaların Değerlendirilmesi.Çiftçi ve Köy Dünyası Dergisi,Cilt:17 Sayı:205,s:25-31,Ankara.
- Yılmaz,S. ve İ.Yılmaz,2002. Türkiye Yaş Meyve Ve Sebze Pazarlamasında Toptancı Hal Sisteminin Değerlendirilmesi: Antalya Büyükşehir Belediyesi Toptancı Hali Örneği, s:292-299,Erzurum.
- Yurdakul,O. ve Koç.A.A.1997. Gıda Ürünleri Pazarlaması.Ç.Ü.Ziraat Fakültesi Genel Yayın No:121 Ders Kitapları:34, Ç.Ü.Z.F. Ofset Atölyesi, s: 266, Adana.
- Yurdakul,O.1998. Tarım Ürünleri Pazarlaması.Ç.Ü.Ziraat F.Genel Yayın No:127 Ders Kitapları Yayın No:A-39,s.240, Adana.
- Yurdakul,O.2007.Tarım Ürünleri Pazarlaması.Ç.Ü.Ziraat F.Genel Yayın No:127 Ders Kitapları Yayın No:A-39, Adana,s.145.
- <http://www.ceinet.org>
- <http://www.comcor.ru>
- <http://www.ebrd.com>
- <http://www.gieldasan.pl>
- <http://www.hel.fi/heltu>
- <http://www.mercafir.it>
- <http://www.polishbusiness.net>
- <http://www.saturdaymarket.com>
- <http://www.shijou.metro.tokyo.jp>
- <http://www.wgro.com.pl>
- <http://www.wuwm.org>
- <http://www.wuwm.org/forum/frmtxt8.htm>
- <http://www.wuwm.org/forum/frmtxt9.htm>

EKLER

Ek 1. Dünya, AB ve Türkiye Meyve Üretim Alanları (hektar) (Anonymous, 2008a)

AB	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Avusturya	72872	67516	67932	67690	67001	65657	67275	65389	64127	63953	62257	64129	53285	53700
Belçika-Lüksemburg	18900	19405	19380	19622	21435	21724	21316	20557	21343	21052	21383	21048	21220	21698
Bulgaristan	186799	180130	175889	173140	185370	182752	179829	185951	160845	199332	200374	189236	179011	172228
Kıbrıs Rum Yönetimi	33690	32907	33058	32014	31578	30595	29909	28495	28565	22807	23488	23305	23740	26995
Çek Cumhuriyeti	49905	50419	50214	50019	49885	49623	47586	42337	43867	43251	45960	46099	43115	42540
Danimarka	8313	8004	8034	7465	7184	7327	7526	8001	7527	6196	6189	6719	6629	6590
Estonya	11760	11660	11617	11940	12399	11543	11644	18526	17578	15562	15690	14178	8249	6930
Filandiya	6628	6707	8086	8239	8290	8329	8332	8190	7963	7468	7323	7297	6497	6265
Fransa	1096463	1083883	1075826	1056239	1035065	1035565	1029781	1025377	1017781	1001958	999887	989116	968120	959275
Almanya	333119	323210	320430	309145	352814	355467	394637	335899	334502	195055	180106	178183	175108	153400
Yunanistan	314432	314237	309535	302423	298440	295056	300739	315396	306705	306760	293184	298592	235688	230395
Macaristan	259242	232938	224890	223231	209349	189420	185049	197436	157449	192076	191726	184609	149454	160900
İrlanda	2175	2175	2165	1965	1805	2005	2055	1805	1630	1630	1944	2744	725	775
İtalya	1441744	1406301	1420022	1380636	1380833	1378068	1371372	1346841	1321530	1305363	1218124	1219415	1265985	1245515
Letonya	18850	24100	12500	17800	14723	14316	13852	15683	14235	13778	13980	14329	13400	10070
Litvanya	23500	35700	35400	42900	42600	43100	42200	44100	38000	33862	33630	37789	27782	24982
Malta	2600	3110	2085	1340	1140	1116	1131	1183	1223	1295	1680	1407	1502	1396
Hollanda	26885	25968	25485	25921	25724	25308	23948	22605	22496	22372	21691	21623	20911	21115
Polonya	323684	355629	373615	371859	367639	385889	390787	398488	371330	360824	388673	383256	348205	362900
Portekiz	456427	452038	445268	450407	452296	445071	421155	414200	409452	408327	399791	412096	411429	400220
Romanya	444007	478789	474811	473479	469202	465127	448197	446474	427512	422884	408559	380002	345326	356575
Slovakya	46404	45672	37241	38309	36603	35710	34528	34142	31278	29062	27477	28529	17978	17750
Slovenya	27158	24565	20911	20643	20603	19425	19973	19906	20158	20953	20938	20839	20851	20053
İspanya	1839178	1781444	1739615	1777389	1768724	1774443	1831026	1779398	1830556	1838866	1833996	1809422	1837200	1835000
İsveç	6500	6364	6822	6522	6600	5480	5612	4755	4973	4973	4811	9912	4627	4680
İngiltere	39067	38300	28093	28330	26382	25483	25929	23845	21656	20961	21410	21065	26360	25950
AB-27	7071402	6991766	6909544	6879045	6872249	6851875	6915388	6804979	6684281	6560620	6444271	6384939	6212397	6167897
Türkiye	1022495	1032115	1029331	1015080	1017902	1016503	1023215	1021279	1033853	1055316	1047957	1054291	1067294	1049080
Dünya	45546081	46339003	47309885	47493443	47707360	48278220	48921621	49318134	49751557	50326513	51551685	52341167	47129380	47143638

Ek 2. Dünya, AB ve Türkiye Meyve Üretim Miktarları (Ton) (Anonymous, 2008a)														
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Avusturya	888876	938117	857394	947271	1041510	1039334	1091955	1026293	1061363	1109012	1148021	1030517	1109513	1150059
Belçika-Lüksemburg	756370	748500	523001	557787	651458	814182	1091955	1026293	1061363	1109012	1148021	1030517	1109513	1150059
Bulgaristan	894380	1153410	1157051	1065499	733450	674927	739549	638728	553687	612076	540447	383439	423715	488727
Kıbrıs Rum Yönetimi	278935	338960	312645	285555	296210	298339	283008	251330	244257	247202	295049	235144	230050	220147
Çek Cumhuriyeti	495524	447395	496115	489879	485987	483844	556201	417214	507510	448267	526393	389453	480660	445500
Danimarka	69250	60850	45629	55283	45700	63830	54780	50370	47650	58275	70600	72895	71359	68600
Estonya	20891	37093	14931	26534	14232	16612	26538	27031	28384	9836	8163	17834	5449	5640
Filandiya	23830	19842	21244	24250	14083	16060	18499	19565	18108	14528	15051	16927	15885	15075
Fransa	11154196	11253030	11801927	11019986	10245871	11604126	11266569	10953553	10654388	9584813	11065580	9905882	9666923	9576650
Almanya	4654884	3898915	4433292	3502777	4695961	5039336	5696838	4080040	3889284	2776876	2626505	2692592	2648309	2484000
Yunanistan	4397517	4052289	4206470	3814663	3648385	4341320	4141537	4318429	3955180	3224189	3692150	3927987	3635011	3474000
Macaristan	1662860	1228387	1644533	1599857	1553947	1392506	1721674	1729148	1204258	1314104	1831253	1215208	1353930	1375380
İrlanda	23600	24800	25300	21900	18900	23600	24930	25320	23504	22700	31840	51840	17150	17540
İtalya	18286586	16261178	18295043	15633991	16999639	18326931	17989487	17960956	16085816	15189595	18001408	18133987	17841249	17891248
Letonya	41100	90800	36400	118850	32088	48657	53992	55627	66227	48351	21127	57706	45700	36600
Litvanya	52600	128300	97500	273900	118300	121700	118800	178500	126930	124825	53582	128594	125058	54699
Malta	18300	23500	15450	8900	8374	8174	7611	7773	7714	7600	9666	9376	10422	8540
Hollanda	707700	762900	814100	604600	720400	758900	711000	531200	575000	569020	698050	607600	633950	642185
Polonya	2110195	2113687	2787396	2889186	2519198	2380877	2246585	3412793	3009605	3291392	3505100	2897911	3103515	1681800
Portekiz	1690066	1918577	2108799	1780331	1298599	2038410	1921532	1737901	2018202	1816024	1983971	1852850	1963540	1893005
Romanya	2013132	2231329	3063243	2595505	1911984	2053962	2596229	2474481	2028688	3166483	3038435	2155308	2354654	1509822
Slovakya	256802	249057	283109	265833	297875	249097	252667	211605	176774	206920	169479	170082	94946	79380
Slovenya	265329	242256	286000	234691	263160	220629	297711	210854	300460	237264	321208	259763	260162	271248
İspanya	12046416	11562686	13209766	15425352	13969041	15517865	16113862	15137846	16061855	17961824	16938223	15547722	16120000	15293100
İsveç	33900	33857	33434	32996	28219	33039	38354	32700	31929	35234	33790	36041	33280	34800
İngiltere	479800	395700	369700	290800	280100	348195	308100	332564	296080	270810	294510	364950	367300	363500
AB-27	62566669	59466915	66416471	63008389	61241213	67100270	69097850	66319606	63578877	62916736	67595179	62775702	63228849	59708695
Türkiye	9774457	9593025	9946789	9942365	10475595	10583875	10858550	10787550	10622950	11494870	10763700	12635725	12034846	12390029
Dünya	397460784	408740398	428277248	445006745	440505402	462473692	472600919	474081000	484134641	490300185	511513857	516623229	496351369	499711349

Ek 3. Dünya, AB ve Türkiye Sebze Ekili Alanlar (hektar) (Anonymous,2008a)														
	1994	1995	1996	1997,	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Avusturya	9223	12383	12653	12952	12352	13256	13214	13320	13351	14235	14587	13354	13895	14840
Belçika-Lüksemburg	43860	43965	42812	44295	47034	49375	13214	13320	13351	14235	14587	13354	13895	14840
Bulgaristan	116811	155917	112687	121937	156384	162604	156291	113433	89766	87631	76283	48068	51564	49407
Kıbrıs Rum Yönetimi	3656	4130	4078	4084	3965	4005	4346	4342	4380	4135	3997	3909	3847	3995
Çek Cumhuriyeti	37170	37968	39515	36983	36719	35448	31435	26778	19169	18566	18127	15085	18866	17890
Danimarka	12908	11874	10268	9683	10521	10685	10121	9336	8719	9860	9450	9214	9387	9288
Estonya	5349	4105	5484	5201	5462	5152	5173	5096	4625	4986	5551	4802	3240	3780
Filandiya	8055	10161	10118	10589	9817	10046	10099	9483	9534	9634	9564	9019	8946	9118
Fransa	446252	478079	479665	471419	502724	495637	476848	446581	475588	472674	463324	455218	250364	255155
Almanya	101057	111547	129336	130582	132404	140109	100516	97732	100305	110639	116522	113945	108684	87200
Yunanistan	131263	134550	137239	143794	148963	148400	144700	137097	139015	140127	140290	135224	132047	113110
Macaristan	131158	146033	95067	117675	108599	111506	90339	102088	116039	120102	107805	90036	91146	91230
İrlanda	18215	10255	11015	10540	7840	7781	6081	5841	5765	5783	6783	6783	6023	5745
İtalya	598541	589562	595183	591147	598849	601524	602244	585302	585124	594127	593725	593154	570650	527869
Letonya	12800	12900	12200	12600	10117	10312	10204	14240	13758	14837	13164	12709	14439	12030
Litvanya	27640	26240	29640	27040	28340	25190	21850	21130	20750	29207	20876	20924	15458	14999
Malta	3690	3700	5080	4220	4958	4711	4828	5274	5052	4532	5110	5350	3277	3297
Hollanda	73630	70889	71880	65720	69345	76488	72196	70092	72937	81527	88438	84933	95931	99160
Polonya	271922	282038	244857	244750	256619	246038	250026	247425	178025	204020	213006	227008	228462	225750
Portekiz	82880	86770	88090	84378	86518	85053	84588	84693	79663	80217	81615	81284	80814	83465
Romanya	292660	292338	268638	253559	267862	288589	284722	273413	289016	310178	307965	286070	278948	283289
Slovakya	33522	31429	31024	32020	33542	38842	36681	30625	28858	29917	27802	28676	27978	27900
Slovenya	3091	2771	2992	2792	2663	2567	2941	3207	3230	3982	3631	3616	4598	3550
İspanya	422312	393899	394474	392803	390275	399439	391061	384768	381654	380585	397371	394414	378100	378670
İsveç	15435	14767	15020	14572	18417	18313	17731	19474	20297	20345	21967	23025	22147	22400
İngiltere	156906	163900	162770	153040	166250	149518	138210	129186	120784	124043	117033	120995	129200	127100
AB-27	3016146	3088205	2968973	2954080	3069505	3091213	3016665	2892800	2838719	2937674	2923650	2848169	2607430	2529198
Türkiye	852103	935603	935803	911103	958303	1004503	1020403	1014603	1072204	1070304	1056903	1079483	1058669	995603
Dünya	34518641	36772216	37717720	38623158	40564445	42909397	44981142	46727789	47801982	50023341	51834813	52946202	52047395	52444669

Ek 4. Dünya, AB ve Türkiye Sebze Üretim Miktarları (ton) (Anonymus, 2008a)														
	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Avusturya	314844	402940	401926	465129	415718	532698	498826	533163	554071	527898	580784	520108	528730	547167
Belçika-Lüksemburg	1741499	1691473	1604065	1678570	1736283	1823368	1556361	1600410	1665647	1772420	1869413	1818265	1784661	1801740
Bulgaristan	1434841	1836067	1216764	1266316	1737421	1689974	1428792	1116183	987955	1338894	976505	543430	790752	610252
Kıbrıs Rum Yönetimi	118762	141695	136559	135640	148885	157375	137285	146475	149520	141525	134465	139022	136522	138430
Çek Cumhuriyeti	509653	532642	591033	524540	526519	549283	459813	420179	336582	296385	332842	295610	305338	298130
Danimarka	247950	242750	245624	243666	247214	252100	229158	233186	226912	259456	254076	254701	252862	256870
Estonya	78163	56232	62663	61488	57597	53702	59799	61393	43675	64437	61585	62650	62313	61800
Filandiya	247076	248386	236581	267203	216990	253156	243938	231197	237320	234787	236395	259900	234940	244960
Fransa	7732260	8258469	8395007	8278371	8983752	9008689	8952564	8286214	8936931	8667328	8730823	8420267	5711298	5819300
Almanya	2645877	2972439	3390959	3270499	3390187	3758565	3879427	3756666	3702323	3647634	3906574	3648128	3162217	2605300
Yunanistan	4210071	4181078	4269563	4207900	4367100	4334396	4310390	4262730	3989600	4107500	4254412	3953454	3833519	3594800
Macaristan	1385098	1610851	1607849	1561878	1810456	1987752	1500610	1888065	1850834	2000938	2103142	1637416	1779237	1754200
İrlanda	268000	235000	234800	224640	221940	208420	221670	228000	221600	214416	241660	236660	230280	224950
İtalya	14328817	13810004	15185143	14331219	14778248	15671392	16389029	15002699	14141507	15138346	16350576	15794282	14713455	13587373
Letonya	233300	223800	179200	165100	120545	130372	106295	159347	148991	237461	185588	172252	174961	156500
Litvanya	284400	371400	434300	416700	438600	326800	331100	323800	291800	551181	375485	377876	184004	250109
Malta	49050	48020	88100	70179	86180	83196	83424	83042	79990	78045	83820	79371	57814	58700
Hollanda	3754100	3638339	3692471	3488418	3267199	3651486	3612622	3631540	3719700	3771800	4253700	4116500	4048600	4156600
Polonya	5456520	6028002	5522065	5381131	5385173	5623988	5988969	5685016	4821960	5211017	5740010	5618435	5256963	5567200
Portekiz	2136097	2222957	2263981	2116300	2437877	2418147	2268362	2325842	2165793	2194012	2489630	2378765	2268591	2342350
Romanya	3180327	3510500	3416820	3046996	3501706	4370591	3394971	3832861	3901390	4500570	4902075	3962980	4141062	3812666
Slovakya	454812	434443	461823	491972	499610	586682	419769	404284	321603	343279	342819	340627	333348	329040
Slovenya	61093	66871	69808	67006	63089	72538	80139	62490	71843	65810	83163	88513	79830	66435
İspanya	10573246	10329713	11211791	11480353	11839900	12499542	12189025	12280494	12756142	12801956	13376725	13349201	12561700	12676100
İsveç	244550	257600	279691	280800	299800	286493	284881	303705	302688	307510	326700	325886	342000	323400
İngiltere	3144751	2826621	3063705	2936959	2861300	2954000	2922470	2864900	2572700	2542690	2559260	2709470	2925200	2801400
AB-27	63093658	64486819	66658226	64780403	67703006	71461337	71549689	69723881	68199077	71017295	74752227	71103769	65900197	64085772
Türkiye	19644815	21869745	22197595	20970212	23412162	24671392	24639362	24164662	25825067	25917617	25348612	26287517	25736324	24453827
Dünya	534657492	565151616	5,99E+08	614336065	640637720	697168494	748125979	779358331	812257295	841460320	873417121	891182896	889742585	893432504

Ek 5. Dünya, AB ve Türkiye Yaş Meyve Sebze Dış Satım Değerleri (1000 \$) (Anonymous,2008a)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Avusturya	225447	325696	346979	375155	425475	430883	515786	509693	535600	741340	903291	959090
Belçika-Lüksemburg	3145040	4062398	4147631	3692670	4305564	4229003	3829055	3915188	4462998	5486870	6144928	6800130
Bulgaristan	146739	133234	134190	112393	101267	85834	65124	81765	86123	125326	152872	162201
Kıbrıs R.Y.	111688	170862	141771	75453	81243	71730	59301	72095	66622	91549	111261	102381
Çek Cum.	137661	137749	147684	136947	109249	108028	100448	97201	101579	120262	207602	310758
Danimarka	232996	215409	210658	259288	253284	267075	218164	242342	271478	341276	382521	342997
Estonya	15393	7962	18529	13207	15553	9986	8778	8246	15426	20831	12320	18210
Filandiya	187719	66548	69977	63355	53372	25852	27728	29607	29755	40869	42363	45515
Fransa	3179707	3619124	3684602	3459939	3681108	3582186	3119083	3220350	3728929	4360990	4659816	4717493
Almanya	1807534	1875664	2164437	1875554	2002695	1983374	1972805	2057481	2279438	2936654	3498020	3760320
Yunanistan	1122920	1218438	1177907	1053672	1318630	1049327	1057627	1040891	1058409	1002531	1127259	1335612
Macaristan	538862	531674	522677	463124	443146	395365	366028	407819	386359	471711	612961	538267
İrlanda	132739	155637	165774	178416	188023	183262	158345	204985	202467	243707	266175	295983
İtalya	4222336	4474112	4822838	4445198	4551923	4398996	4059468	4281862	4615568	5461475	5723528	6063293
Letonya	5467	14097	13757	21075	37690	18455	15919	20347	22264	37260	26561	37580
Litvanya	46082	82114	55388	49626	45716	37514	51037	58188	55466	102400	99842	137530
Malta	2429	3951	3277	5962	3670	3706	2885	3390	3022	2638	3231	2729
Hollanda	6686553	7226780	6802661	5775475	5624975	6514584	4967879	5035370	6083774	8151490	8807600	9625697
Polonya	646798	710165	692294	712459	778551	718185	724468	895684	964592	1323536	1712124	1925407
Portekiz	204632	240781	241796	255148	256230	250333	239296	275725	305839	408643	462984	482417
Romanya	59439	61046	73823	67989	54451	51943	48409	71627	73225	98268	115392	132180
Slovakya	76992	65357	58542	56566	43216	39684	31704	43270	47852	61586	77606	127512
Slovenya	64230	57475	44094	38551	34751	27310	18570	25749	23190	34141	43891	86913
İspanya	5919212	7045118	7500319	7273391	7249549	7021388	6604709	6675669	7904286	10419297	11215401	11488619
İsveç	75168	82765	119257	112189	120285	117311	107268	116968	159029	211543	249461	265956
İngiltere	599639	628750	661179	664998	646628	696472	581540	563562	646110	767611	927256	920564
AB-27	29593422	33212906	34022041	31237800	32426244	32317786	28951424	29955074	34129400	43063804	47586266	50685354
Türkiye	2003319	2179185	2215890	2467680	2347682	2133381	1817532	2142671	1930059	2549171	3407398	4374458
Dünya	62892958	70400562	72705366	69603485	70682113	71283927	67442672	69354287	75193166	90319014	101472369	112537120

Ek 6. Dünya, AB ve Türkiye Yaş Meyve Sebze Dış Alım Değerleri (1000 \$) (Anonymous,2008a)

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Avusturya	956535	1143832	1050338	1068075	931846	1119173	1031389	1098708	1108525	1482682	1760641	1928541
Belçika-Lük.	3037016	3863704	3942807	3427253	3737525	3603386	3353840	3220851	3656084	4806845	5557367	5717321
Bulgaristan	71698	57700	32837	37844	38879	45975	50894	55674	65249	100210	114512	140652
Kıbrıs R.Y.	25420	30300	32766	30369	33601	32654	30930	36265	34671	43369	63244	74311
Çek Cum.	370399	481523	535370	462538	458465	428622	383675	417149	517686	627098	821016	992148
Danimarka	551253	548929	619974	716956	652888	742165	672382	675973	795693	979375	1093709	1241679
Estonya	28206	39486	70719	55968	69705	72695	62387	66539	77409	108555	108678	109133
Filandiya	551243	424444	539751	485936	476154	469643	399900	412779	460443	582246	650678	667219
Fransa	5478642	6307292	6074363	5501102	5856556	5700770	5221287	5233851	5810086	7298953	8354566	8598902
Almanya	11029315	11690682	12415959	10915814	10646232	9927595	9106730	9230243	9896553	12292725	13255107	13777844
Yunanistan	313124	385067	397851	370029	401309	413773	325099	354310	481102	629107	789204	761342
Macaristan	131286	139944	125396	133849	141294	133587	150122	149207	209951	313789	351241	467989
İrlanda	401233	439254	485948	441627	474805	495740	464492	503485	579763	686629	715891	811368
İtalya	2443068	2596429	2792863	2692365	2829435	2802680	2586743	2625116	2988917	3964251	4388039	4546487
Letonya	22307	33586	40395	59561	111786	116942	138026	136916	160380	205544	145792	172154
Litvanya	46822	58436	76720	84256	104732	111587	107264	114566	128147	185705	209656	255361
Malta	30091	36645	40532	38947	51182	42846	36355	40259	41762	50990	60298	64658
Hollanda	4293890	4330403	4444414	3734825	3812348	4438947	3429964	3534510	4008849	5333262	5614114	5978991
Polonya	311533	390552	482724	593124	725852	721010	663770	795730	762655	853818	1094754	1440607
Portekiz	523368	534323	605716	536992	657456	648046	566714	652631	649503	809167	922441	927995
Romanya	56814	96193	87636	95848	117884	115438	123337	119400	141959	202528	250830	345164
Slovakya	109104	148424	172782	162699	171256	146465	135074	144151	169057	199866	301749	391841
Slovenya	122344	159021	157871	141672	149205	157505	135922	137271	150237	187083	227774	296708
İspanya	1462136	1785368	1804168	1484067	1596108	1800292	1601138	1673932	1823806	2444789	3219969	3319051
İsveç	1050799	1058538	1174669	1104455	1132485	1149434	1007725	1039603	1156346	1453266	1647861	1725993
İngiltere	5162681	5630513	6126176	6048680	6782151	6615498	5830315	5984927	6731145	7964077	9282813	10061010
AB-27	38580327	42410588	44330745	40424851	42161139	42052468	37615474	38454046	42605978	53805929	61001944	64814469
Türkiye	47705	87499	93508	175418	182729	158623	192295	117587	139504	129593	161235	284281
Dünya	70192214	76328068	79607977	76048116	77450056	78822795	74975127	76409883	81117121	98188056	110536652	118749371

Ek 7. Türkiye'deki Toptancı Hallerin Yapısal Durumu (Anonim,2001)

Sayı	İl Adı	Dükkan Sayısı	Komisyoncu Sayısı	Üretici Sayısı	Bilgisayar Varlığı	Soğuk Hava Deposu	Fiyat Panosu
1	Adana B.B.	271	271	-	Mevcut	-	-
2	Adıyaman B.	41	41	-	-	-	-
3	Kahta B.	21	21	-	Mevcut	-	Diğer
4	Besni B.	12	12	-	-	-	-
5	Gölbaşı B.	18	9	-	-	-	-
6	Afyon B.	35	28	-	-	-	-
7	Ağrı B.	38	35	-	-	-	-
8	Aksaray B.	19	19	-	-	-	-
9	Amasya B.	53	53	-	-	-	-
10	Ankara BB.	194	194	-	Mevcut	Mevcut	-
11	Antalya B.B.	681	144	-	Mevcut	-	-
12	Alanya B.	62	62	-	Mevcut	-	Diğer
13	Alanya-Demirtaş B.	20	20	-	-	-	-
14	Alanya-Konaklı B.	56	30	-	Mevcut	-	Mevcut
15	Alanya-Payallar B.	9	9	-	-	-	-
16	Finike-Hasyurt B.	30	25	-	-	-	-
17	Finike-Sahilkent B.	74	61	-	-	-	-
18	Finike-Turunçova B.	21	21	-	-	-	Diğer
19	Gazipaşa B.	70	70	-	-	-	-
20	Gazipaşa-Kahyalar B.	22	22	-	-	-	Diğer
21	Kale (Demre) B.	-	-	-	-	-	-
22	Kale-Beymelek B,	17	15	-	-	-	-
23	Kaş-Ova B.	33	33	1.000	-	-	-
24	Kaş-Kınık B.	31	31	-	-	-	Diğer
25	Korkuteli B.	7	6	-	-	-	Diğer
26	Kumluca B.	-	-	-	-	-	-
27	Kumluca-Beykonak B.	36	36	-	-	-	-
28	Kumluca-Mavikent B.	48	48	-	-	-	Diğer
29	Kumluca-Çavuşköy B.	20	20	-	-	-	-
30	Manavgat B.	44	42	-	Mevcut	Mevcut	Diğer
31	Manavgat Taşağıl B.	22	22	-	-	-	-
32	Serik B.	59	59	-	-	-	Diğer
33	Yeşilyurt Bel.Kaş Antalya	14	14	-	-	-	-
34	Aydın B.	26	18	-	-	-	-
35	Atça B.	10	7	-	-	-	-
36	Germencik B.	5	-	-	-	-	-
37	İncirliova B.	17	16	-	-	-	-
38	Köşk B.	-	-	-	-	-	-
39	Kuşadası B.	4	4	-	-	-	-
40	Nazilli B.	30	20	-	-	-	-
41	Söke B.	14	10	-	-	-	-
42	Sultanhisar B.	9	9	-	-	-	-
43	Salavatlı B.	-	-	-	-	-	-
44	Umurlu B.	15	10	-	-	-	-
45	Batman B.	65	65	-	-	Mevcut	-
46	Balıkesir B.	80	77	-	-	-	Diğer
47	Bandırma B.	15	15	-	-	-	Diğer

Ek 7. (Devam) Türkiye'deki Toptancı Hallerin Yapısal Durumu (Anonim,2001)

Sayı	İl Adı	Dükkan Sayısı	Komisyoncu Sayısı	Üretici Sayısı	Bilgisayar Varlığı	Soğuk Hava Deposu	Fiyat Panosu
48	Burhaniye B.	11	11	-	-	-	-
49	Edremit B.	18	18	-	-	-	-
50	Bayburt B.	23	14	-	-	-	-
51	Bilecik - Söğüt-Küre B.	8	8	-	-	-	-
52	Bingöl B.	11	11	-	-	-	Diğer
53	Bitlis B.	29	12	-	-	-	Diğer
54	Tatvan B.	30	Faal değil	-	-	-	-
55	Bolu B.	26	19	-	-	-	Diğer
56	Burdur B.	24	-	-	Mevcut	-	-
57	Bursa B.B.	60	60	-	Mevcut	-	Diğer
58	İnegöl B.	32	18	-	Mevcut	-	-
59	Yenişehir B.	-	-	-	-	-	-
60	Karacabey B.	-	87	-	-	-	-
61	Çanakkale B.	21	15	-	-	-	-
62	Biga	10	10	-	-	-	-
63	Çorum B.	19	16	-	-	-	-
64	Denizli B.	39	39	-	-	-	Diğer
65	Diyarbakır T.Hal	52	67	-	-	-	-
66	Düzce B.	20	10	-	-	-	-
67	Edirne B.	20	20	-	-	-	Diğer
69	Keşan B.	14	18	1 Koop.	-	-	-
70	Elazığ B.	81	81	-	-	-	Diğer
71	Palu B.	5	2	-	-	-	Diğer
72	Karakoçan B.	4	4	-	-	-	Diğer
73	Kovancılar B.	10	3	-	-	-	Diğer
74	Eskişehir B.B.	59	59	-	-	-	-
75	Erzincan B.	51	51	-	-	-	-
76	Erzurum B.B.	96	94	-	-	-	-
77	G.Antep B.B.	128	128	-	Mevcut	-	-
78	Nizip B.	49	49	-	-	-	-
79	Giresun B.	26	-	-	-	-	-
80	Hatay B.	60	6	-	-	-	-
81	Dört Yol B.	41	41	39	Mevcut	-	-
82	İskenderun B.	94	86	-	-	-	-
83	Kırıkhan B.	36	26	-	-	-	-
84	Reyhanlı B.	29	29	-	-	-	Diğer
85	Iğdır B.	43	40	-	-	-	-
86	Isparta B.	18	15	-	-	-	Diğer
87	Eğirdir B.	14	2	3.726	-	Mevcut	-
88	İçel B.B.	414	408	-	Mevcut	-	Diğer
89	Anamur B.	57	40	-	-	-	Diğer
90	Atayurt Kas.B.	34	34	-	-	-	Diğer
91	Aydıncık B.	9	4	-	-	-	Diğer
92	Bozyazı B.	12	12	-	-	-	Diğer

Ek 7. (Devam) Türkiye'deki Toptancı Hallerin Yapısal Durumu (Anonim,2001)

Sayı	İl Adı	Dükkan Sayısı	Komisyoncu Sayısı	Üretici Sayısı	Bilgisayar Varlığı	Soğuk Hava Deposu	Fiyat Panosu
93	Bozyazı-Tekmen B.	5	5	-	-	-	Diğer
94	Çarıklar Kas.B.	15	15	-	Mevcut	-	Mevcut
95	Erdemli B.	82	82	-	-	-	-
96	Mezitli Kas.B.	100	95	-	-	-	-
97	Mut B.	20	-	-	Mevcut	Mevcut	Diğer
98	Silifke B.	49	19	-	-	-	Diğer
99	Tarsus B.	150	150	-	Mevcut	-	Diğer
100	Arkum B.	20	-	-	Mevcut	Mevcut	Diğer
101	Kazanlı B.	47	47	-	Mevcut	-	Mevcut
102	Silifke-Yeşilovacık B.	20	-	-	Mevcut	-	-
103	Anamur-Ören B.	20	-	-	Mevcut	-	-
104	İstanbul B.B.	193	109	-	Mevcut	-	-
105	İzmir B.B.	114	112	-	-	-	-
106	Bayındır B.	8	3	-	-	-	Mevcut
107	Bergama B.	16	13	-	-	-	-
108	Menemen B.	4	3	-	-	-	-
109	Ödemiş B.	37	37	-	-	-	-
110	Selçuk B.	13	4	-	-	Mevcut	Diğer
111	Tire B.	13	10	1.200	-	-	-
112	Torbali B.	12	11	-	-	Mevcut	Mevcut
113	Kiraz B.	20	-	-	-	-	-
114	Karabük B.	34	34	-	-	-	Diğer
115	Karaman B.	30	26	-	-	-	-
116	Kars B.	39	39	-	-	-	-
117	Kastamonu B.	16	16	-	-	-	-
118	Kayseri B.B.	118	117	1	Mevcut	-	Mevcut
119	Kırıkkale B.	42	17	-	-	-	Diğer
120	Kilis B.	30	30	-	-	Mevcut	Diğer
121	Kocaeli B.B.	56	56	-	Mevcut	Mevcut	Diğer
122	Gebze B.	28	28	-	-	-	-
123	Konya B.B.	77	77	-	-	-	Diğer
124	Akşehir B.	8	8	-	-	-	-
125	Ereğli B.	46	58	-	-	Mevcut	-
126	Karatay B.	44	41	-	-	-	Diğer
127	Kütahya B.	29	29	-	-	-	Diğer
128	Malatya B.	50	81	Koop.	-	Mevcut	Diğer
129	Manisa B.	26	25	-	-	-	-
130	Akhisar B.	14	1	-	-	-	-
131	Alaşehir B.	10	10	5.000	-	Mevcut	Mevcut
132	Gölmarmara B.	7	7	-	-	-	-
133	Salihli B.	43	41	-	-	-	Diğer
134	Soma B.	9	9	-	-	-	-
135	Turgutlu B.	14	1	-	-	-	-
136	Sargöl B.	10	-	-	-	-	-
137	K. Maraş B.	96	132	-	-	-	-
138	Mardin B.	58	33	-	-	-	-

Ek 7. (Devam) Türkiye'deki Toptancı Hallerin Yapısal Durumu (Anonim,2001)

Sayı	İl Adı	Dükkan Sayısı	Komisyoncu Sayısı	Üretici Sayısı	Bilgisayar Varlığı	Soğuk Hava Deposu	Fiyat Panosu
139	Kızıltepe B.	67	25	-	-	-	-
140	Muğla B.	9	8	-	-	-	-
141	Fethiye B.	48	51	-	-	-	-
142	Karaçulha Kas.B	80	60	-	-	-	Diğer
143	Ortaca B.	34	33	-	-	-	Diğer
144	Muş B.	130	12	-	-	-	-
145	Niğde B.	32	6	-	-	-	-
146	Ordu B.	12	12	-	-	-	-
147	Osmaniye B.	69	65	-	-	-	Diğer
148	Rize B.	55	24	-	Mevcut	Mevcut	Diğer
149	Sakarya B.	60	60	-	-	-	-
150	Samsun B.	50	50	-	Mevcut	-	Diğer
151	Bafra B.	49	59	-	-	-	Diğer
152	Çarşamba B.	42	42	-	-	-	-
153	Sivas B.	63	53	-	-	-	Diğer
154	Tekirdağ-Çorlu B.	13	13	-	-	-	-
155	Şanlıurfa B.	190	190	-	-	-	Diğer
156	Birecik B.	-	43	-	-	-	Diğer
157	Ceylanpınar B.	24	12	-	-	-	Diğer
158	Hilvan B.	40	40	-	-	-	-
159	Siverek B.	31	20	-	-	-	Diğer
160	Suruç B.	31	20	-	-	-	Diğer
161	Viranşehir B.	30	18	-	-	Mevcut	Diğer
162	Tokat B.	80	51	-	-	-	Diğer
163	Erbaa B.	13	13	-	-	-	Diğer
164	Niksar B.	20	19	-	-	Mevcut	Diğer
165	Pazar B.	10	13	-	-	-	-
166	Turhal B.	18	13	-	-	-	-
167	Üzümlü Kas.B.	35	20	-	-	-	-
168	Zile B.	20	20	-	-	-	-
169	Trabzon B.	68	68	-	-	-	Diğer
170	Tunceli B.	15	1	-	-	-	-
171	Uşak B.	15	11	-	-	-	-
172	Van B.	85	85	-	-	-	Diğer
172	Yalova B.	24	24	-	Mevcut	-	Diğer
174	Zonguldak B.	12	6	-	-	-	Diğer
175	Kdz.Ereğli B.	16	4	-	-	-	Diğer
176	İstanbul-Bozkurtlar Yaş Seb.Mey. Paz. Ltd. Şti.	43	-	-	Mevcut	-	Diğer
177	İstanbul-Mega Gıda Özel Seb.Mey.İşl. A.Ş.	100	-	-	-	-	-
	TOPLAM	7.830	6.286	Ü:10.966 Koop.: 2	27	16	D: 64 M: 7

Not: 1) B.B.: Büyükşehir Belediyesi

- 2) 14 İl Merkezinde toptancı hal bulunmamaktadır. Bu iller aşağıda sunulmuştur ;
- Artvin - Ardahan - Bartın - Bilecik - Çankırı - Gümüşhane - Hakkari
- Kırklareli -Kırşehir - Siirt - Sinop - Şırnak - Tekirdağ - Yozgat