



SELÇUK
ÜNİVERSİTESİ

TAGEM
AR-GE & İNOVASYON

Yaş Meyve ve Sebze Çalıştayı



12-13 Haziran 2019

KONYA

YAŞ MEYVE SEBZE ÇALIŞTAYI

ISBN: 978-605-7839-05-3

© 1. Basım, Temmuz 2019

© Copyright 2019, ATLAS AKADEMİ

Bu baskının bütün hakları Atlas Akademi'ye aittir.
Yayın evinin yazılı izni olmaksızın kitabın tümünün veya
bir kısmının elektronik, mekânîk ya da fotokopi yoluyla basımı,
yayımları, çoğaltımı ve dağıtımı yapılamaz.

SERTİFİKA NO: 15833

Kapak & Dizgi
Atlas Akademi

Baskı ve Cilt
Dizgi Ofset
Yeni Matbaacılar Sitesi Konya
Tel: 0332 342 07 42

KÜTÜPHANE BİLGİ KARTI

Yazarlar: BAYRAMOĞLU, Zeki – KARAKAYACI, Zuhâl
AĞIZAN, Kemalettin – AĞIZAN, Süheyla – BOZEMİR, Merve
Anahtar Kelimeler: Tarım Ürünleri Pazarlaması, Yaş Meyve Sebze



Akademi Mah. Yeni İstanbul Cad.
No: 22 Selçuklu / KONYA
Tel: 0332 241 30 59



SPONSOR KURUM / KURULUŐLAR



SELÇUK
ÜNİVERSİTESİ

TAGEM

AR-GE & İNOVASYON

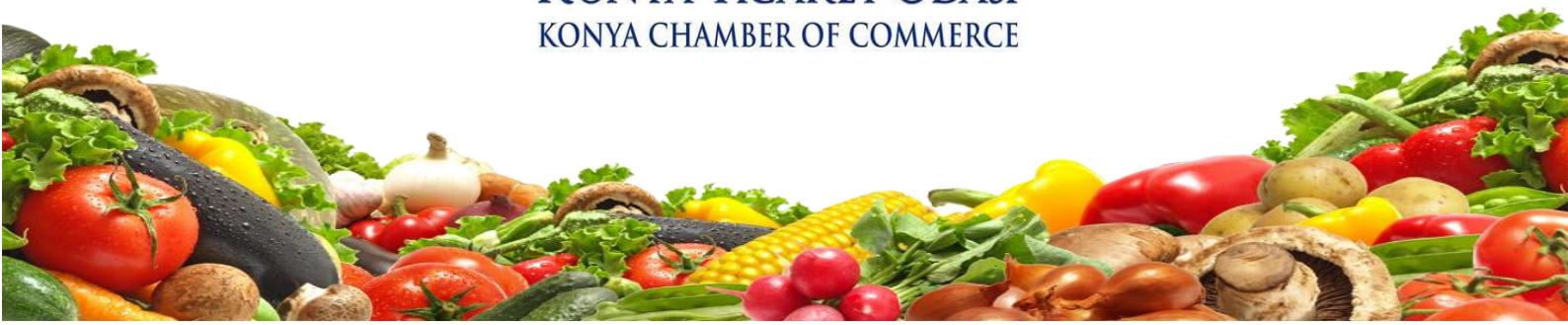


TÜRKİYE
PERAKENDECİLER
FEDERASYONU



1882

KONYA TİCARET ODASI
KONYA CHAMBER OF COMMERCE



ORGANİZASYON KOMİTESİ

Başkan	Prof. Dr. Zeki BAYRAMOĞLU	Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi
Üye	Dr. Öğr. Üyesi Zuhul KARAKAYACI	Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi
Üye	İhsan ASLAN	Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü Genel Müdür Yardımcısı
Üye	Ayfer ŞAHİN	T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı Tarımsal Ekonomi ve Proje Yönetim Daire Başkanı
Üye	Mehmet KİLCİ	Tarımsal Ekonomi ve Proje Yönetimi Dairesi Başkanlığı

SEKRETARYA

Üye	Kemalettin AĞIZAN	Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi
Üye	Süheyla AĞIZAN	Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi
Üye	Merve BOZDEMİR	Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi

EDİTÖRLER

Prof. Dr. Zeki BAYRAMOĞLU	Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi
Dr. Öğr. Üyesi Zuhul KARAKAYACI	Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi



İÇİNDEKİLER

İÇİNDEKİLER.....	1
ÖNSÖZ.....	6
YÖNETİCİ ÖZETİ.....	8
EXECUTIVE SUMMARY.....	10
1. Bölüm: Açılış Konuşmaları.....	12
2. Bölüm: Sektör Hakkında Genel Bilgiler.....	22
3. Bölüm: TAGEM/18/AR-GE/57 No’lu “Domates Pazarlama Kanallarının ve Pazar Marjının Tespiti Üzerine Bir Araştırma” Adlı Proje Genel Sonuçları.....	40
3.1. Üretim ve Üreticiler.....	41
3.2. Haller, Komisyoncu ve Tüccarlar.....	42
3.3. Perakendeciler.....	44
3.4. Genel Öneriler.....	45
4. Bölüm: Yaş Meyve ve Sebze Çalıştay Sonuçları.....	46
4.1. Üretimin ve Üreticinin Sosyo-Ekonomik Açından Değerlendirilmesi.....	54
Girdi Tedariki.....	54
Arazi Kiralama.....	56
Üretim Tekniği.....	57
Örgütlenme.....	60
Ürün Kayıpları.....	61
Pazarlama.....	65
Risk Yönetimi.....	66
İşgücü.....	67
Planlama.....	68
Finansman.....	69
Sözleşmeli Yetiştiricilik, Endüstri ve İhracatçı İlişkileri.....	70
İşletme, Ürün ve Üretici Kayıt Sistemi.....	71
Teknik ve Ekonomik Danışmanlık, Bilgi Sağlama ve Yayım.....	72
Diğer Konular.....	73
4.2. Komisyoncu ve Tüccar Faaliyetlerinin Sistem Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi.....	75
Algı yönetimi.....	75
Bildirim Sistemi.....	76
Piyasa Fiyat Oluşumu.....	78
Komisyonculuk.....	79
Depolama.....	81

Tüccar.....	82
Lojistik	83
Toptancı Halleri.....	84
Üretici Örgütleri	84
Diğer Konular.....	85
4.3. Perakende Sektörünün Yaş Meyve-Sebze Piyasası Üzerindeki Etkinliği	86
Ürün Tedariki	86
Ambalaj ve Kasa	88
Soğuk Zincir	89
Pazarlama Sistemleri	90
Faturalandırma, Vergi ve Kayıt Sistemi.....	91
Mali ve Sağlık Denetimleri ve Cezai İşlemler	92
Diğer Konular.....	93
5. Bölüm: Sonuç Bildirgesi	94
6. Bölüm: Çalıştaydan Görüntüler	97





“Kılıç ve saban, bu iki fatihten birincisi, ikincisine daima mağlup olmuştur.”

“Türkiye'nin sahibi hakikisi ve efendisi, hakiki müstahsil olan köylüdür.”

Mustafa Kemal ATATÜRK

ONUR KURULU

Prof. Dr. Mustafa ŞAHİN

Özkan KAYACAN

Adnan YANKIN

Selçuk ÖZTÜRK

Yüksel TAVŞAN

Mustafa ALTUNBİLEK

Selçuk Üniversitesi Rektörü

Tarımsal Araştırmalar ve Politika Geliştirme Genel Müdürü

Ticaret Bakanlığı İç Ticaret Genel Müdürü

Konya Ticaret Odası Başkanı

TÜRKHAL Federasyon Başkanı

PERDER Federasyon Başkanı

DANIŞMA KURULU

Prof. Dr. Aykut GÜL

Prof. Dr. Cengiz SAYIN

Prof. Dr. Mehmet BOZOĞLU

Prof. Dr. Mustafa ERKAN

Prof. Dr. Önder TÜRKMEN

Çukurova Üniversitesi

Akdeniz Üniversitesi

Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Akdeniz Üniversitesi

Selçuk Üniversitesi



BİLİM KURULU

Prof. Dr. Ahmet EŞİTKEN	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Ali SABİR	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Aykut GÜL	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. Cengiz SAYIN	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Cennet OĞUZ	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Lütfü PIRLAK	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet BOZOĞLU	Ondokuz Mayıs Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa ERKAN	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Önder TÜRKMEN	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf ÇELİK	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Zeki BAYRAMOĞLU	Selçuk Üniversitesi
Doç. Dr. Ferhan KÜÇÜKBASMACI SABİR	Selçuk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hasan ARISOY	Selçuk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mithat DİREK	Selçuk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Zuhâl KARAKAYACI	Selçuk Üniversitesi
Öğr. Gör. İbrahim YANIK	İstanbul HALDER Koordinatörü
Dr. Aysun YENER	Selçuk Üniversitesi
Dr. Betül SAYIN	BATEM / Antalya
Dr. Filiz PEZİKOĞLU	Bahçe Kültürleri Araştırma / Yalova
Dr. Oğuz GÜNDÜZ	Bahçe Kültürleri Araştırma / Yalova
Dr. Osman Sedat SUBAŞI	Alata Bahçe Kültürleri Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü
Dr. Osman UYSAL	Alata Bahçe Kültürleri Araştırma Enstitüsü Müdürlüğü



ÖNSÖZ

Tarım sektörü, tarih boyunca insanların beslenmesi açısından önem arz etmiştir. Gıda hammaddelerini sağlamasının yanı sıra, tarıma dayalı sanayilere girdi temin etmesi, tarıma bağlı sanayilerden girdi sağlaması, ithalat ve ihracatın geliştirilmesine sağladığı katkılarla ekonomik açıdan da stratejik bir öneme sahiptir. Tarımın alt sektörlerinden biri olan yaş meyve ve sebze sektörü de günlük tüketim ihtiyacının karşılanması, sektör içerisindeki katma değer payı, istihdama ve dış ticarete katkısı açısından tartışmasız önemlidir. Ancak yaş meyve ve sebzelerin organik özellikleri ve hassas yapıları üreticiden tüketiciye hızlı, güvenli ve minimum maliyetli pazarlama ağını zorunlu kılmaktadır.

Yaş meyve sebze pazarlama sisteminde hal sisteminin var olmasıyla birlikte hal dışı pazarlama kanallarında mevcuttur. Pazarlama işlevinin etkinliği ürün güvenliğini ve güvencesini, üretici ve tüketici refahını etkilemektedir. Ayrıca fiyatlarda meydana gelen dalgalanma enflasyon aracılığı ile ülke ekonomisini etkilemektedir. Bu nedenle pazarlama sisteminin incelenmesi, eksikliklerinin giderilerek iyileştirilmesi ve etkin bir pazarlama sisteminin oluşturulması bütüncül olarak sosyal ve ekonomik açıdan önemlidir. Sektörün eksik yönlerinin iyileştirilmesi bütün paydaşların mutabakat sağlayacağı yaklaşımların geliştirilmesi sektörün ülkesel kalkınmaya olan katkısını artıracığı kanaati oluşmuştur. Bu nedenle sektör paydaşları ile birlikte toplumun tüm kesimleri üzerinde farkındalığın oluşması için yaş meyve sebze pazarlama ağının özellikleri de göz önünde bulundurularak, piyasa işleyişinin ve maliyetlerin hesaplandığı; Tarımsal Araştırmalar Genel Müdürlüğü (TAGEM) tarafından AR-GE Destek Programı kapsamında desteklenen TAGEM-18/AR-GE/57 nolu “Domates Pazarlama Kanallarının ve Pazar Marjının Tespiti Üzerine Bir Araştırma” adlı proje çalışması kapsamında Toplumsal Mutabakat ve Kalkınma vizyonu ile “Yaş Meyve ve Sebze Çalıştayı” Selçuk Üniversitesi ve TAGEM öncülüğünde düzenlenmiştir.



Çalıştay kapsamında bir araya gelen paydaşların sektöre yönelik sorunlara katkıda bulunmaları sağlanmış, elde edilen çözüm önerileri bu raporda bir araya getirilmiştir. Hazırlanan bu çalışmanın, sektöre yönelik alınacak kararlara ve yapılacak düzenlemelere rehber olması, toplumsal mutabakat ve kalkınma vizyonuna katkı sağlaması beklenmektedir.

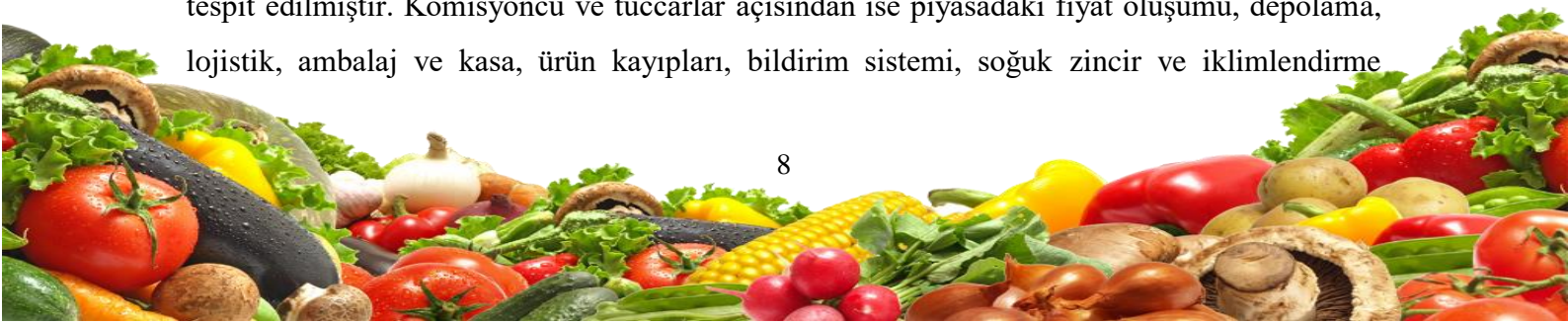
Prof. Dr. Zeki BAYRAMOĞLU
Selçuk Üniversitesi Ziraat Fakültesi
Proje Yürütücüsü



YÖNETİCİ ÖZETİ

Tarım sektörü diğer sektörlerle hammadde sağlaması ve bu sektörlerden ürün talep etmesi nedeniyle tüm sektörlerin sürdürülebilirliği açısından önem arz etmektedir. İnsanların gıda ihtiyaçlarının karşılanması, ekonomik faaliyetlerin devamlılığının sağlanması, ithalat ve ihracat potansiyeli, istihdam alanları oluşturması açısından oldukça önemli bir sektördür. Fakat tarım ürünlerinin zorunlu tüketim malları olması sebebiyle talep elastikiyetleri düşüktür. Elastikiyetin düşük olması arz ve talep miktarına bağlı olarak tarım ürünlerinde fiyat dalgalanmalarının fazla olmasına neden olmaktadır. Bu nedenle ürünlerin turfanda fiyatlarının yüksek olması, tüketici fiyat endeksi (TÜFE) ürün sepetinin hesaplanmasında tarım ürünlerinin payının enflasyona yansımaları nedeniyle spekülâtif söylemler açısından yaş meyve ve sebze sektörü dikkat çekmektedir. Fiyat değişikliğine ek olarak pazarlama kanallarındaki farklı masraf kalemleri maliyet artışlarına neden olmaktadır. Bu proje kapsamında yaş meyve ve sebzelerin üreticiden tüketiciye ulaşması sürecinde oluşan çeşitli pazarlama kanallarındaki masrafların ve değer zincirindeki değişimin hesaplanması amaçlanmıştır. Bu doğrultuda projenin altlığını oluşturması amacıyla çalıştayda tüm paydaşlar bir araya getirilerek sektöre yönelik sorunlar ve çözüm önerileri tartışılmıştır. Türkiye’de son dönemlerde gündemde olan Hal Yasası’nda yapılacak olan düzenlemeler kapsamında yaş meyve-sebze pazarlama sistemindeki işleyişte karşılaşılan sorunların tespit edilmesi ve bu sorunların fiyatlardaki dalgalanmalara etkilerinin belirlenmesi, çözüm önerilerinin geliştirilmesi amacıyla bu çalıştay hazırlanmıştır.

Çalıştay kapsamında; üretim ve üreticinin sosyo-ekonomik durumu, komisyoncu ve tüccarların faaliyet alanları ile paydaşların pazarlama sistemindeki etkileri değerlendirilmiştir. Ayrıca pazarlama kanallarının bir diğer paydaşı olan perakendecilerin yaş meyve ve sebze piyasasındaki etkinliği tartışılmıştır. Üretim ve üreticinin; girdi tedariki, üretim tekniği, örgütlenme, risk yönetimi, işgücü, finansman, kayıt sistemi vb. konularda sorunlar yaşadıkları tespit edilmiştir. Komisyoncu ve tüccarlar açısından ise piyasadaki fiyat oluşumu, depolama, lojistik, ambalaj ve kasa, ürün kayıpları, bildirim sistemi, soğuk zincir ve iklimlendirme



konuları tartışılmıştır. Perakende sektöründeki ürün tedarıği ve muhafazası, faturalandırma, vergi, denetim ve cezai işlemlerden kaynaklanan sorunların mevcut olduğu tespit edilmiştir.

Çalıştaya katılım sağlayan tüm paydaşların önerileriyle yaş meyve ve sebze sektöründeki sorunlara çözümler sunulmuştur. Elde edilen çözümlerin politika geliştiriciler ve ilgili kurum kuruluşlara rehber olması beklenmektedir. Çalıştayın amacına ulaşması ve ülke ekonomisine katkı sağlaması bizleri sevindirecektir. Saygılarımızla...

Prof. Dr. Mustafa şAHİN

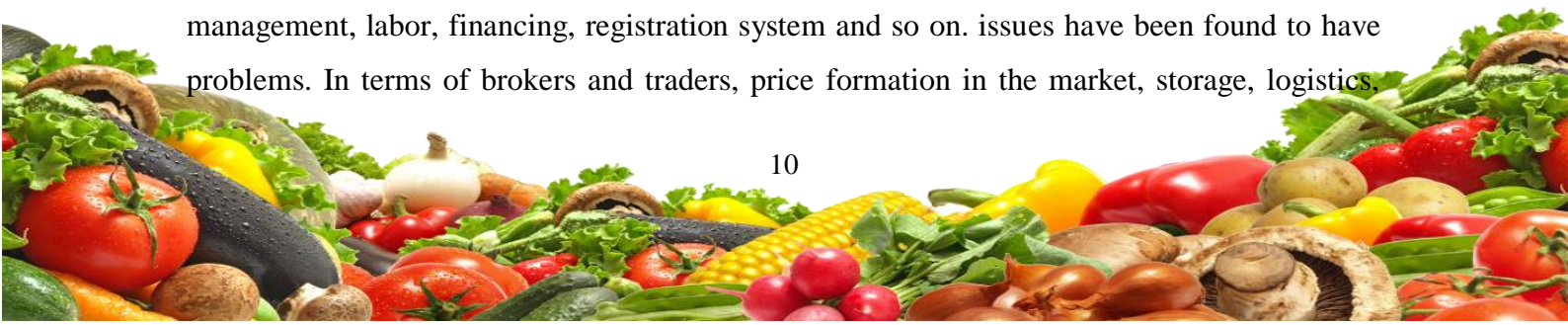
Selçuk Üniversitesi Rektörü



EXECUTIVE SUMMARY

The agricultural sector is important for the sustainability of all sectors as it provides raw material resources to other sectors and demands products from these sectors. The agricultural sector is very important in terms of meeting the food needs of the people, ensuring the continuity of economic activities, the potential of import and export, and creating employment areas. However, demand elasticity is low because agricultural products are mandatory consumer goods. The low elasticity of agricultural products leads to high price fluctuations depending on supply and demand. For this reason, the high prices of agricultural products in peat, the reflection of the share of agricultural products in inflation in the calculation of the "Consumer Price Index" (CPI) product basket draws attention to the fresh fruit and vegetable sector in terms of speculative discourses. In addition to price changes, different cost items in marketing channels cause cost increases. In this project, it is aimed to calculate the costs and changes in the value chain in various marketing channels that occur during the process of reaching fresh fruits and vegetables from producers to consumers. In order to form the basis of the project, all stakeholders were brought together in the workshop to discuss problems and solutions for the sector. The identification of problems encountered in the operation in recent years in the agenda, which will be held in the Marketplace Laws arrangements within the scope of fresh fruit and vegetable marketing system in Turkey and to determine the effect of the fluctuations in the price of these problems, this workshop is intended to develop solutions.

Within the scope of the workshop; the socio-economic situation of the producer and producer, the fields of activity of brokers and traders and the effects of stakeholders on the marketing system were evaluated. In addition, the effectiveness of retailers, another stakeholder of the marketing channels, in the fresh fruit and vegetable market was discussed. Production and manufacturer; input procurement, production technique, organization, risk management, labor, financing, registration system and so on. issues have been found to have problems. In terms of brokers and traders, price formation in the market, storage, logistics,



packaging and safe, product losses, notification system, cold chain and air conditioning were discussed. It has been determined that there are problems arising from product procurement and preservation, invoicing, tax, audit and penal transactions in retail sector.

With the suggestions of all stakeholders participating in the workshop, solutions were provided to the problems in the fresh fruit and vegetable sector. The solutions obtained are expected to guide policy-makers and related institutions. We will be glad to see that the workshop achieved its aim and contribute to the national economy. Best regards...

Prof. Dr. Mustafa ŞAHİN

Rector of Selcuk University

