Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde

Sektör Analizleri Projesi

GIDA SEKTÖRÜ

T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü

T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Yayınları
Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi
Gıda Sektörü

Proje Ekibi
Bakanlık
Genel Müdür
Necmettin ERKAN

Proje Koordinatörü
Damla Ebru AKTAŞ, Gümrük ve Ticaret Uzmanı
Proje Ekibi
Baki Engin ÖZER, Gümrük ve Ticaret Uzman Yrd.
Canan YILDIZ, Gümrük ve Ticaret Uzman Yrd.
Kamil TÜRKMEN, Gümrük ve Ticaret Uzman Yrd.
Üniversite
Proje Yöneticisi
Doç. Dr. Nilay ALÜFTEKIN SAKARYA
Proje Ekibi
Uzman Muhammed Emin KARABACAK
Araş. Gör. Semih CEYHAN

Redaksiyon
Elif TURANLIOĞLU

ISBN: 978-605-5254-24-7
Basım Yılı: 2017

Yapım
Uluslararası Piri Reis Kültür Ajansı
Tasarım ve Uygulama: Ezgi Zorlu
Kapak Tasarım: Meltem Yılmaz
Adres: Kazım Özalp Mah. Rabat Sok. No: 27/2 GOP, Çankaya/Ankara
Telefon: 0 312 446 21 56 *Genel Ağ:* www. pirireisajans.com
e-posta: info@pirireisajans.com
Baskı: Mega Basım Yayın San. ve Tic. A.Ş.
Cihangir Mah. Güvercin Cd. No:3/1 Baha İş Merkezi A Blok
Haramidere/İstanbul Sertifika No:12016

İrtibat: Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü
Dumlupınar Bulvarı No: 151
(Eskişehir Yolu 9. Km.) 06800 Çankaya/ANKARA

www.gtb.gov.tr

Bu kitap T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesine hazırlattırılmıştır. Kitabın telif hakkı Bakanlığa, içerik bakımından sorumluluğu Üniversiteye aittir. Kitapta yer alan bilgiler kaynak gösterilerek kullanılabilir.

HALKBANK
Katkılarıyla...

İçindekiler

Takdim / 1
Yönetici Özeti / 3
Giriş / 5
Amaç / 6
Kapsam / 6
Kullanılan Veri Toplama Yöntemleri / 6

BÖLÜM 1
SEKTÖRE / ALT SEKTÖRE İLİŞKİN BULGU VE DEĞERLENDİRMELER

1. Sektörün Tanımı / 10
   1.1. Esnaf ve Sanatkâr Tanımı / 10
   1.2. Kanunlarda Esnaf ve Tacir Ayrımı / 11
   1.3. Esnaf ve Sanatkâr Sektörleri / 12
   1.4. Gıda Sektörü Tanımı ve Esnaf Meslekleri / 13
2. Sektöre İlişkin İstatistiki Veriler / 17
   2.1. Sektörde Faaliyet Gösteren Esnaf ve Sanatkâr Sayıları / 17
   2.2. Esnaf ve Sanatkâr Tescil ve Terkin Sayıları / 18
   2.3. Gıda Sektörü Meslek Büyüme Hızları / 18
   2.4. Sektörde Faaliyet Gösteren Esnaf ve Sanatkârın Cinsiyet ve Yaşı / 20
   2.5. Esnaf ve Sanatkârların Eğitim Durumu / 21
3. Sektörün Bölgeler İtibarıyla Dağılımı / 21
4. Sektörün Ülke Ekonomisindeki Yeri / 24
5. Sektörün İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri / 27
6. Sektörün SWOT Analizi / 30
7. Sektörün Dünyadaki ve İncelenen Ülkelerdeki Durumu / 31
   7.1. Sektörün Dünya, AB ve OECD Ülkelerindeki Genel Durumu / 31
   7.2. Yurt Dışı İnceleme Sonuçları / 35
      7.2.1. İtalya Ziyareti Değerlendirmesi / 35
      7.2.2. İspanya Ziyareti Değerlendirmesi / 38
      7.2.3. Sonuç / 40

8. Sektörde Yer Alan Büyük Ölçekli Şirketler / 40

9. Sektördeki İyi Uygulama Örnekleri / 43

10. Sektörde Faaliyet Gösteren Esnaf ve Sanatkârların Karşı Karşıya Olduğu Sorunlar / 45

10.1. Üretim ve Pazarlama / 45

10.2. Finansman / 45

10.3. İnsan Kaynakları / 46

10.4. AR-GE / 47

10.5. Mevzuat / 47

10.6. Diğer Kurum/Kuruluş ve STK'lar ile Olan İlişkiler / 47

11. Sektöre İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 48

BÖLÜM 2
SEKTÖRDE / ALT SEKTÖRDE YER ALAN MESLEKLERE İLİŞKİN BULGU VE DEĞERLENDİRMELER

1. Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu / 52

1.1. Meslek Tanımları / 52

1.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi / 52

1.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler / 53

1.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı / 56

1.4.1. Fırıncılık / 56

1.4.2. Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı / 56

1.4.3. Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı / 56

1.5. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri / 57

1.6. Meslekteki Üretim Eğilimleri / 57

1.6.1. Kullanılan Gereçler, Teknoloji / 57

1.6.2. Meslekte Üretilen Başlıca Ürünler / 59

1.6.3. Meslekteki Üretim Süreçleri / 60

1.7. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri / 61

1.7.1. Fırıncılık / 61

1.7.2. Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı / 62

1.7.3. Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı / 64

1.8. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi / 65

1.9. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri / 66

1.10. Müşteri Memnuniyet Durumu / 66

1.11. Mesleklerin Rekabet Analizi / 69
1.11.1. Girdi Koşulları / 69
1.11.2. İşletme Stratejisi ve Rekabet Yapısı / 71
1.11.3. Talep Koşulları / 72
1.11.4. İlgili ve Destekleyici Kurumlar / 73
1.11.5. Devlet / 74
1.12. Mesleğin SWOT Analizi / 75
1.13. Mesleğe Özgü Sorunlar / 76
1.14. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 77
2. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu / 78
2.1. Meslek Tanımları / 78
2.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi / 78
2.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler / 80
2.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı / 84
2.4.1. Aktarlık ve Baharatçılık / 84
2.4.2. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik / 85
2.4.3. İyi Suculuk / 85
2.4.4. Kantincilik / 85
2.4.5. Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı / 86
2.5. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri / 86
2.6. Meslekteki Üretim Eğilimleri / 87
2.6.1. Kullanılan Gereçler, Teknoloji / 87
2.6.2. Meslekte Üretilen Başlıca Ürünler / 88
2.6.3. Meslek Süreçleri / 90
2.7. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri / 91
2.7.1. Aktarlık ve Baharatçılık / 91
2.7.2. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik / 92
2.7.3. İyi Suculuk / 94
2.7.4. Kantincilik / 95
2.7.5. Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı / 96
2.8. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi / 98
2.9. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri / 98
2.10. Müşteri Memnuniyet Durumu / 99
2.11. Mesleğin Rekabet Analizi / 101

2.11.1. Girdi Koşulları / 101
2.11.2. İşletme Stratejisi ve Rekabet Yapısı / 103
2.11.3. Talep Koşulları / 104
2.11.4. İlgili ve Destekleyici Kurumlar / 105
2.11.5. Devlet / 107
2.12. Mesleğin SWOT Analizi / 108
2.13. Mesleğe Özgü Sorunlar / 108
2.14. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 110
2.14.1. İyi Suculuk / 111
2.14.2. Kantincilik / 112
2.14.3. Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı / 113
3. Kasaplık Alt Sektör Grubu / 114
3.1. Meslek Tanımları / 114
3.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi / 114
3.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler / 117
3.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı / 121
3.4.1. Balıkçılık / 121
3.4.2. Celeplik / 122
3.4.3. Kasaplık, Sakatatçılık / 122
3.4.4. Şarkütericilik / 122
3.4.5. Tavukçuluk, Yumurtacılık / 123
3.5. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri / 123
3.6. Meslekteki Üretim Eğilimleri / 125
3.6.1. Kullanılan Gereçler, Teknoloji / 125
3.6.2. Meslekte Üretilen Başlıca Ürünler / 126
3.6.3. Meslek Süreçleri / 126
3.7. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri / 129
3.7.1. Balıkçılık / 129
3.7.2. Celeplik / 131
3.7.3. Kasaplık, Sakatatçılık / 132
3.7.4. Şarkütericilik / 133
3.7.5. Tavukçuluk, Yumurtacılık / 135
3.8. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi / 136
3.9. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri / 136
3.10. Müşteri Memnuniyet Durumu / 137

3.11. Mesleğin Rekabet Analizi / 140
3.11.1. Girdi Koşulları / 140
3.11.2. İşletme Stratejisi ve Rekabet Yapısı / 142
3.11.3. Talep Koşulları / 144
3.11.4. İlgili ve Destekleyici Kurumlar / 145
3.11.5. Devlet / 147
3.12. Mesleğin SWOT Analizi / 149
3.13. Mesleğe Özgü Sorunlar / 149
3.14. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 152
4. Lokantacılık Alt Sektör Grubu / 154
4.1. Meslek Tanımları / 154
4.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi / 154
4.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler / 155
4.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı / 158
4.4.1. Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği / 158
4.4.2. Lokantacılık (Kebap, Köfte, Döner ve her türlü yemek) / 158
4.5. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri / 158
4.6. Meslekteki Üretim Eğilimleri / 159
4.6.1. Kullanılan Gereçler, Teknoloji / 159
4.6.2. Meslekte Üretilen Başlıca Ürünler / 160
4.6.3. Meslek Süreçleri / 160
4.7. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri / 161
4.7.1. Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği / 161
4.7.2. Lokantacılık (Kebap, Köfte, Döner ve her türlü yemek) / 162
4.8. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi / 164
4.9. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri / 164
4.10. Müşteri Memnuniyet Durumu / 164
4.11. Mesleğin Rekabet Analizi / 167
4.11.1. Girdi Koşulları / 167
4.11.2. İşletme Stratejisi ve Rekabet Yapısı / 169
4.11.3. Talep Koşulları / 170
4.11.4. İlgili ve Destekleyici Kurumlar / 171
4.11.5. Devlet / 172
4.12. Mesleğin SWOT Analizi / 173

4.13. Mesleğe Özgü Sorunlar / 174
4.14. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 175
5. Pazarcılık Alt Sektör Grubu / 176
5.1. Meslek Tanımları / 176
5.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi / 177
5.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler / 178
5.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı / 181
5.4.1. Kabzımallık / 181
5.4.2. Manavlık / 181
5.4.3. Pazarcılık / 181
5.5. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri / 182
5.6. Meslekteki Üretim Eğilimleri / 182
5.6.1. Kullanılan Gereçler, Teknoloji / 182
5.6.2. Meslekte Üretilen Başlıca Ürünler / 183
5.6.3. Meslek Süreçleri / 184
5.7. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri / 184
5.7.1. Kabzımallık / 184
5.7.2. Manavlık / 186
5.7.3. Pazarcılık / 187
5.8. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi / 188
5.9. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri / 189
5.10. Müşteri Memnuniyet Durumu / 189
5.11. Mesleğin Rekabet Analizi / 192
5.11.1. Girdi Koşulları / 192
5.11.2. İşletme Stratejisi ve Rekabet Yapısı / 193
5.11.3. Talep Koşulları / 194
5.11.4. İlgili ve Destekleyici Kurumlar / 195
5.11.5. Devlet / 196
5.12. Mesleğin SWOT Analizi / 196
5.13. Mesleğe Özgü Sorunlar / 197
5.14. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler / 198
6. Sektördeki İşe Başlangıç Süreçleri / 199
6.1. Giriş / 199
6.2. Esnaf ve Sanatkârların İş Yeri Açarken Başvurduğu Kurum ve Kuruluşlar / 201
6.2.1. Vergi Dairesi / 201

6.2.2. Esnaf ve Sanatkâr Sicili / 202
6.2.3. Meslek Odaları / 203
6.2.4. Belediyeler / 204
6.2.5. Sosyal Güvenlik Kurumu / 205
6.3. İş Yerlerinde Aranacak Asgari Ortak Şartlar / 205
6.4. İş Yerlerinin Sınıflandırılması ve Bu Sınıflandırmalara Göre İstenen Belgeler / 207
6.5. Ek Belgeler / 208
6.6. İş Yeri Açma ve Kuruluş Maliyetleri / 208
6.6.1. Oda ve Sicil Giderleri / 209
6.6.2. Örnek Kuruluş Maliyeti / 213
6.7. Vergiler / 214
6.7.1. Belediye Vergi ve Harçları / 215
7. Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi / 216
7.1. Tarım Sektörü / 216
7.2. Perakende Satış Yerleri / 217
7.2.1. Hanehalkı Tüketim Harcamalarında Gıda Harcamalarının Payı / 218
7.3. Hayvancılık Sektörü / 219
7.4. Süt ve Süt Ürünleri Üretimi / 220
7.5. Şeker Üretim Sektörü / 221
7.6. Ambalajlı Su Sektörü / 222
7.7. Yaş Meyve ve Sebze Sektörü / 224
7.8. Diğer Sektörler / 226
7.8.1. Taşımacılık / 226
7.8.2. Ambalaj Sektörü / 226
8. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi / 226
8.1. İnternet Teknolojisi / 227
8.2. Bilgi Teknolojileri / 229
8.3. Anket Sonuçları / 230
8.4. Esnaf ve Sanatkârların Teknoloji Kullanımında ve Yenilikçilik Kapasitelerinde Karşılaştıkları Problemler / 232
8.5. Esnafların Yenilikçilik ve Teknoloji Kapasitelerini Artırmaya Yönelik Çözüm Önerileri / 234
9. İlgili Kamu Kurum ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Kuruluşları / 236
9.1. Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları ile İlişkiler / 236
9.1.1. TESK ve Meslek Odaları / 236

9.1.2. Federasyonlar Tarafından Gerçekleştirilen Projeler / 237
9.1.3. Meslek Kuruluşları ile İlgili Tespitler / 238
9.1.4. Esnaf Siciline Kayıt Sırasında Yaşanan Problemler / 238
9.2. TESKOMB ve Kredi Kefalet Sistemi / 240
9.3. Türkiye Halk Bankası A.Ş. / 241
9.4. Kamu Kurumları ile Olan İlişkiler / 242
9.4.1. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı / 242
9.4.2. Bakanlık E-Esnaf ve Sanatkâr Veri Tabanı (ESBİS) / 243
9.4.3. Kamu Kurumlarının Rekabete Etkisi / 244
9.5. Maliye Bakanlığı ve Vergilendirme / 244
10. Mesleği İlgilendiren Mevzuat / 245
10.1. Giriş / 245
10.2. Gıda Sektörü Mevzuatı / 246
10.2.1. Türk Gıda Sektörü Mevzuatı / 247
10.3. Esnaf ve Sanatkârlar ile İlgili Mevzuatlar / 248
10.3.1. 4857 Sayılı İş Kanunu / 248
10.3.2. 6098 Sayılı Borçlar Kanunu / 248
10.3.3. 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu / 251
10.3.4. 193 Sayılı Gelir Vergisi Kanunu / 253
10.3.5. 3065 Sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu / 254
10.3.6. 5510 Sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu / 254
10.3.7. 6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu / 255
10.3.8. Esnaf ve Sanatkârlarca Üretilen Mal ve Hizmetlerin Fiyat Tarifeleri Hakkında Yönetmelik / 260
10.3.9. AVM'ler Hakkında Yönetmelik / 262
10.4. Gıda Sektöründe Tüm Meslek Dalları ile İlgili Mevzuat / 270
10.4.1. Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair 5179 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun / 270
10.4.2. 5996 Sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu / 274
10.4.3. 6585 Sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun / 276
10.4.4. 3308 Sayılı Mesleki Eğitim Kanunu / 278
10.4.5. 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun / 282
10.4.6. İş Yeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik / 285
10.4.7. Gıda ve Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzemeleri Üreten İş Yerlerinin Çalışma İzni ve Gıda Sicili ve Üretim İzni İşlemleri ile Sorumlu Yönetici İstihdamı Hakkında Yönetmelik / 292

10.4.8. Ulusal Gıda Kodeksi Komisyonu Yönetmeliği / 292

10.4.9. Gıda Hijyeni Yönetmeliği / 292

10.4.10. Gıda ve Yemin Resmî Kontrollerine Dair Yönetmelik / 293

10.4.11. Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği / 294

10.4.12. Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği / 294

10.4.13. Hijyen Eğitimi Yönetmeliği / 295

10.4.14. Gıda ve Gıda ile Temasta Bulunan Madde ve Malzemelerin Piyasa Gözetimi, Kontrolü ve Denetimi ile İş Yeri Sorumluluklarına Dair Yönetmelik / 296

10.4.15. Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzeme Üreten İşletmelerin Kayıt İşlemleri ile İyi Üretim Uygulamalarına Dair Yönetmelik / 297

10.4.16. Atık Yönetimi Yönetmeliği / 298

10.4.17. Gıda İşletmelerinde Yerel, Marjinal ve Sınırlı Faaliyetlerin Düzenlenmesine Dair Tebliğ / 300

10.5. Gıda Sektörü Özelinde Meslekler ile İlgili Mevzuatlar / 302

10.5.1. Pazarcılık (Manavlık-Kabzımallık) / 302

10.5.2. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik / 314

10.5.3. Kasaplık (Balıkçılık, Celeplik, Şarkütericilik, Sakatatçılık, Tavukçuluk ve Yumurtacılık) / 318

10.5.4. Lokantacılık / 325

10.5.5. Kantincilik / 326

10.5.6. İyi Suculuk / 331

10.5.7. Aktarlık ve Baharatçılık / 333

10.5.8. Un ve Unlu Mamuller / 334

BÖLÜM 3
DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Değerlendirme ve Sonuç / 338

Referanslar / 341

Makaleler ve Kitaplar / 341

Raporlar / 342

İnternet Kaynakları / 343

Tablolar Listesi / 345

Şekiller Listesi / 348

Kısaltmalar / 349

Takdim

Esnaf ve sanatkârlar; toplumun tüm kesimlerine yönelik üretimleriyle ekonomik büyümeye ve sosyal sisteme katkı sağlayan, ekonomik dinamizmin ve canlılığın kaynağını oluşturan, refahı tabana yayan, istihdama önemli bir düzeyde katkı sağlayan, bunların yanında istikrarın da temel mekanizması olarak kabul gören bir kesimdir.

Türkiye'de esnaf ve sanatkârlar; yoğun rekabet ortamına uyum sağlayamama, yeterli sermayeye sahip olmama, değişen tüketici tercihlerine hızlı cevap verememe, yatırım ve istihdam maliyetlerinin yüksek olması, işbirliği ve ortaklık kültürünün gelişmemiş olması, yenilikçilik ve teknoloji kapasitelerinin yetersiz olması, bilgi teknolojileri kullanımının yetersiz olması ve finansmana erişimde sıkıntı yaşama gibi birçok sorunla karşı karşıya kalmaktadırlar.

Esnaf ve sanatkârların değişen ekonomik koşullara ayak uydurabilmeleri için uzun vadeli, gerçekçi, uygulanabilir ve sürdürülebilir politikalarla desteklenmesi gerekmektedir. Bu amaçla esnaf ve sanatkârların faaliyet gösterdiği alanlarda çeşitli araştırma metotlarını içerir kapsamlı inceleme ve analizler yapılarak gelecek vizyonunun ve yol haritasının belirlenmesine ihtiyaç duyulmuştur.

Bu kapsamda Bakanlığımızca Türkiye Halk Bankası A.Ş. sponsorluğunda "Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri" projesi başlatılarak hayata geçirilmiştir. Söz konusu Projenin akademi, kamu ve esnaf kesiminin ortak katkısıyla bilimsel ve objektif bir nitelikte yürütülmesi maksadıyla üniversitelerden hizmet alınmasının faydalı olacağı değerlendirilmiştir. Bu bağlamda esnaf ve sanatkârların faaliyet gösterdiği mesleklerin 8 sektör başlığı altında toplanarak analiz edildiği Proje kapsamında, Gıda Sektörü Analizinde Bakanlığımızca Türkiye Halk Bankası A.Ş. ve Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi ile çalışılmıştır.

Gıda Sektörü Analizi kapsamında sektördeki esnaf ve sanatkâr meslek kuruluşları ile kamu kurum ve kuruluşlarının katılımıyla çok sayıda odak grup toplantıları gerçekleştirilmiş, sektörde yer alan büyük şirketlerle mülakatlar ve esnaf ve sanatkârlara örnek teşkil etmesi amacıyla yerinde iyi uygulama ziyaretleri yapılmış, yurtdışı ziyaretleri ile gidilen ülkelerdeki esnaf ve sanatkârlara dair gerçekleştirilen iyi uygulamalar incelenmiş, kapsamlı bir masa başı literatür taraması yapılmış ve Türkiye genelinde esnaf ve müşteri anketleri yapılmıştır. Yapılan bu yoğun çalışmalar neticesinde sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların hâlihazırda karşı karşıya kaldığı sorunlar tespit edilmiş, bu sorunlara yönelik çözüm önerileri geliştirilmiş ve esnaf ve sanatkârların geleceğe yönelik yol haritalarının oluşturulması amacıyla esnaf ve sanatkârlar, meslek kuruluşları ve kamu kurumları açısından ayrı ayrı yapılması gerekenler tespit edilmiş, ihtiyaç duyulan adımların atılması hedeflenmiştir.

Bu çalışma, kamu ve üniversite işbirliği ile gerçekleştirilmiş ve bu işbirliğinin de çalışmada faydalı sonuçlar ortaya koyduğu görülmüştür. Bu çalışmanın başta esnaf ve sanatkârlarımız olmak üzere, milletimize ve ülkemize hayırlı olmasını diliyor, yoğun mesai harcayan Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğümüz çalışanlarına, Bakanlığımız ile müşterek çalışan Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi'nin kıymetli öğretim üyelerine, Gıda Sektörü Analizi Projesi kapsamında katkı sağlayan tüm kurum ve kuruluşlarla birlikte Projede yer alan tüm ekibe teşekkür ediyorum.

Bülent TÜFENKCİ
Gümrük ve Ticaret Bakanı

Yönetici Özeti

Esnaf ve sanatkârlar; ekonomik büyümeye ve istihdama önemli düzeyde katkı sağlayan bir kesim olarak ülkemizde önemli bir yere sahiptir. Bu önemlerine binaen ülke ekonomisinin ve refah seviyesinin iyileştirilmesine yönelik politikalar geliştirilirken, esnaf ve sanatkârların mevcut durumunu dikkate alarak bu kesime özel çalışmalarla mevcut problemlerinin ve ihtiyaçları ile gelecek dönem yol haritalarının belirlenmesi ihtiyacı doğmuştur.

Esnaf ve sanatkarların zorlu rekabet ortamında ayakta kalabilmeleri için faaliyet gösterdikleri alanlarda çeşitli araştırma metotlarıyla kapsamlı inceleme ve analizler yapılarak esnaf ve sanatkarların gelecek vizyonunun ve bu vizyon kapsamında bir yol haritasının belirlenmesi için çalışmalar başlatılmıştır.

Bu kapsamda, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü, esnaf ve sanatkârların faaliyet gösterdiği sektörlerde detaylı analizler yaparak sektörlerin mevcut durumlarını ortaya koymak ve gelecek projeksiyonlarını çizmek için üniversiteler ile birlikte çalışmalar yürütmektedir.

Bu doğrultuda hazırlanan Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Sektör Analizleri Projesi ile her bir sektörde ayrı bir analiz çalışması yürütülerek faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların mevcut durumları, sorunları, ihtiyaçları ve beklentileri tespit edilmiştir. Bu beklentilere ve ihtiyaçlara çözüm önerileri sunulmuş; esnaf ve sanatkârların rekabet gücünün artırılabilmesi için sektördeki yurt içi ve yurt dışı iyi uygulamaların, yeni akımların, yönetsel ve teknolojik gelişmelerin analizleri yapılmıştır.

Elinizdeki rapor, 8 sektörün içinden *Gıda Sektörü* özelinde Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi ile yapılan "*Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Gıda Sektörü Analizi*" nin sonuç raporudur.

Gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlarımız için bir yol haritası oluşturmak ve onları stratejik hedeflerine taşıyacak noktaları belirlemek için önemli bir adım niteliğinde olan bu çalışmaların, başta esnaf ve sanatkârlarımız olmak üzere Bakanlığımız ve tüm ülkemiz için hayırlı olmasını dileriz.

Giriş

6102 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun 15. maddesinde "ister gezici olsun ister bir dükkânda veya bir sokağın belirli yerlerinde sabit bulunsun, ekonomik faaliyeti sermayesinden fazla bedenî çalışmasına dayanan, sanat veya ticaretle uğraşan kişi" olarak tanımlanan esnaf ve sanatkârlar, sağlamış oldukları üretimle ekonomik büyümeye ve sosyal yaşama katkıda bulunurken ekonomide kılcal damar vazifesi görerek dinamiklik ve canlılığın kaynağını oluşturup istikrarın sürdürülmesinde etkin rol oynamaktadır.

Ülkemizde toplam işletmeler içinde %98, toplam istihdam içinde %60, toplam üretim içinde %37, toplam yatırım içinde %26'lık paya[1] sahip olan esnaf-sanatkâr ve küçük işletmelerin mevcut durumunu tespit etmek ve karşılaştıkları sorunlara çözüm önerileri sunmak oldukça önem taşımaktadır. Bu bağlamda esnaf ve sanatkârların değişen ekonomik koşullara ayak uydurabilmeleri için uzun vadeli, gerçekçi, uygulanabilir ve sürdürülebilir politikalarla desteklenmesi adına esnaf ve sanatkârların faaliyet gösterdiği alanlarda çeşitli araştırma metotlarını içerir kapsamlı inceleme ve analizler yapılması, gelecek vizyonunun ve yol haritasının belirlenmesi için Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü ile Yıldırım Beyazıt Üniversitesi arasında yapılan protokol gereği "ESNAF VE SANATKÂRLAR ÖZELİNDE GIDA SEKTÖRÜ ANALİZİ" projesinin sonucu olarak "GIDA SEKTÖRÜ SONUÇ RAPORU" hazırlanmıştır.

Bu kapsamda gıda sektöründeki mesleklerin tarihsel gelişimi incelenmiş, sektöre ilişkin istatistiki veriler ve sektörün Türkiye'de bölgelere göre dağılımı ve kümelenme potansiyeli değerlendirilmiştir. Sektörün ihracat potansiyeli belirlenmiş, işe başlangıç süreçleri ve sektörde gerekli olan insan kaynağı analizi yapılmıştır. Bu raporda ayrıca sektör ile ilgili belgelendirme süreçleri, esnaf ve sanatkârların kamu kurum ve kuruluşları ile ilişkileri, sektörü ilgilendiren mevzuat, sektöre sunulan teşvik ve destekler, AB'ye katılım süreci ve teknolojik gelişmelerin sektöre etkisi de incelenmiştir. Bununla birlikte 5 alt sektör grubuna özel olarak da meslek tanımları, mesleklerin tarihsel gelişimi, istatistiki verileri ve ekonomideki yeri, mesleklerin bölgelere göre dağılımı, rekabet ve SWOT analizleri, mesleklere özgü sorunlar ve çözüm önerileri sunulmuştur.

[1] https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/tutanak_g_sd.birlesim_baslangic?P4=20567&P5=B&page1=14&page2=14

Amaç

Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Gıda Sektörü Analizi projesinin amacı, Un ve Unlu Mamuller (Fırıncılık, Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı, Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı); Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik (Aktarlık ve Baharatçılık, Bakkallık, Bayilik, Büfecilik, İyi Suculuk, Kantincilik, Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı); Kasaplık (Balıkçılık, Celeplik, Sakatatçılık, Şarkütericilik, Tavukçuluk, Yumurtacılık); Lokantacılık (Kebap, Köfte, Döner ve her türlü yemek, Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği); Pazarcılık (Manavlık, Kabzımallık, Pazarcılık) mesleki dağılımları esas alınarak gıda sektörü için;

- Sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların mevcut durumlarını, sorunlarını, ihtiyaçlarını ve beklentilerini tespit etmek,
- Tespit edilen sorunlara çözüm önerileri geliştirmek,
- Sektörde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların rekabet gücünün artırılabilmesi için, sektördeki yurt içi ve yurt dışı iyi uygulamaları, yeni akımları, yönetsel ve teknolojik gelişmeleri tespit etmek,
- Bu çerçevede sektör vizyonunu ortaya koymak ve sektörü bu vizyona taşıyacak gelişme eksenlerini tanımlamaktır.

Kapsam

Belirtilen amaç doğrultusunda; yukarıda belirtilen mesleki dağılımlar esas alınarak gıda sektörü için, her türlü saha araştırması ve literatür incelemesinin de dâhil olduğu birincil ve ikincil verilerin elde edilmesi, analizi, değerlendirilmesi ve raporlanması işlemleri, projenin kapsamını oluşturmaktadır.

Kullanılan Veri Toplama Yöntemleri

1. Yazılı Kaynakların Taranması

Yazılı kaynakların taranmasının amacı; çalışmanın genel amacına yönelik olarak belirlenecek faaliyet alanları ile ilgili her türlü bilgi, veri ve istatistiği ortaya çıkarmaktır. Bu kapsamda; sektörlerle ilgili kitap, makale, tez, araştırma raporu, periyodik yayınlar, istatistik bültenleri, veri tabanları vb. yerli ve yabancı kaynaklar ile mevzuat taranmış ve "Gıda Sektörüne İlişkin Yurt İçi Mevcut Durum Analiz Raporu" adı ile rapor hazırlanmıştır.

2. Sektörde Faaliyet Gösteren Esnaf ve Sanatkârlara Anket Uygulanması

Sektördeki esnaf ve sanatkârların mevcut durumunun analizi ve belirlenecek faaliyet alanlarına ilişkin sektördeki esnaf ve sanatkârların görüş, sorun ve önerilerini tespit etmek amacıyla ülke genelinde gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlara yönelik olarak %95 güvenirlik düzeyinde ve %3 kabul edilebilir hata aralığında 1,100 adet anket uygulanmış ve anket sonuçları değerlendirilerek, "Gıda Sektörü Esnaf ve Sanatkâr Anketi Sonuç Raporu" adı ile rapor hazırlanmıştır.

3. Sektörün Müşterileri ile Anket Yapılması

Sektörün müşterilerinin görüş, beklenti ve önerilerini tespit etmek üzere ülke genelinde gıda sektöründe esnaf ve sanatkârlar tarafından sunulan ürün/hizmetlerden faydalanan şahıslara yönelik olarak %95 güvenirlik düzeyinde ve %3 kabul edilebilir hata aralığında 1,000 kişiye anket uygulanmış ve anket sonuçları değerlendirilerek "Gıda Sektörü Müşteri Anketi Sonuç Raporu" adı ile raporlanmıştır.

4. Sektörlerin Temsilcileri ile Odak Grup Toplantılarının Yapılması

Sektördeki esnaf ve sanatkâr meslek kuruluşları ve sektörle ilgili kamu kurum ve kuruluşlarının katılımıyla 10 adet odak grubu toplantısı gerçekleştirilmiştir. Odak grup toplantılarında;

- Gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların mevcut durumu, görüşleri, problemleri ve çözüm önerileri tespit edilmiş,
- Sektöre dair SWOT analizleri yapılmış,
- Her bir odak grubu toplantısı detaylı olarak raporlanmış ve odak grup toplantıları değerlendirilerek "Gıda Sektörü Odak Grup Toplantıları Sonuç Raporu" adı ile raporlanmıştır.

5. Sektördeki Büyük Ölçekli Şirketler ile Mülakatlar

İlgili sektörde faaliyet gösteren, çalışan sayısı 50'den fazla olan 8 adet (5'i yerel, 3'ü ulusal/uluslararası olmak üzere) büyük ölçekli şirketin yönetici düzeyinde yetkilileri ile mülakatlar yapılmıştır. Mülakatlar ile sektörde faaliyet gösteren büyük ölçekli şirketlerin;

- Başarı hikâyeleri tespit edilmiş,
- Sektördeki esnaf ve sanatkârlara ilişkin tespit ve değerlendirmeler alınmış,
- Esnaf ve sanatkârlarla mevcut durumda var olan ve gelecekte hayata geçirilebilecek iş birlikleri konusundaki görüş, öneri ve sorunları tespit edilmiş, esnaf ve sanatkârlarla yaşadıkları rekabetlere ilişkin görüşleri ve bakış açıları hakkında bilgi edinilmiştir.

Mülakat çıktıları değerlendirilerek "Gıda Sektörü Büyük Şirketler Mülakat Sonuç Raporu" adı ile raporlanmıştır.

6. İyi Uygulamaların Yerinde İncelenmesi

İlgili sektörde faaliyet gösteren, yenilikçilik ve teknoloji; başarılı büyüme; ortak tedarik ve ortak pazarlama; değişim ve dönüşüm; mevzuata uygunluk ve resmî kurumlarla ortak çalışma alanlarında iyi örnek teşkil eden her birinden ikişer tane olmak üzere ülke genelinde 10 adet işletme belirlenerek yerinde ziyaret gerçekleştirilmiştir. Mülakat çıktıları değerlendirilerek "Gıda Sektörü İyi Uygulama Örnekleri Sonuç Raporu" adı ile raporlanmıştır.

7. Yurt Dışı İncelemeleri

Yurt dışı incelemelerinin genel amacı;

- Sektörün dünyadaki ve AB'deki genel durumunu ortaya koymak,
- Ayrıntılı incelenen ülkelerde, sektörün durumunu belirlemek,
- Bu ülkelerdeki; sektörde yürütülen faaliyetlere, meslek kuruluşları ve kamu kurumlarının rollerine, uygulanan mevzuatlara, kamusal desteklere vb. dair iyi örnekleri tespit etmek,
- Bu iyi örneklerden yola çıkarak, yurt içi mevcut durum analizinde ortaya çıkan sorun ve noksanlıklara yönelik öneriler geliştirmektir.

İncelemeler kapsamında;

- Her türlü yazılı ve dijital kaynak taranarak ilgili sektörün dünyadaki ve AB'deki genel durumu ortaya konulmuş,
- Bu çalışmalar kapsamında elde edilen bilgiler derlenerek detaylı incelenmesinde fayda görülen İtalya ve İspanya ülkeleri belirlenmiş ve bu ülkelere çalışma ziyaretleri gerçekleştirilmiştir.

İncelemeler neticesinde; her türlü bilgi, veri, karşılaştırmalı analiz bilgileri, istatistiki bilgi ve önerileri içerir "İtalya ve İspanya Gıda Sektörü İnceleme Raporu" hazırlanmıştır.

8. Yurt Dışı Yazılı Kaynakların Taranması

Projenin bu ayağında sektörün dünyadaki ve AB'deki genel durumu, yazılı kaynaklar taranarak ortaya konulmuştur. Ülkelerde uygulanan sektöre özgü politikalar ve bu politikaların yarattığı etkiler incelenmiştir. Dünya, AB ve OECD ülkelerindeki genel durum ile ülke incelemelerini içerir "Gıda Sektörü Dünya, AB ve OECD Ülkeleri İnceleme Raporu" hazırlanarak raporlanmıştır.

Bölüm 1

Sektöre / Alt Sektöre İlişkin Bulgu ve Değerlendirmeler

1. Sektörün Tanımı

1.1. Esnaf ve Sanatkâr Tanımı

Küçük ölçekli işletme kavramı az sayıda işçinin çalıştığı, küçük sermayelerle kurulmuş çok küçük ölçeklerde üretim yapan ve düşük cirolara sahip işletmeler için kullanılan bir kavramdır. Bu kavramı tanımlarken belirtilen kıstaslar ülkeye, sektöre ve iş koluna göre farklılıklar gösterebilmektedir. Bazı ülkeler küçük ölçekli işletme tanımını yaparken yüksek sayıda istihdam ve yüksek tutarlarda ciro ölçütü belirlerken, kimi ülkeler de bu ölçütleri daha düşük seviyelerde tutmaktadır. Bu durum ülkelerin ekonomik yapılarına, işletmelerin genel büyüklüklerine ve sosyolojik yapılarına göre değişmektedir.

Türkiye'de farklı kurum ve kuruluşlarca yapılmış çok sayıda esnaf ve sanatkâr tanımı mevcuttur. Bu tanımlar birtakım farklılıklar göstermekle beraber, genel olarak Türkiye'de esnaf kavramı, hizmet ve ticaret sektöründe çalışan ancak gelirleri itibarıyla "tacir" sayılamayacak ölçüde küçük kazançlar elde eden, küçük sermayelerle kurulmuş işletmeleri ifade etmektedir. Sanatkâr kavramı ise, imalat sektöründe faaliyet gösteren, bir sanatı icra eden, ancak imalat kapasite oranları, sermayeleri ve elde ettikleri gelirler bakımından "sanayici" sayılamayacak ölçüde küçük olan işletmeleri ifade etmektedir.

Türkiye'de esnaflık kavramı Anayasa'da yerini almıştır. Anayasa'nın 173. maddesinde, "Devlet, esnaf ve sanatkârı koruyucu ve destekleyici tedbirleri alır" hükmü yer almaktadır. Anayasa'da genel olarak çizilen bu çerçeve ile Türkiye'de esnaf ve sanatkârın ekonomik, sosyal, idari ve politik bakımdan korunması, kollanması ve desteklenmesi öngörülmüştür. Böylece Türkiye'de esnaf ve sanatkâr, Anayasa ile tanımlanan, varlığı ve gerçekliliği kabul görmüş bir toplumsal kesim olarak benimsenmiştir (Şen, 2009[2]).

Türkiye'de esnaf ve sanatkârların farklı yasalarda tanımlarının yapılmış olması ve bazı açılardan bu tanımların farklılıklar barındırması sorun olarak göze çarpmaktadır. Yine de yasalara bakıldığında esnaf ve sanatkârlar ile ilgili en kapsayıcı tanım, temel bir kanun olan **"507 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Kanunu"** ile 1964 yılında yapılmıştır. Buna göre esnaf ve sanatkârlar;

> "İster gezici olsun, ister bir dükkânda veya bir sokağın belli yerinde sabit bulunsunlar, ticareti sermayesi ile birlikte vücut çalışmalarına dayanan ve geliri o yer gelenek ve teamülüne nazaran tacir niteliğini kazanmasını icap ettirmeyecek miktarda sınırlı olan ve bu bakımdan ticaret sicili ve dolayısıyla ticaret ve sanayi odasına kayıtları gerekmeyen, aynı niteliğe (sermaye unsuru olsun, olmasın) sahip olmakla beraber, ayrıca çalıştığı sanat, meslek ve hizmet kolunda bilgi, görgü ve ihtisasını değerlendiren hizmet, meslek ve sanat sahipleriyle bunların yanlarında çalışanlar ve geçimini sınırlı olarak kamyonculuk, otomobilcilik ve şoförlükle temin eden kimseler" şeklinde tanımlanmıştır.

Ancak bu tanım, çeşitli düzlemlerde karışıklıklara neden olmuştur. Bu nedenle daha sonra gözden geçirilmiş ve 07.06.2005 tarihinde **5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu** çıkartılarak tanım yeniden yapılmıştır. Türkiye'de, esnaf ve sanatkâr

[2] Şen, E. (2009). Esnaf Kefalet Kredilerinin Türkiye'deki Mekânsal Dağılışı ve Sonuçları, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü: İstanbul.

tanımı, 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun 3. maddesinde aşağıdaki gibi yapılmıştır;

"Esnaf ve sanatkâr: İster gezici ister sabit bir mekânda bulunsun, Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunca belirlenen esnaf ve sanatkâr meslek kollarına dâhil olup, ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedenî çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabı esasına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanat sahibi kimselerdir."

1.2. Kanunlarda Esnaf ve Tacir Ayrımı

Literatürde ilgili kanun hükümleri incelendiğinde **6102 sayılı yeni Türk Ticaret Kanunu'nun 11. maddesine** göre, ticari işletmenin, "esnaf işletmesi için öngörülen sınırı aşan düzeyde gelir sağlamayı hedef tutan faaliyetlerin devamlı ve bağımsız şekilde yürütüldüğü işletme" olarak tanımlandığı görülmektedir. Ticari işletme ile esnaf işletmesi arasındaki sınır, Bakanlar Kurulunca çıkarılacak kararnamede gösterilmektedir.

6562 sayılı eski Türk Ticaret Kanunu'nda ticari işletme tanımlanmamıştır. Bunun yerine, 11. maddede; ticarethanenin, fabrikanın ve ticarî şekilde işletilen diğer müesseselerin ticarî işletme oldukları belirtilmiştir. 12 ve 13. maddelerde de ticarethane, fabrika ve ticari şekilde işletilen diğer müesseseler belirtilmiştir.

Maddenin gerekçesinde belirtildiği üzere ticari işletmenin bir "işletme" olduğu özellikle vurgulanmıştır. Böylece ticari işletme, iktisat biliminin ve işletme iktisadının "işletme" sinden, **Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun'**un "teşebbüs" ünden ayrılmıştır.

11. maddenin 2. fıkrasında ticari işletme ile esnaf işletmesi arasındaki sınırın, Bakanlar Kurulunca çıkarılacak kararnamede gösterileceği belirtilmektedir.

6102 sayılı yeni Türk Ticaret Kanunu'nun 15. maddesinde esnaf "İster gezici olsun ister bir dükkânda veya bir sokağın belirli yerlerinde sabit bulunsun, ekonomik faaliyeti sermayesinden fazla bedenî çalışmasına dayanan ve geliri 11. maddenin ikinci fıkrası uyarınca çıkarılacak kararnamede gösterilen sınırı aşmayan ve sanat veya ticaretle uğraşan kişi olarak tanımlanmıştır. Ancak, tacirlere özgü 20. ve 53. maddeler ile Türk Medeni Kanunu'nun 950. maddesinin 2. fıkrası hükmü bunlara da uygulanır." şeklinde belirtilmektedir. Yukarıda belirtilen, 15. maddede atıf yapılan tacirlere özgü 20. madde, ücret isteme hakkı; 53. madde ise işletme adı tescili ile ilgili hükümleri içermektedir.

5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun 3. maddesinde belirtilen işletme hesabı esasına göre deftere tabi kimselerin kimler olabileceğini görmek için Vergi Usul Kanunu'nun "İkinci Sınıf Tüccarlar" başlıklı 178. maddesine bakmak gerekmektedir. 178/1 maddeye göre Vergi Usul Kanunu'nun 177. maddesinde yazılı bulunan 1. sınıf tüccarların dışında kalan tüccarlar 2. sınıf tüccarlardır. Bunlar işletme hesabı esasına göre defter tutarlar.

2015 yılı için belirlenen kriterlere göre;

- Satın aldıkları malları olduğu gibi veya işledikten sonra satan ve yıllık alımlarının tutarı 160.000,00 TL veya satışları 220.000 –TL'yi aşanlar,

- Birinci bentte yazılı olanların dışındaki işlerle uğraşıp da bir yıl içinde elde ettikleri gayrisafi iş hasılatı 88.000 –TL'yi aşanlar;
- 1 ve 2 numaralı bentlerde yazılı işlerin birlikte yapılması hâlinde 2 numaralı bentte yazılı iş hasılatının beş katı ile yıllık satış tutarının toplamı 160.000 –TL'yi aşanlar;

birinci sınıf tüccar; bunların dışında kalanlar ise 2. sınıf tüccarlardır ve işletme hesabı esasına göre defter tutmalıdırlar.

Bakanlar Kurulunun 21.07.2007 tarih ve 26589 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan 2007/12362 sayılı kararı ile "Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayicinin Ayrımına İlişkin Karar" yürürlüğe konulmuştur.

Buna göre;

5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun 3. maddesinin 1. fıkrasının (a) bendi ve 63. maddesi ile 6762 sayılı Türk Ticaret Kanunu'nun 12. ve 17. maddelerinin uygulaması bakımından;

1. Esnaf ve sanatkâr sayılacaklar ile esnaf ve sanatkâr siciline ve dolayısıyla esnaf ve sanatkârlar odalarına kaydedilecekler;

Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunun tespit edeceği ve Resmî Gazete'de yayımlanacak esnaf ve sanatkâr meslek kollarına dâhil olup, ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedeni çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunanlardan 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nun 177. maddesinin 1. fıkrasının (1) ve (3) numaralı bentlerinde yer alan nakdi limitlerin yarısını, (2) numaralı bendinde yazılı nakdi limitin tamamını aşmayanlardır.

2. Esnaf ve sanatkâr sicili marifetiyle ticaret siciline aktarılacaklar;

Esnaf ve sanatkâr siciline kayıtlı iken, daha sonraki yıllarda yıllık alış veya satış tutarları ya da gayrisafi iş hasılatı, esnaf ve sanatkâr sayılma hadlerini aşanlar, kendileri istemedikçe ticaret siciline ve dolayısıyla Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği bünyesindeki odalara kayıt için zorlanmayacaktır. Fakat yıllık alış veya satış tutarları ya da gayrisafi iş hasılatı esnaf ve sanatkâr sayılma hadlerinin altı katını aşanların kayıtları, sicil marifetiyle ticaret siciline aktarılır.

3. Tacir ve sanayici sayılacaklar;

213 sayılı Vergi Usul Kanunu'na istinaden birinci sınıf tacir sayılan ve bilanço esasına göre defter tutanlar ile işletme hesabına göre defter tutan ve bu yukarıda belirtilen esnaf ve sanatkâr sayılmayacaklar ile esnaf ve sanatkâr siciline ve dolayısıyla esnaf ve sanatkârlar odalarına kaydedilecekler dışında kalanlar tacir ve sanayici sayılacaklar, ticaret siciline ve dolayısıyla Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğinin bünyesindeki odalara kaydedileceklerdir.

1.3. Esnaf ve Sanatkâr Sektörleri

Esnaf ve sanatkârlar imalat ve tamiratla ilgili olan meslek kolları ve hizmetle ilgili olan meslek kolları olmak üzere iki ayrı kategoride değerlendirilebilir. Bu sınıflama aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Tablo 1. Esnaf ve Sanatkâr Kolları[3]

	ESNAF VE SANATKÂR KOLLARI
A	İMALAT VE TAMİRATLA İLGİLİ MESLEK KOLLARI
1	Madenî Eşya ve Makina
2	Oto ve Diğer Motorlu Taşıtları
3	Elektrik ve Elektronik Aletler
4	Metalden Başka Maddelerden Mamul Eşya
5	Ağaçtan Mamul Eşya
6	Deri ve Deriden Mamul Eşya
7	Yapı Sanatları
8	Her Türlü Dokuma, Giyim, Mensucat ve Örgülük Eşya
9	Kâğıt, Kırtasiye ve Basımla İlgili Sanatlar
10	Spor Alet ve Sıhhi Malzemeler
11	Gıda Maddeleri
12	Lastik, Plastik, Polyester ve Benzeri Maddelerden Mamul Eşya
13	Camdan Eşya
B	HİZMETLE İLGİLİ MESLEK KOLLARI
1	Gıda Maddeleri ile İlgili Hizmetler
2	Ulaştırma Hizmetleri
3	Haberleşme, Dinlenme, Barınma ve Eğlence Hizmetleri
4	Sağlık, Temizlik, Güzellik ve Bakım Hizmetleri
5	Giyim ve Kuşamla İlgili Hizmetler
6	Kâğıt, Kırtasiye ve Basımla İlgili Hizmetler

1.4. Gıda Sektörü Tanımı ve Esnaf Meslekleri

Beslenme, toplum sağlığının korunmasında, ülke ekonomisinde ve kalkınmada temel işlevlerden birisi olup bu işlevi sağlayan besin elementleri, besin elementlerini içeren işlenmiş ve doğal hâldeki hayvansal, bitkisel ve sentetik kökenli yenilebilir ve içilebilir karakterli maddeler ***gıda*** olarak tanımlanmaktadır.

Tarım sektöründen sağladığı bitkisel ve hayvansal ham maddeyi, uyguladığı bir veya birden fazla işlemle, raf ömrü uzun ve tüketime hazır ürünlere dönüştüren sanayi koluna ***gıda sektörü*** adı verilmektedir.

[3] 21.05.2016 tarihli ve 29718 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulu Kararı ile esnaf ve sanatkâr meslek kolları yeniden düzenlenmiştir. Düzenleme 21.11.2016 tarihi ile yürürlüğe girmiştir.

Gıda sektöründeki esnaf ve sanatkârların faaliyet gösterdiği tüm meslekler aşağıda sıralanmıştır:

Tablo 2. Gıda Sektöründeki Meslekler[4]

	ALT SEKTÖR	MESLEK
KAPSAM İÇİ MESLEKLER	GIDA MADDELERİ İLE İLGİLİ HİZMETLER	Bakkallık, Bayilik, Büfecilik
		Pazarcılık
		Lokantacılık (Kebap, Köfte, Döner ve her türlü yemek)
		Fırıncılık
		Kasaplık, Sakatatçılık
		Kantincilik
		Manavlık
		Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı
		Kabzımallık (sebze meyve toptancısı, komisyoncusu)
		Celeplik
		Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı
		Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği
		Balıkçılık
		Tavukçuluk, Yumurtacılık
		İyi Suculuk
		Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı
		Aktarlık ve Baharatçılık
		Şarkütericilik
KAPSAM DIŞI MESLEKLER		Besicilik
		Kuru Bakliyat Satıcılığı
		Çorbacılar - İşkembeciler
		Aşçılık (Sıcak ve Soğuk Mutfak ve Tabldot)
		Balık Çiftliği İşletmeciliği
		Çevirme Piliç Satıcılığı
		Su Ürünleri Avcılığı ve Satıcılığı
		Arıcılık

[4] 21.05.2016 tarihli ve 29718 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulu Kararı ile esnaf ve sanatkâr meslek kolları yeniden düzenlenmiştir. Düzenleme 21.11.2016 tarihi ile yürürlüğe girmiştir.

	ALT SEKTÖR	MESLEK
KAPSAM DIŞI MESLEKLER	GIDA MADDELERİ	Pastanecilik (Pasta, Börek, Tatlı v.b. İmal ve Satıcılığı)
		Aperatif Yiyecek Maddeleri İmal ve Satıcılığı (Tantuni, Ciğer, Kokoreç, Midye, Gözleme, Katmer, Dürüm, Sıkma, Çiğköfte v.b.)
		Pide, Lahmacun vb. İmal ve satıcılığı
		Kuruyemiş İmal ve Satıcılığı
		Mandıracılık (Et, Süt, Yoğurt ve Mamulleri İmal ve Satıcılığı)
		Yufka ve Kadayıf İmal ve Satıcılığı
		Simit, Poğaca, Çörek vb. Maddeler İmal ve Satıcılığı
		Zeytin, Zeytinyağı İmal (Yağhane İşletmeciliği) ve Satıcılığı
		Un Değirmenciliği
		Muhallebi, Dondurma vb. İmal ve Satıcılığı
		Et ve Et Ürünleri İşletmeciliği
		Şeker ve Çikolata İmal ve Satıcılığı
		Her Çeşit Yemek Hazırlama, Pişirme ve Servisi
		Gazoz ve Diğer Meşrubat İmal ve Satıcılığı
		Yem Değirmenciliği
		Turşu, Konserve ve Salamura İmal ve Satıcılığı
		Bal ve Bal Ürünleri İmal ve Satıcılığı
		Helva, Pişmaniye, Lokum İmal ve Satıcılığı
		Şıra, Şalgam ve Meyve Suyu, Boza vb. İçecek İmal ve satıcılığı
		Pekmez, Pestil, Ağda, vb. Maddeler İmal ve Satıcılığı
		Tuz Değirmenciliği
		Mantar Üretimi ve Satıcılığı
		Sucuk Pastırma, Çemen, Salam Sosis vb. Maddeler İmal ve Satıcılığı
		Nebati Yağ İmal ve Satıcılığı
		Çay Paketlemeciliği
		Ekmek Mayası İmal ve Satıcılığı
		Buz İmal ve Satıcılığı
		Dondurma Külahı İmal ve Satıcılığı
		Şarap İmal ve Satıcılığı
		Seracılık (Sera Ürünleri Yetiştiriciliği)
		Bisküvi İmal ve Satıcılığı

"Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Gıda Sektörü Analizi" projesi kapsamında incelenmek üzere belirlenen kapsam içi 18 meslek, aşağıdaki şekilde 5 ana alt meslek grubuna ayrılmıştır ve analizler bu kategoriler üzerinden yapılmıştır:

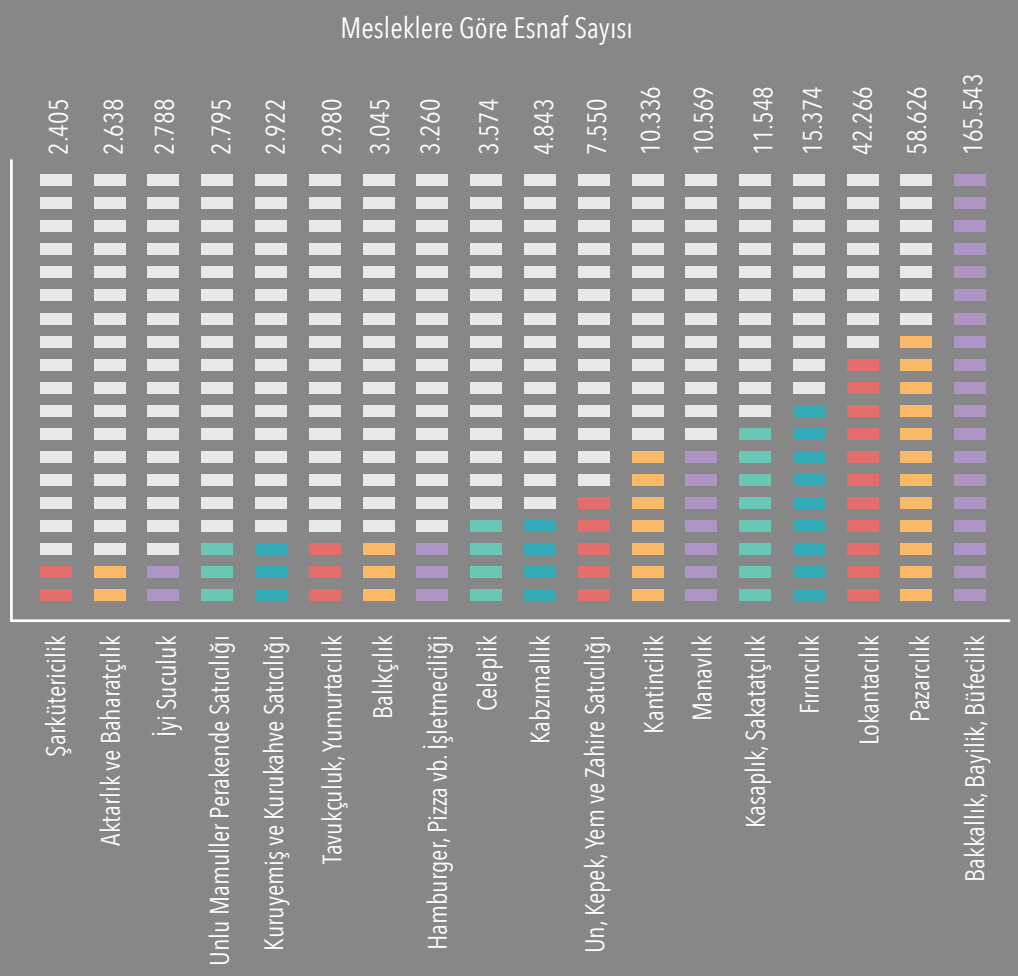
1. Un ve Unlu Mamuller
   a. Fırıncılık
   b. Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı
   c. Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı
2. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik
   a. Aktarlık ve Baharatçılık
   b. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik
   c. İyi Suculuk
   d. Kantincilik
   e. Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı
3. Kasaplık
   a. Balıkçılık
   b. Celeplik
   c. Kasaplık, Sakatatçılık
   d. Şarkütericilik
   e. Tavukçuluk, Yumurtacılık
4. Lokantacılık
   a. Lokantacılık (Kebap, Köfte, Döner ve her türlü yemek)
   b. Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği
5. Pazarcılık
   a. Manavlık
   b. Kabzımallık (sebze meyve toptancısı, komisyoncusu)
   c. Pazarcılık

2. Sektöre İlişkin İstatistiki Veriler

2.1. Sektörde Faaliyet Gösteren Esnaf ve Sanatkâr Sayıları

Proje özelinde belirlenen 18 meslek grubu incelendiğinde 2015 yılı Eylül ayı itibarıyla toplam 353.062 esnaf ve sanatkâr bu mesleklerde faaliyetlerini sürdürmektedir. Aşağıdaki grafikte de özetlendiği üzere gıda sektörünün çok büyük bir kısmını bakkallar, pazarcılar ve lokantacılar teşkil etmektedir. Gıda sektöründeki esnafların yarısına yakınını bakkal, bayi ve büfeciler oluşturmaktadır (165.543). Pazarcılık ve lokantacılık da bu meslekten sonra en yaygın olarak görülen meslek grupları olmuştur (sırasıyla 58.626 ve 42.266).

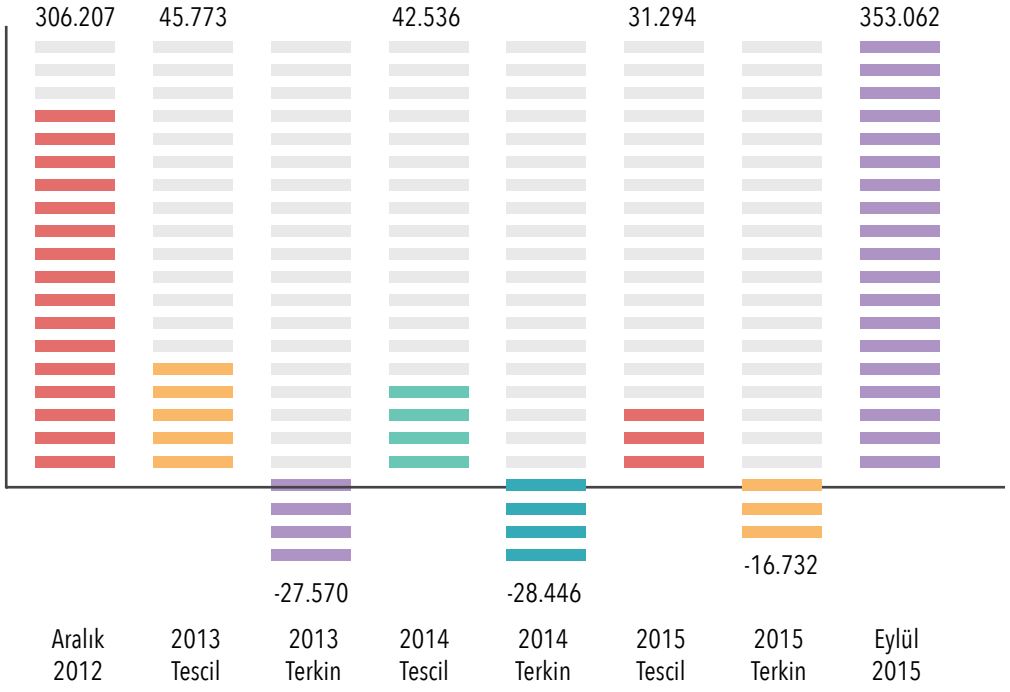
Şekil 1. Mesleklere Göre Esnaf Sayıları



2.2. Esnaf ve Sanatkâr Tescil ve Terkin Sayıları

Yıllara göre bu meslek gruplarının açılış/kapanış oranları incelendiğinde 2012 senesinin sonunda 306.207 olan toplam esnaf sayısının, 2015 yılı Eylül ayında 353.062'ye yükseldiği görülmektedir. Bu süre zarfında toplam tescil sayısı 119.603, terkin sayısı ise 72.748 olmuştur. Bu rakamlar göstermektedir ki gıda sektöründe çok sayıda açılış ve kapanış gerçekleşmekte, sektörde yoğun bir sirkülasyon gözlemlenmektedir.

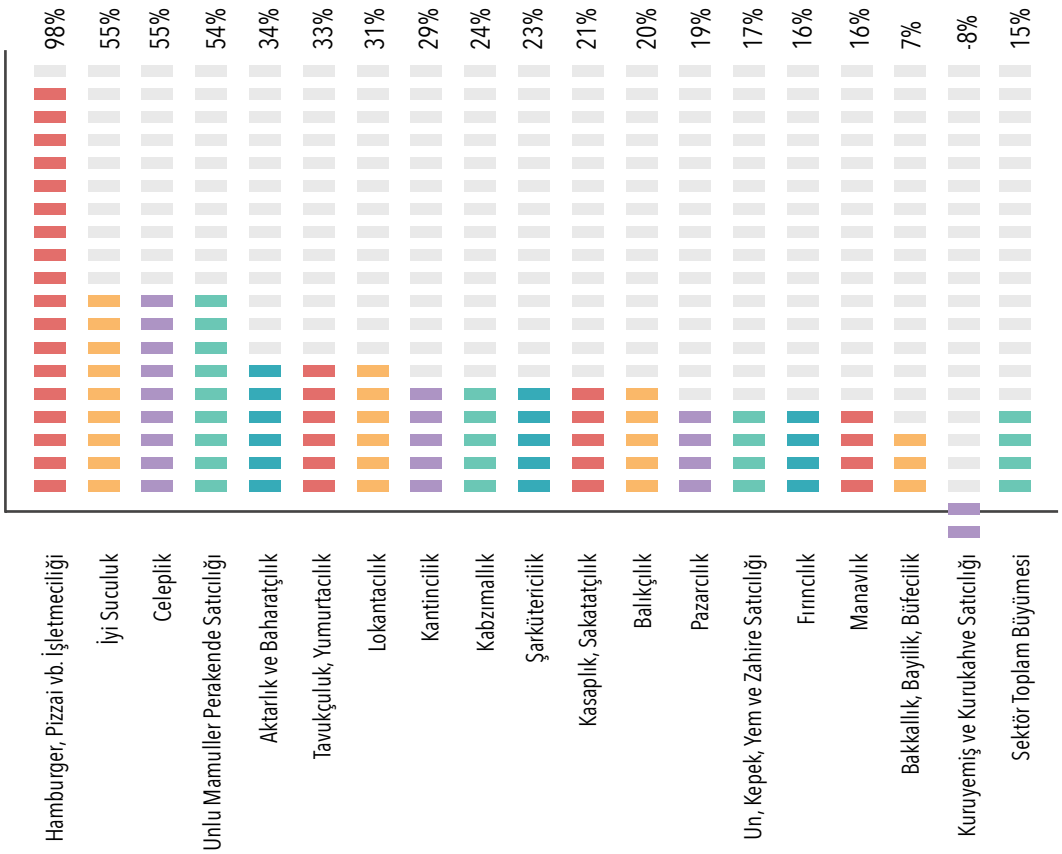
Şekil 2. Gıda Sektörü Tescil ve Terkin Sayıları 2013-2015



2.3. Gıda Sektörü Meslek Büyüme Hızları

2013-2015 yılları arasında sektörde sayısı azalan tek meslek grubu kuruyemiş ve kuru kahve satıcılığı olmuştur. Sektördeki en yüksek oranda sayı artışı olan meslek grubu ise %98 büyüme ile hamburger, pizza, tost, kumpir vb. işletmeciliği olmuştur. Aşağıdaki şekil, sektör büyüme oranlarını özetlemektedir:

Şekil 3. Gıda Sektörü Meslek Büyüme Hızları 2013-2015

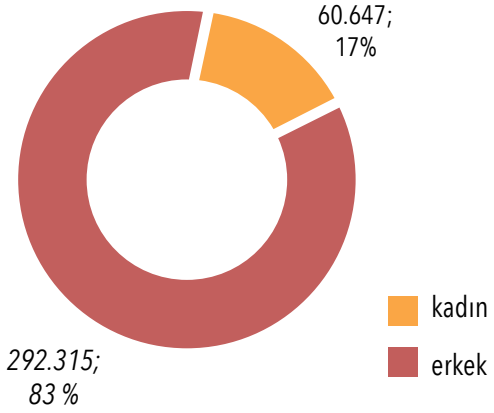


Grafik değerlendirildiğinde sektörün çoğunluğunu oluşturan bakkallık, bayilik ve büfecilik mesleğinin büyüme hızının (%7) diğerlerine oranla düşük olduğu gözlemlenmiştir. Bunun nedeninin sektördeki bakkal sayısının doyum noktasına ulaşmış olması olduğu söylenebilir. Yine sayı olarak fazla olan pazarcı esnafının mesleğinde ortalama bir artış sergilenmiştir (%19). Sektörün toplamının büyümesi %15 olarak gerçekleşse de meslek bazında değerlendirme yapıldığında ortalama büyüme rakamı %30 olarak gerçekleşmiştir. Lokantacılık mesleğinin büyümesi de bu orana yakın olmuştur (%31). Sayı bakımından yüksek olmakla birlikte lokantacılık sektörü, pazarcılık ve bakkal-bayilik mesleklerine göre daha hızlı bir ivme ile büyümektedir.

Sektörün son iki yılda en çok ilgi gören meslekleri ise hamburger, pizza, tost, kumpir vb. işletmeciliği (%98), iyi suculuk (%55), celeplik (%55), unlu mamuller perakende satıcılığı (%54) ve aktarlık (%34) olmuştur. Bu durum öncelikle ülkemizde artan fast-food tüketimine ve paketlenmiş hazır su tüketimine bağlanabilir. Ayrıca ülkemizde unlu mamullere ve aktarlara olan talebin de artmakta olduğunu söyleyebiliriz.

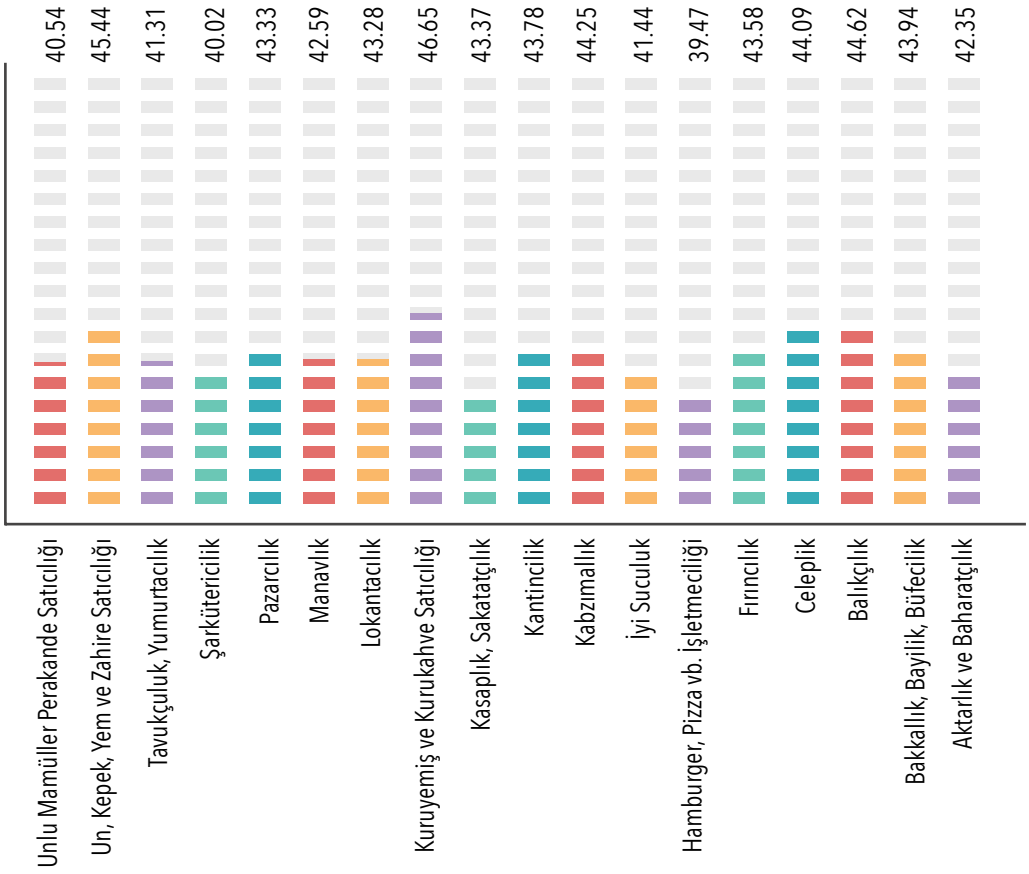
2.4. Sektörde Faaliyet Gösteren Esnaf ve Sanatkârın Cinsiyet ve Yaşı

Şekil 4. Gıda Sektörü Kadın / Erkek Oranı



Gıda sektöründeki cinsiyet dağılımına bakıldığında esnafların %83'lük kısmını erkekler oluşturmaktadır.

Şekil 5. Gıda Sektörü Mesleklere Göre Yaş Ortalamaları

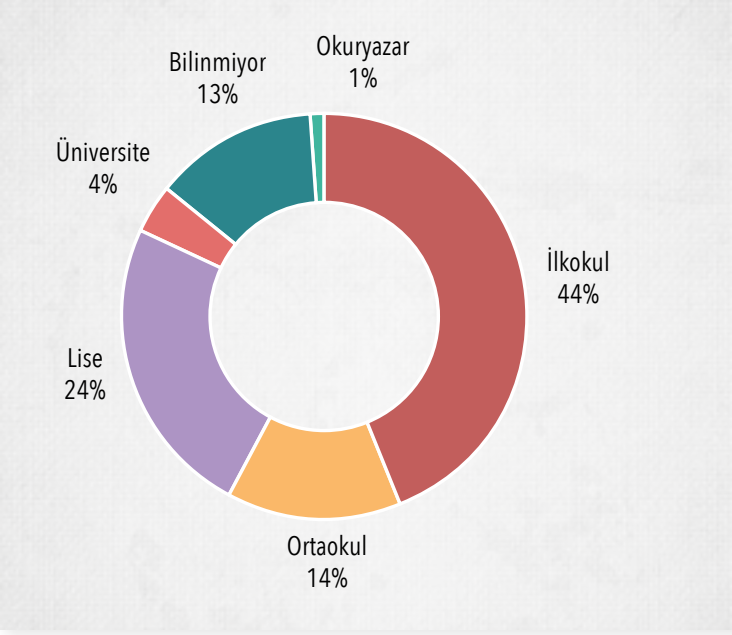


Mesleklere göre yaş ortalamaları incelendiğinde ise sektör genelinde yaş ortalamasının 43,6 olduğu gözlemlenmiştir. Bununla birlikte meslekler arasında yaş ortalamaları açısından belirgin bir fark ortaya çıkmamıştır. Sektörün en yüksek yaş ortalaması 46,6 ile kuruyemiş ve kurukahve satıcılığına; en düşük yaş ortalaması ise 39,5 ile hamburger, pizza, tost, kumpir vb. işletmeciliğine ait olduğu belirlenmiştir.

2.5. Esnaf ve Sanatkârların Eğitim Durumu

Sektördeki esnafların %44'ü ilkokul mezunudur. Okuryazar olup ilkokul okumayanların oranı yalnızca %1'dir. Ortaokul mezunlarının oranı %14, lise mezunları oranı %24'tür. Üniversite mezunu olan esnafların oranı ise %4'te kalmıştır.

Şekil 6. Gıda Sektörü Esnafı Eğitim Durumu



3. Sektörün Bölgeler İtibarıyla Dağılımı

İş kümeleri, kendi aralarında bazı benzerlikler, bağlar veya çeşitli ticari ve üretimsel ilişkiler bulunan işletme ve şirketlerin aynı coğrafi alanda faaliyetlerini gerçekleştirmesi yoluyla oluşmaktadır. Kümelenmeye konu edilen işletme ve kuruluşların birbirini tamamlamaları ve kendi aralarında rekabet hâlinde olmaları önemlidir. İş kümeleri sadece küme içinde yer alan işletmelere indirgenemez. Bu şirketlerin yanında, kümenin tamamının ortaya çıkardığı ekonomik değerin oluşmasında katkıları bulunan diğer sektör, kurum ve kuruluşlar da küme içerisinde yer alırlar. Örneğin, bir beyaz eşya kümesi ele alındığında, küme sadece bu eşyaları üreten şirketleri değil; tedarikçiler, yan sanayiler, makine üreticileri ve gerekli altyapı imkânlarını sağlayan kurumları da kapsar. Diğer bir deyişle kümelenme, bir sektörün bütün aktörlerinin aynı bölgede yer almasına verilen ad olarak da kabul edilebilir.

Türkiye'de hâlihazırda uluslararası rekabetçiliği geliştirmek adına kümelenme çalışmaları yapılmaktadır. Ekonomi Bakanlığı ihracatı arttırmak amacı ile kümelenme organizasyonlarına destek vermektedir. Bu amaçlar doğrultusunda firmaların, Ekonomi Bakanlığının ve iş birliği kuruluşlarının (ihracatçı birlikleri, ticaret ve sanayi odaları, organize sanayi bölgeleri vb.) beraber hareket ettiği bir sistem oluşturulmuştur. Bu bağlamda; ihtiyaç analizi, istihdam, eğitim ve danışmanlık programları, yurt dışı pazarlama ve alım heyeti ve son olarak bireysel danışmanlık alt başlıklarından oluşan konularda firmalara kümelenme yolunda verilecek destek kapsamı ve süreci belirlenmiştir.

Türkiye'de yapılan kümelenme projeleri daha çok sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmelere yöneliktir. Bu durum, bu tür desteklerin ve projelerin esnaf ve sanatkârlar özelinde kullanılamayacağı anlamına gelmemelidir. Ancak mevcut durumları ve yapıları itibarıyla esnaf ve sanatkârlar, kümelenme oluşumlarının içinde yer almadan önce çözülmesi gerekli olan birçok sorun ile karşı karşıyadır.

Nitekim AB'de ekonomik faaliyetlerin istatistiki sınıflaması amacıyla hazırlanmış olan NACE meslek kodlamalarının, henüz tam anlamıyla tüm meslekler için tanımlanamamış olması, esnaf ve sanatkârların hangi sektörde faaliyet gösterdiği ve hangi odaya kayıt olması gerektiği ile ilgili karışıklıklara yol açabilmektedir.[5] Bu bağlamda kümelenme olgusunun içinde mutlaka yer alması gereken esnaf odalarının karma ve ihtisas odalar nezdinde mevcut karmaşık yapıları ile yer almaları mümkün gözükmemektedir. Keza, kümelenme yaklaşımının en önemli unsurlarından birisi olan rekabet avantajı yaratma stratejisi, işletmelerin coğrafi bir bölgede yoğunlaşmasını gerektirirken; esnaf ve sanatkârlar her cadde üzerinde kontrolsüzce açılan işletmelerden ve cep marketler ile AVM'lerden şikâyet etmektedir. Dolayısıyla daha önce belirtildiği gibi mevcut durumları, kanun ve uygulamalar ile mevzuatlardan kaynaklanan birçok olumsuzluk nedeni ile esnaf ve sanatkârların kümelenme yaklaşımının içine dâhil edilmesi için henüz çok erkendir.

Tüm bu olumsuzlukların yanında bazı kültürel ve anlayış farklılıklarından dolayı yurt dışında uygulanan kümelenme sistemini mevcut durum analizi yapılmadan ve esnaf ve sanatkârların karşı karşıya kaldığı sorunları çözmeden olduğu gibi Türkiye'ye getirip uygulamak doğru bir yaklaşım olmayacaktır. Ayrıca Türkiye'de işletmeler grup/takım hâlinde hareket etmekten çok, bireysel hareket etme eğilimindedirler. Bu nedenle kümelenme gibi çalışmalara karşı çekince ile yaklaşmaktadırlar. Bu yüzden esnaf ve sanatkârlara yönelik kümelenme çalışmaları için sosyolog, antropolog, küme ve rekabet uzmanları, meslek odaları ve Gümrük ve Ticaret Bakanlığı yetkililerinin yer aldığı bir uzman grubunun Türkiye'ye uygun yapıyı saptaması ve bu yapı çerçevesinde gerekli çalışmaların yapılması çok daha sağlıklı olacaktır.

Kümelenme çalışmalarında işletmelerin ikna süreci, karşılaşılacak en büyük sorundur. Zira esnaf ve sanatkârlarımızın mevcut rekabet ortamı ve ekonomik kaygılarından dolayı kısa vadede somut kazançları hedefleyen bir yapısı mevcuttur. Kümelenme çalışması ise yoğun emek ve büyük bir katılım isteyen türde bir yaklaşımdır. Bu nedenle esnaf ve sanatkârlara uzun vadede kazancın daha büyük olacağı bir şekilde anlatılmalı; gerekiyorsa da kısa vadede devlet hibe ve teşvikleri ile işletmelerin beklentileri karşılanmalıdır. Ancak bu noktada da Halkbank tarafından sunulan krediler dışında esnaf ve sanatkârlara özel olarak tasarlanmış devlet hibe ve teşviklerinin çok sınırlı sayıda olması olumsuz bir durum ortaya koymaktadır.

Doğal yapısı gereği birçok yöremizde esnaf ve sanatkârların bir araya geldiği pazarlar, kapalı çarşılar ve bölgeler mevcuttur. Örneğin; baharatçılar çarşısı, balık pazarı, meyve ve sebze pazarları, vb. Ancak doğal olarak ortaya çıkmış bu yapılar kümelenme değil, yığın

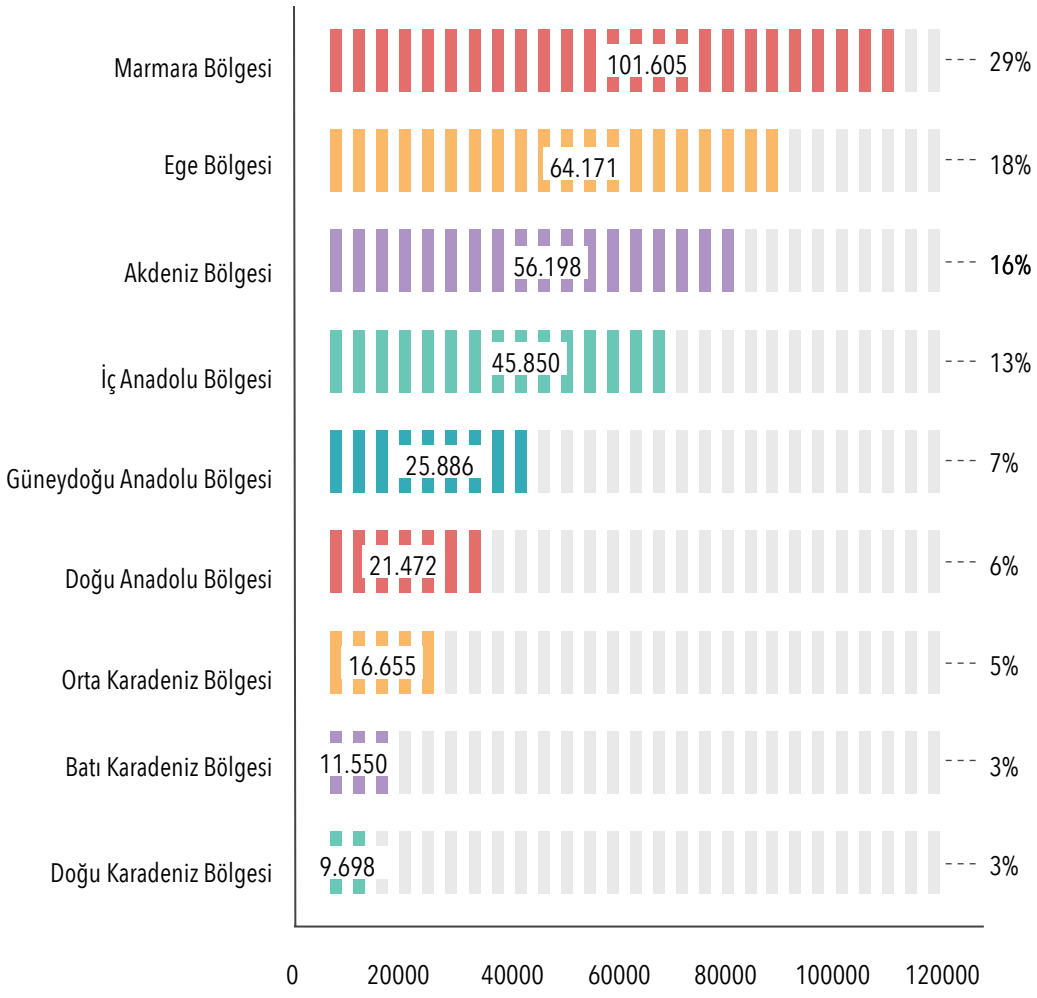
[5] 21.05.2016 tarihli ve 29718 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulu Kararı ile esnaf ve sanatkâr meslek kolları yeniden düzenlenmiştir. Düzenleme 21.11.2016 tarihi ile yürürlüğe girmiştir.

oluşumu olarak adlandırılabilir. Bu oluşumların kümelenme olarak adlandırılabilmesi için işletmeler ile birlikte aynı coğrafi bölge içinde esnaf ve sanatkârlar odalarının, üniversitelerin, tedarikçilerin, araştırma laboratuvarlarının, vb. bu oluşumun içinde yer almaları ve rekabeti arttıracak çeşitli faaliyetleri bir arada yürütmeleri gerekmektedir.

Sonuç olarak esnaf ve sanatkârlara yönelik kümelenme faaliyetlerinin başlangıç noktası, ortak tedarik sistemi adı altında maliyet avantajı yaratmak için toplu tedarik alımı şeklinde oluşturulabilir. Oluşturulacak olan ortak tedarik sistemi kümelenme fikrine alışmak adına esnaf ve sanatkârlar için bir başlangıç aşaması olarak düşünülebilir. Bu sayede maliyet avantajı sağlayacak olan esnaf ve sanatkârlar, daha sonra kümelenme yaklaşımının gerektirdiği tüm unsurlara daha sıcak bakar hâle gelebilecektir.

Aşağıda, il bazında gıda sektörüne göre esnaf ve sanatkâr sayılarından yola çıkılarak bölgeler düzeyinde işletme sayıları hesaplanıp bölgesel dağılımlar yapılmıştır. Bölgesel dağılımlarda Türkiye'deki mevcut 7 bölgeden Karadeniz Bölgesi, bölgesel dağılımlarının daha ayrıntılı oluşturulması için Batı-Orta-Doğu Karadeniz Bölgesi olarak ayrılmıştır.

Şekil 7. Türkiye'de Gıda Sektörü Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgelere Göre Dağılımı



Şekilden de görüleceği üzere gıda sektörü esnaflarının en yoğun olduğu bölge Marmara Bölgesi'dir. Esnafların yaklaşık %29'u bu bölgede faaliyet göstermektedir. Bunu 64.171 esnaf ve %18'lik oranla Ege Bölgesi ile 56.198 esnaf ve %16'lık oranla Akdeniz Bölgesi takip etmektedir. İç Anadolu Bölgesi'nde 45.850 esnaf bulunurken, doğuya gidildikçe bu rakamlar düşmektedir. Güneydoğu Anadolu Bölgesi 25.886, Doğu Anadolu Bölgesi ise 21.472 esnaf ve sanatkâra sahiptir. Karadeniz Bölgesi'nde toplamda 37.903 esnaf bulunurken, bunların 16.665'i Orta Karadeniz'de, 11.550'si Batı Karadeniz'de, 9.698'i ise Doğu Karadeniz'de faaliyet göstermektedir.

4. Sektörün Ülke Ekonomisindeki Yeri

Tablo 3. Maliye Bakanlığı Ciro, Kâr/Zarar Verileri

2014 Maliye Bakanlığı Verileri (milyon TL)							
Meslek	İşletme Sayısı	2014 Ciro	Kâr Beyan	2014 Kâr	Zarar Beyan	2014 Zarar	2014 Net
Bakkallık, Bayilik, Büfecilik	145.752	35.490 ₺	133.429	1.127 ₺	10.637	147 ₺	980 ₺
Un, Kepek, Yem ve Zahire S.	6.659	6.054 ₺	5.790	89 ₺	674	10 ₺	80 ₺
Lokantacılık	36.767	5.092 ₺	29.256	312 ₺	7.089	174 ₺	138 ₺
Kasaplık, Sakatatçılık	10.130	3.544 ₺	8.863	111 ₺	1.119	36 ₺	75 ₺
Pazarcılık	51.532	3.327 ₺	41.171	184 ₺	7.962	66 ₺	119 ₺
Fırıncılık	13.769	2.943 ₺	12.124	152 ₺	1.514	36 ₺	117 ₺
Kuruyemiş ve Kurukahve S.	4.563	1.624 ₺	3.924	42 ₺	582	7 ₺	35 ₺
Kabzımallık	4.343	1.502 ₺	3.509	62 ₺	682	9 ₺	53 ₺
Tavukçuluk, Yumurtacılık	2.594	988 ₺	2.206	25 ₺	285	7 ₺	18 ₺
Kantincilik	9.794	774 ₺	7.417	39 ₺	2.278	35 ₺	4 ₺
Manavlık	9.027	753 ₺	7.912	42 ₺	681	8 ₺	34 ₺
Celeplik	3.015	707 ₺	2.064	19 ₺	718	5 ₺	14 ₺
Şarkütericilik	2.124	705 ₺	1.851	20 ₺	260	3 ₺	16 ₺
İyi Suculuk	2.426	481₺	1.967	25 ₺	427	6 ₺	19 ₺
Balıkçılık	2.723	456 ₺	2.335	25 ₺	329	5 ₺	20 ₺
Unlu Mam. Perakende Sat.	2.405	410 ₺	1.899	19 ₺	478	11 ₺	9 ₺
Aktarlık ve Baharatçılık	2.395	297 ₺	2.035	15 ₺	332	4 ₺	11 ₺
Hamburger, Pizza, Tost..	2.684	199 ₺	2.038	11₺	597	10 ₺	1 ₺
Türkiye Toplam	**312.702**	**65.347 ₺**	**269.790**	**2.321 ₺**	**36.644**	**578 ₺**	**1.743 ₺**

Maliye Bakanlığı 2014 verileri incelendiğinde 2014 yılında en yüksek ciroyu 35,5 milyar TL ile Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik mesleğinin yapmış olduğu gözükmektedir. Bunu 6 milyar TL ile Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı, 5 milyar TL ile Lokantacılık meslekleri izlemektedir. En az hasılat yapan meslekler ise sayılarının da az olması nedeniyle Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği (199 milyon TL) ile Aktarlık ve Baharatçılık (297 milyon TL) olmuştur.

Tablo 4. Maliye Bakanlığı 2014 Kâr / Zarar Oranları

2014 Maliye Bakanlığı Verilerine Göre Meslek Kâr Zarar Oranları				
Meslek	**İşletme Sayısı**	**Kâr Beyan Sayısı**	**Zarar Beyan Sayısı**	**Kâr Eden Firma Oranı**
Bakkallık, Bayilik, Büfecilik	145.752	133.429	10.637	92%
Fırıncılık	13.769	12.124	1.514	88%
Manavlık	9.027	7.912	681	88%
Kasaplık, Sakatatçılık	10.130	8.863	1.119	87%
Şarkütericilik	2.124	1.851	260	87%
Un, Kepek, Yem ve Zahire S.	6.659	5.790	674	87%
Kuruyemiş ve Kurukahve S.	4.563	3.924	582	86%
Balıkçılık	2.723	2.335	329	86%
Tavukçuluk, Yumurtacılık	2.594	2.206	285	85%
Aktarlık ve Baharatçılık	2.395	2.035	332	85%
İyi Suculuk	2.426	1.967	427	81%
Kabzımallık	4.343	3.509	682	81%
Pazarcılık	51.532	41.171	7.962	80%
Lokantacılık	36.767	29.256	7.089	80%
Unlu Mam. Perakende Sat.	2.405	1.899	478	79%
Hamburger, Pizza, Tost...	2.684	2.038	597	76%
Kantincilik	9.794	7.417	2.278	76%
Celeplik	3.015	2.064	718	68%
Türkiye Toplam	**312.702**	**269.790**	**36.644**	**86%**

Maliye verilerine göre kâr beyan eden firmaların sayısı ile zarar beyan eden firmaların sayısı karşılaştırıldığında ise Türkiye genelinde sektör esnafının %86'lık büyük bir kısmının kâr beyan ettiği görülmüştür. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik mesleğinde esnaflar %92 oran-

la kâr beyan ederek en yüksek oranda kâr beyan eden meslek grubu olurken, bunu %88 ile Fırıncılık ve Manavlık meslekleri izlemiştir. Sektör geneline bakıldığında çok az meslek grubunun %20 ve üzerinde zarar beyan ettiği gözlemlenirken bunların en fazlaları %32 ile Celeplik mesleği, %24 ile Kantincilik ve Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği olmuştur.

Tablo 5. 2011-2014 Yılları Arası Zarar Beyan Oranı Değişimi

2011-2014 Yılları Arası Zarar Beyan Oranı Değişim					
					2011-2014
Meslek	2011	2012	2013	2014	% artış
Kabzımallık	13,8%	16,0%	18,4%	19,2%	5%
Hamburger, Pizza, Tost.	18,7%	20,5%	22,0%	24,1%	5%
Lokantacılık	15,4%	17,4%	19,6%	20,4%	5%
Celeplik	27,5%	27,8%	31,7%	31,5%	4%
Tavukçuluk, Yumurtacılık	11,7%	13,0%	15,1%	15,0%	3%
Pazarcılık	17,0%	19,1%	19,6%	20,1%	3%
Un, Kepek, Yem ve Zahire S.	10,4%	11,2%	12,4%	13,1%	3%
Aktarlık ve Baharatçılık	12,4%	13,6%	14,4%	15,0%	3%
Kuruyemiş ve Kurukahve S.	11,4%	12,3%	13,3%	14,0%	3%
Şarkütericilik	10,4%	9,8%	13,4%	12,9%	2%
İyi Suculuk	16,7%	18,1%	19,3%	18,9%	2%
Kantincilik	22,1%	23,1%	23,9%	24,3%	2%
Unlu Mam. Perakende Sat.	18,9%	20,8%	21,2%	21,0%	2%
Fırıncılık	10,2%	10,0%	11,6%	11,9%	2%
Kasaplık, Sakatatçılık	11,4%	11,7%	12,7%	12,5%	1%
Bakkallık, Bayilik, Büfecilik	7,8%	7,4%	7,9%	8,5%	1%
Balıkçılık	14,2%	13,6%	15,3%	14,2%	0%
Manavlık	12,8%	11,9%	12,8%	12,4%	0%
Türkiye Toplam	**11,7%**	**12,2%**	**13,2%**	**13,7%**	**2%**

Türkiye genelindeki sektör esnaflarının Maliye Bakanlığına zarar beyanları incelendiğinde, 2011–2014 yılları arasında %2'lik bir artış olduğu gözlemlenmiştir. Bu süre zarfında

en çok artışı gösteren meslek grupları %5'er artış ile Kabzımallık, Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği ve Lokantacılık olmuştur.

5. Sektörün İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri

1980'li yıllarda başlayan liberalleşme ve ihracat öncülüğünde kalkınma modeli stratejileri, Türk ekonomisinin ve Türk firmalarının dış pazarlara açılmasında en büyük etkenlerden biri olmuştur. Kuşkusuz bu dışa açılma politikası, ülkenin hem ihracat hem de ithalat kapasitelerini ve kabiliyetlerini önemli ölçüde artırmıştır. İhracat ağırlıklı kalkınma politikaları kapsamında, hemen her üründe olduğu gibi bu dönemde dış ticaret rejiminde gıda ürünlerini de kapsayan önemli değişiklikler olmuştur. 1984 yılında gıda ürünlerinin ithalatında uygulanan vergi ve harçlar önemli ölçüde düşürülmüş, doğal olarak bu durum ithalat rakamlarına doğrudan yansımıştır. Rakamlar ayrıntılı olarak incelendiğinde, gıda ithalatının özellikle hayvansal ürünlerde, et ve süt ürünlerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Ancak, özellikle son yıllarda gıda teknolojisindeki gelişmeler sonucunda, gıda sektörünce doğrudan ihracata yönelik üretim oluşturularak sektör, uluslararası piyasalarda rekabet edebilir konuma ulaşmıştır.

Ülkemizin tarım ve gıda sanayi ürünleri ihracatında 1980'li yıllardan sonra özellikle ihracata yönelik modern gıda sanayi tesislerinin kurulmasıyla gıda ihracatı ivme kazanmış olmakla birlikte, geleneksel tarım ürünleri ihracatımızda hâlâ önemli paya sahiptir. Bugün ülkemizde, başta makarna olmak üzere un ve unlu ürünler, dondurulmuş sebze ve meyveler, domates salçası ve konserveler, çekirdeksiz kuru üzüm ve kuru kayısı gibi geleneksel gıda ürünleri, üretimi giderek artan ihraç ürünleri olarak göze çarpmaktadır. Bu bağlamda, son yıllarda ihracat oranındaki payını artıran gıda sektörü, önemli ölçüde ülke ekonomisine döviz girdisi sağlamaktadır (Bulu, Eraslan & Barca, 2007).[6]

Dış ticaretteki esnaf ve sanatkârların katkısı 18 mesleğe göre değerlendirildiğinde ise aşağıdaki bilgilere ulaşılmıştır:

[6] Bulu, M., Eraslan, İ. H., & Barca, M. (2007). Türk Gıda Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi. Afyon Kocatepe Üniversitesi, B.F. Dergisi (C. IX ,S.1, 2007)

Tablo 6. 2015 Yılı Mesleklere Göre Dış Ticaret Bilgileri

2015 Yılı Mesleklere Göre Dış Ticaret Bilgileri				
Meslek	**İhracat Sayısı**	**İhracat Tutarı**	**İthalat Sayısı**	**İthalat Tutarı**
Bakkallık, Bayilik, Büfecilik	2680	$250.980.447	671	$20.667.758
Kabzımallık (sebze meyve toptancısı, komisyoncusu)	3681	$64.755.397	212	$4.298.999
Pazarcılık	558	$7.488.816	502	$25.472.574
Balıkçılık	139	$3.859.773	86	$1.572.983
Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı	54	$3.044.175	231	$11.042.995
Aktarlık ve Baharatçılık	97	$2.026.996	86	$1.913.215
Fırıncılık	22	$1.428.149	96	$2.620.005
Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir v.b. İşletmeciliği	29	$836.239	2	$45.234
Lokantacılık (Kebap, Köfte, Döner ve her türlü yemek)	38	$629.969	51	$951.234
Kantincilik	21	$432.008	17	$11.145
Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı	31	$400.225	207	$8.819.270
Kasaplık, Sakatatçılık	30	$373.335	165	$16.391.653
Manavlık	57	$369.840	21	$488.708
Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı	11	$258.815	15	$242.257
Şarkütericilik	2	$208.422	4	$8.305
İyi Suculuk	1	$46.531	8	$142.305
Tavukçuluk, Yumurtacılık	6	$29.031	29	$1.060.606
Celeplik	0	$0	63	$7.588.215
Türkiye Toplam	**312.702**	**$337.168.168**	**2.466**	**$103.439.488**

Gıda sektörü esnaf ve sanatkârlarının 2015 yılı dış ticaret verileri incelendiğinde, belirli meslekler haricinde ithalat ve ihracat tutarlarının oldukça düşük olduğu gözlemlenmiştir. Yaklaşık 251 milyon dolarlık ihracat ile birinci sırada yer alan Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik, toplamda 2.680 adet ihracat işlemi gerçekleştirmiştir. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik mesleği, yaklaşık 65 milyon dolarlık ihracat ile Kabzımallık mesleği takip etmiştir.

İthalat verileri incelendiğinde en çok ithalatı 25,4 milyon dolar ile Pazarcılık mesleğinin gerçekleştirdiği gözlemlenmiştir. Bunu 20,6 milyon dolarlık ithalat ile Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik ile 16 milyon dolar ile Kasaplık meslekleri izlemiştir.

İthalat ve ihracat rakamlarının illere göre dağılımı incelendiğinde ise Hakkâri ilinde yaklaşık 240 milyon dolarlık bir ihracat yapıldığı gözlemlenmiştir. Toplam ihracatın %71'inin bu ilde gerçekleşmiş olması ilgi çekicidir. Bunu 20 milyon dolar ile Adana ve 19 milyon dolar ile Hatay illeri takip etmiştir.

Tablo 7. 2015 Yılı İllere Göre Dış Ticaret Bilgileri

2015 Yılı İllere Göre Dış Ticaret Bilgileri									
Şehir	İhracat Sayısı	İhracat Tutarı	İthalat Sayısı	İthalat Tutarı	Şehir	İhracat Sayısı	İhracat Tutarı	İthalat Sayısı	İthalat Tutarı
ADANA	1353	$20.236.915	107	$3.505.879	ISPARTA	63	$869.135	3	$7.547
ADIYAMAN	0	$0	1	$1.229	İSTANBUL	561	$8.862.032	663	$28.866.157
AFYON	34	$232.314	6	$549.698	İZMİR	699	$7.343.723	100	$4.435.887
AĞRI	0	$0	177	$5.259.310	K.MARAŞ	0	$0	12	$440.111
AKSARAY	0	$0	3	$805.917	KARAMAN	196	$2.081.699	0	$0
AMASYA	1	$19.110	0	$0	KARS	0	$0	1	$2.043
ANKARA	70	$1.565.731	61	$4.280.609	KASTAMONU	23	$156.600	4	$237.378
ANTALYA	338	$6.741.452	23	$190.649	KAYSERİ	106	$2.773.134	34	$491.432
ARTVİN	0	$0	2	$3.730	KIRKLARELİ	5	$185.287	7	$106.202
AYDIN	107	$7.197.631	4	$13.166	KIRŞEHİR	0	$0	4	$422.144
BALIKESİR	8	$70.053	35	$3.229.928	KOCAELİ	29	$836.239	4	$18.733
BATMAN	0	$0	2	$75.615	KONYA	5	$97.495	3	$430.678
BİLECİK	0	$0	4	$180.422	MALATYA	0	$0	30	$499.755
BİNGÖL	0	$0	2	$225.539	MANİSA	16	$229.191	2	$783.580
BİTLİS	186	$3.485.643	1	$6.670	MERSİN	56	$667.718	36	$753.537
BOLU	0	$0	24	$475.754	MUĞLA	14	$73.674	21	$481.119
BURDUR	0	$0	2	$336.600	NEVŞEHİR	184	$1.761.152	3	$720
BURSA	16	$239.672	312	$15.887.775	NİĞDE	11	$34.340	0	$0
ÇANAKKALE	0	$0	2	$36.443	OSMANİYE	0	$0	1	$45.320
ÇORUM	38	$369.313	34	$3.649.659	RİZE	0	$0	2	$26.566
DENİZLİ	1	$10.760	9	$105.501	SAKARYA	37	$2.287.822	30	$1.808.872
DİYARBAKIR	9	$557.460	31	$2.957.073	SAMSUN	19	$404.563	31	$1.731.306
DÜZCE	1	$3.050	4	$66.950	SİNOP	2	$208.422	4	$253.391
EDİRNE	6	$97.962	1	$40.140	SİVAS	6	$312.501	1	$479
ELAZIĞ	1	$2.000	6	$804.155	ŞANLIURFA	2	$15.952	21	$530.185
ERZURUM	40	$987.912	59	$2.457.043	TEKİRDAĞ	0	$0	7	$36.355
ESKİŞEHİR	0	$0	12	$1.311.872	TRABZON	406	$5.587.712	27	$208.694
GAZİANTEP	71	$1.394.916	40	$2.03.837	UŞAK	0	$0	3	$557.557
GİRESUN	0	$0	3	$260.563	VAN	3	$51.237	175	$804.352
GÜMÜŞHANE	0	$0	5	$613.187	YALOVA	5	$193.146	1	$411
HAKKÂRİ	1637	$239.763.072	52	$6.470.448	YOZGAT	9	$170.514	0	$0
HATAY	1082	$18.950.383	200	$2.630.404	ZONGULDAK	1	$46.531	6	$870.403
IĞDIR	0	$0	6	$124.815					
Türkiye Toplam						**7457**	**$337.168.168**	**2466**	**$103.439.488**

İthalatta ise İstanbul 29 milyon dolar, Bursa 16 milyon dolar ile ithalatı en çok gerçekleştiren iller arasında yer almıştır. Hakkâri ili ithalatta da diğer illere nazaran yüksek bir oranda, yaklaşık 6,5 milyon dolarlık işlem gerçekleştirmiştir. Bunu 5,3 milyon dolar ile Ağrı ve 4,4 milyon dolar ile İzmir takip etmiştir.

Gıda sektörü esnaf ve sanatkârlarının dış ticareti bölgelere göre farklılık göstermektedir. Fakat ihracatın büyük oranda güney sınırı bulunan illerde en yüksek rakamları göstermiş olması ilgi çekici bir sonuçtur.

Bununla birlikte ihracat gerçekleştirebilen esnaf sayısı son derece azdır. 18 meslekte faaliyet gösteren 350 bini aşkın esnaf yalnızca 7.457 adet ihracat işlemi, 2.466 adet ithalat işlemi gerçekleştirmiştir. Bu oranın düşük olması esnafların küçük çapta kaldıklarının göstergesidir. Pek çoğunun mesleği itibarıyla dış ticaret yapması beklenemese de ihracat için esnafların iş birlikleri kurarak kolektif bir şekilde hareket etmesi gerekmektedir.

6. Sektörün SWOT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
• Nüfus artış hızı dolayısıyla Türkiye'de gıda talebinin artış göstermesi • Ülkedeki mevcut tarımsal ürün çeşitliliği • Ülkedeki gıda üretim tesislerinin çoğalması, modernleşmesi • Türk gıda sanayinin, tarımsal ham madde varlığı ve çeşitliliği bakımdan dışa bağımlı olmayan bir potansiyel yapıya sahip olması • Gıda ürünlerinin tüketime özellikle de insan tüketimine yönelik oluşu ve vazgeçilmez nitelik taşımaları nedeniyle yatırımların artması • Tüketim ve satın alma davranışlarındaki değişimlere hızlı olarak yanıt vererek dinamik yapısını koruması • Gıda mevzuatı alanında teknik anlamda AB'ye uyumun sağlanması	• Pek çok gıda ürünündeki fiyat istikrarsızlıkları • Düşük kapasiteli, teknolojik düzeyi düşük işletmeler • Markalaşmanın az olması • Eğitimsiz iş gücü • Yetersiz denetim ve kayıt dışılığın neden olduğu haksız rekabet • Denetim eksikliği • Hijyen konusundaki eksiklikler • Tüketici bilincinin tam olarak oluşmaması ve tüketici gelir düzeyindeki dağılım dengesizliği nedeni ile gıda ürünlerine talebin niteliğinin ve niceliğinin etkilenmesi • Sektörün gelişimi için ara eleman (usta-çırak) eksikliklerinin olması, eğitim ve uzmanlaşma açısından olumlu yapının söz konusu olmaması • İşletmelerde genel olarak gıda güvenliği ve kalite yönetim sistemi uygulamalarının tatmin edici düzeyde olmaması • Üniversite-sanayi iş birliğinden yararlanamama ve yetersiz AR-GE kültürü
Fırsatlar	**Tehditler**
• Turizm sektöründeki büyümenin yiyecek ve içecek sektöründeki tüketimi de artırması • Farklı çeşitlerdeki gıda ürünlerine (organik, dondurulmuş, yöresel vb.) talebin artması • Teknolojik gelişmelere hızlı adaptasyon • Yurt dışı ihracat potansiyelinin yüksek olması • Yeni pazarlama teknikleri (e-ticaret gibi) ve müşteri odaklı pazar stratejileri ile ürünlere yeni ve hızlı pazar alanlarının ortaya çıkması • AR-GE, yurt dışı pazarlarda tutundurma ve markalaşma için destek ve teşviklerin olması • AB'ye uyum amacı ile çıkartılan kanun ve buna bağlı uygulamaların bulunması	• Ekonomik ve siyasi krizlerin sektöre olumsuz etkileri • Yüksek enerji ve ham madde maliyetleri • Küçük ve orta ölçekli işletmelerin büyük firmalara karşı rekabet edememesi • Usta–çırak gibi eleman eksikliklerinin devam etmesi • Sürekli değişen ve istikrarsız tarım politikaları • Gıda alt dallarının bölgesel dağılım dengesizliğinin olması

7. Sektörün Dünyadaki ve İncelenen Ülkelerdeki Durumu

7.1. Sektörün Dünya, AB ve OECD Ülkelerindeki Genel Durumu

Dünyamızda son yıllarda teknolojik, sosyal ve ekonomik değişimlerin gerçekleşmesi çok hızlı olmaktadır. Ekonomilerin küreselleşmesi, devletin ekonomiden geri çekilmesi ve piyasa ekonomisinin tüm coğrafi alanlara ve toplumlara yayılması, tüm işletmeleri, hükümetleri ve aynı zamanda toplumu da etkilemektedir. Bu hızlı değişim, gelişmekte olan ülkelerde ekonomik faaliyetlerin büyük bir oranını oluşturan gıda sektörünü ve gıda ürünlerinin üretiminin gerçekleştirildiği kırsal alanları önemli ölçüde etkilemektedir. Bu nedenle gıda sektörü ile ilgili çalışmaların yapılması ve bu sektöre yönelik politikaların ortaya konması, ülke ekonomisi içinde gıda güvencesinin sağlanması, gıda sektörünün rekabetçi bir yapıya kavuşması ve bu sayede gıda sektöründe faaliyet gösteren tüm aktörlerin kalkınmasının sağlanması açısından önem arz etmektedir.

Öte yandan dünyanın en gelişmiş ekonomileri olan ABD ve AB'de ekonomik büyümenin yavaşladığı ve işsizliğin giderek arttığı görülmektedir. Söz konusu ülkeler ekonomik sorunlarını aşmak amacıyla küreselleşme akımı ile dünya ticaretinde liberalleşmenin sağlanması ve her ülkenin aynı kurallara uyması için Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ), Uluslararası Para Fonu (IMF) ve Dünya Bankası (DB) gibi kuruluşlar kanalıyla çalışmalar yapmaktadır. Özellikle bu kuruluşlar, gelişmekte olan ülkelerden tarımsal desteklerin kaldırılmasını ve tarımsal üretimlerin kısıtlanmasını istemektedir. Tarımsal üretimin kısıtlanması, desteklerin kaldırılması gıda üretimini ve ticaretini doğrudan etkilemektedir.

Diğer yandan küreselleşme ile dünyada gıda konusu önemini artırarak beslenme ve sağlık sorunlarının üretim ve ticarette yeni akımlar oluşturması gündeme gelmiştir. Son dönemde giderek daha yoğun şekilde karşımıza çıkan "İyi Tarım Uygulamaları" (Good Agricultural Practice - GAP) ile küreselleşen gıda ticaretinde üretim ve tüketim ekseninde yer alan taraflar (hükümetler, gıda işleme firmaları, çiftçiler, perakendeciler v.b.); gıda güvenliği, gıda güvencesi, kalite ve çevre ile ilgili kaygıların giderilmesi, kısaca tarımsal üretime ilişkin çevresel, ekonomik ve sosyal sürdürebilirliğin sağlanmasını amaçlamaktadır. Bu çerçevede geliştirilen "İyi Tarım Uygulamaları", söz konusu tarafların bir araya gelmesiyle, çiftçi ve hükümetlerin ihtiyaçlarının giderilmesi ve gıda işleme zincirinde uygulanması gereken işlemler üzerine odaklanmıştır.

Genel olarak gıda tüketimi;

- Taze ve dondurulmuş gıdalar, hazır yemekler, su ürünleri, beyaz et ürünleri,
- Organik gıda ve tüketilmeye hazır/ısıtılan gıdalar,
- Doğal katkı maddeleri ya da daha az kimyasal katkı maddesi kullanılan gıdalar,
- Düşük tuz, şeker, asit, yağ içeriği olan ürünler,
- Tatlandırıcılar,
- Sağlıklı ve fonksiyonel gıdalar,
- Sağlık ve besleyici özelliklerinin etiket üzerinde yer aldığı gıdalar,

- Küçük ambalajlı ürünler,
- Markalı ve kalite olgusunun öne çıktığı ürünler yönüne doğru gitmektedir.

Bu çerçevede sanayi üretimi, şekil alarak artan ve değişen talebi karşılama yönünde çalışmalarını yapmaktadır. Dünyada gelişen trend ise tüketicilerin kaliteli ürünleri uygun fiyatlarla satın almalarını sağlayan, korumacılıktan arındırılmış serbest pazar ekonomisinin yerleşmesi yönünde düzenlemelerin yapılmasıdır. Dolayısıyla bundan sonra Türkiye'de politikalar belirlenirken kalite, verimlilik ve fiyat konularında dünya pazarlarında rekabet gücü yüksek bir ülke olmamızı sağlayacak düzenlemelere yer verilmelidir.

Günümüzde 361 milyar ABD doları büyüklüğünde olan dünya gıda ticareti içinde, Türkiye %1 gibi oldukça düşük bir pay almaktadır. Sektör içinde önemli yer işgal eden bitkisel yağlar, hububat, süt ürünleri ve tavuk etinde ise ülkemizin payı %0,1 gibi çok daha düşük orandadır. Dünya ticaretinde 60 milyar ABD dolarının üstünde ihracata ulaşan su ürünleri ihracatında payımız sadece %0,3'tür. Dünyada talebi giderek artan ve ülkemiz koşullarının üretimine elverişli olduğu organik tarım ürünlerinin dünya ihracatı ise 21 milyar ABD dolarının üstündedir ve ülkemiz ihracatının payı sadece %0,2'dir.

Dünyanın en önemli ekonomik ve sosyal birleşmesi olan ve sahip olduğu nüfus ve ekonomik karakteri ile uluslararası ticareti etkileyen AB'de, gıda sanayi önemli bir yere sahiptir. Bu sektörde elde edilen katma değer, yaklaşık olarak ulaştırma ve kimya sanayisinin katma değerine eşit durumdadır. Nitekim AB'de gıda sektöründe en yüksek katma değer yaratan ülkeler sırasıyla Almanya (%23,2), İngiltere (%19,49), Fransa (%17,2), İspanya (%12) ve İtalya (%10,3)'dır.

Sektörde meydana gelen bazı ufak dalgalanmalara karşın genelde üretim, tüketim ve dış ticaret fazlası artmaktadır. Buna karşılık sektörün istihdam oranında azalma gözlenmektedir. Bu da birim iş gücü başına verimlilikte artış olduğunu ortaya koymaktadır. Sektörde çalışanların sayısı dikkate alındığında, işletmelerin ezici çoğunluğunun 20 kişiden az işçi istihdam ettiği görülecektir. Bu durum Avrupa Birliği'nde KOBİ'lere verilen önemin nedenini ortaya koymaktadır. Bununla birlikte sektörde çalışanların yarıdan fazlasının büyük ölçekli işletmelerde çalışması ve ciro oranının üçte ikisinden fazlasının bu işletmeler tarafından yapılması, sektörün yapısı içinde %1,7 oranında olan sanayi işletmelerinin sektöre ne derece hakim olduklarını göstermektedir.

AB'deki gıda sanayisinde üretim değerlerine bakıldığında, en yüksek üretim değeri et ve süt sanayisinde gerçekleşmektedir. Bunu, endüstriyel ekmekçilik, şekerli ve kakaolu mamuller ve karma yem izlemektedir.

Birleşmiş Milletler'in hazırlamış olduğu "Dünya Nüfus Beklentileri: 2012 Revizyonu" raporuna göre 2012 yılında 7,2 milyar olan dünya nüfusunun, 2025 yılında 1 milyar daha artacağı, 2050'ye gelindiğinde ise 9,6 milyara ulaşacağı tahmin edilmektedir.[7] Artan nüfusla birlikte çevre kirliliği, küresel ısınma ve doğal kaynakların azalması gibi tehditler de göz önünde bulundurulduğunda önümüzdeki yıllarda insanoğlunun gıda ve içecek ihtiyacının

[7] United Nations, Department of Economic and Social Affairs, 2013.

karşılamasının daha da zorlaşacağı, dolayısıyla gıda-içecek sektörünün stratejik öneminin ve büyüme oranlarının dünya genelinde daha da artacağı öngörülmektedir.

Gıda ürünleri ve içecek imalatı sanayisi, sektörün ihtiyacı olan emek-yoğun iş gücünden ve yüksek nüfusun gıda ihtiyacından dolayı son yıllarda büyük oranda gelişmekte olan ülkelere doğru kaymaktadır. Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Örgütü'nün (UNIDO) yayınladığı rapora göre gıda–içecek imalatı sektörü 2013 yılının ikinci çeyreğinde bir önceki yılın aynı dönemine göre dünya genelinde %3 oranında büyüme kaydederken, bu oran gelişmekte olan ülkelerde %7,7'ye kadar çıkmaktadır[8].

Ülkelerin dünya üretimindeki payları incelendiğinde de son yıllarda gelişmekte olan ülkelerin dünya üretimindeki paylarının yükseldiği görülmektedir. Örneğin; Çin 2005 yılında dünya gıda–içecek imalatının %7,1'ini karşılarken, 2011'e gelindiğinde bu oran çok büyük bir artışla %17,1'e yükselmiştir. Çin kadar yüksek oranlarda olmasa da Arjantin, Endonezya, Hindistan, Polonya, Vietnam, Romanya ve Suudi Arabistan gibi ülkeler de dünya üretimindeki paylarını son yıllarda önemli oranda artırmışlardır.

Tablo 8. Gıda-İçecek Sektöründe Öne Çıkan Üretici Ülkelerin Üretim Payları

	Tüm Dünya Ülkelerinde				Gelişmekte Olan Ülkelerde			
	2005		2011		2005		2011	
Sıra	Ülke	Üretim Payı (%)	Ülke	Üretim Payı (%)	Ülke	Üretim Payı (%)	Ülke	Üretim Payı (%)
1	ABD	24	ABD	20,9	Meksika	19,6	Meksika	17,2
2	Japonya	11,3	Japonya	17,1	Brezilya	12,1	Brezilya	11,0
3	Çin	7,1	Çin	8,9	Arjantin	5,7	Arjantin	7,6
4	Almanya	4,8	Almanya	4,2	Endonezya	5,3	Endonezya	6,5
5	Meksika	4,5	Meksika	4,0	Türkiye	4,9	Türkiye	5,1
6	Birleşik Krallık	4,4	Birleşik Krallık	3,5	Hindistan	4,4	Hindistan	4,6
7	Fransa	3,9	Fransa	3,3	Polonya	4,1	Polonya	4,4
8	İtalya	3,0	İtalya	2,6	Tayland	4,1	Tayland	3,8
9	Brezilya	2,8	Brezilya	2,5	G.Afrika	3,0	G.Afrika	2,9
10	İspanya	2,6	İspanya	2,2	S.Arabistan	2,8	S.Arabistan	2,8
11	Kanada	2,2	Kanada	1,9	Kolombiya	2,6	Kolombiya	2,7
12	Rusya	1,9	Rusya	1,8	Filipinler	2,4	Filipinler	2,6
13	Avusturalya	1,6	Avusturalya	1,8	Yunanistan	2,1	Yunanistan	2,1
14	Güney Kore	1,4	Güney Kore	1,5	Şili	1,9	Şili	1,9
15	Arjantin	1,3	Arjantin	1,2		1,8		1,9
.....	Türkiye	1,12	Türkiye	1,02				

Kaynak: (UNIDO, 2013)

[8] United Nations, Department of Economic and Social Affairs, 2013.

Türkiye ise 2005–2011 yılları arasında sektördeki üretim miktarını artırmasına rağmen, dünya genelinde sahip olduğu üretim payında bir düşüş yaşamıştır. 2005'te dünya üretiminin %1,12'sini karşılayan Türkiye, 2011'e gelindiğinde %1,02'ye gerilemiştir. Ancak, mevcut veriler Türkiye'nin özellikle gelişmekte olan ülkeler arasında hâlen önemli bir gıda tedarikçisi olduğunu göstermektedir.

Üretim payları ile beraber 2000'li yıllardan itibaren sektörden elde edilen katma değerin gelişmiş ülkelerden gelişmekte olan ülkelere doğru kaydığı görülmektedir. Dünya genelinde sektörden elde edilen katma değerde AB'nin payı 2000 yılında %26 iken, 2011'de bu oran %20,9'a düşmüştür. Keza aynı yıllar arasında ABD'nin payı da %24'ten, %20,9'a gerilemiştir.[9]

Tablo 9. Gıda-İçecek Sektöründe Önemli Üretici Ülkelerin İhracat Rakamları

Ülkeler	2012 İhracat Değeri (Milyar $)	Dünya Payı		Trend
		2002	2012	
AB-27	98,7	20,5	16,1	-
ABD	73,7	14,4	12	-
Çin	46,4	5,8	7,6	+
Brezilya	45,8	5,4	7,5	+
Tayland	29,9	4,7	4,9	+
Endonezya	28,1	2,3	4,6	+
Hindistan	27,9	2,2	4,5	+
Arjantin	26,8	3,7	4,4	+
Malezya	25,6	2,9	4,2	+
Kanada	24,1	5,8	3,9	-
Yeni Zelanda	18,8	3,1	3,1	
Avusturalya	17	4,3	2,8	-
Meksika	12	2,2	2	-
Türkiye	9,6	1	1,6	+
Şili	9,6	1,7	1,6	-

Kaynak: Food Drink Europe, 2014

Sektörde yapılan ihracatta Tayland, Malezya, Endonezya, Hindistan gibi Asya ülkeleri ile Brezilya, Arjantin gibi Güney Amerika ülkelerinde önemli bir ilerleme yaşanırken; Avustralya, Kanada, Şili ve Meksika gibi ülkelerin dünya genelindeki ihracat payları azalmaktadır. Türkiye ise son 10 yılda dünya ihracatından aldığı payı artırarak ilk 15 ihracatçı ülke arasına girmiştir.

[9] United Nations, Department of Economic and Social Affairs, 2013.

Sektörde yapılan ithalatta ise Çin ile birlikte Rusya, Hindistan, Malezya, Avustralya, Endonezya, Singapur ve Tayland son yıllarda dünya genelindeki paylarını artırmışlardır. Bunun yanında ABD, AB-27, Japonya ve Kanada gibi gelişmiş ülkelerin dünya genelindeki ithalat paylarında önemli bir düşüş gözlemlenmekte; yine Güney Kore, Hong Kong, Meksika gibi gelişmekte olan bazı ülkelerin de payları giderek azalmaktadır.

7.2. Yurt Dışı İnceleme Sonuçları

Projenin temel faaliyetlerinden biri olan "Yurt Dışı Örneklerin İncelenmesi" kapsamında İtalya ve İspanya'da gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların mevcut durumunu ortaya koymak amacı ile çeşitli meslek gruplarında faaliyet gösteren meslek kuruluşları ile yapılan görüşmelere yer verilmiştir. Yapılan görüşmeler sonucunda elde edilen bilgilerin Türkiye'de gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlara yol göstermesi, oluşturulacak politikalar açısından yön vermesi ve bu ülkelerde yer alan uygulamalardan -Türkiye özelinde iyi örnek olması açısından- model geliştirilebilmesi amaçlanmıştır.

İtalya özelinde Roma'da 6 farklı kurum ile görüşmeler yapılmış olup bu kurumlardan 4'ü gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların bağlı oldukları meslek kuruluşlarıdır. Diğer 2 kurum ise üniversite sanayi iş birliği çerçevesinde faaliyet gösteren ve gıda sektörü alanında spesifik eğitim programları veren üniversitelerdir. İspanya'da ise Madrid ve Barcelona'da olmak üzere yine gıda sektöründe faaliyet gösteren toplam 9 meslek kuruluşu ziyaret edilmiştir.

Her iki ülkede de gerçekleştirilen ziyaretler sırasında ülkeler bazında esnaf ve sanatkârların mevcut durumu, yasal ve kanuni gereklilikler, AB'nin bu sektöre olan etkileri, meslek kuruluşlarının yaptıkları çalışmalar ile verdikleri hizmetler, mevcut sorunlar ve çözüm önerileri gibi konularda ayrıntılı bilgiler edinilmiştir.

7.2.1. İtalya Ziyareti Değerlendirmesi

İtalya yerel ekonomik dinamikleri açısından Türkiye ile benzerlik gösteren bir ülkedir. Bu yerel ekonomik dinamikler içerisinde önemli bir yere sahip olan esnaf ve sanatkâr işletmeleri, hâlâ tüketiciler tarafından tercih edilen işletmeler olarak ön plana çıkmaktadır. Özellikle güney bölgesinde yaşayan halkın geleneksel yapılarını muhafaza etmeleri ve yeme alışkanlıklarını değiştirmemeleri nedeni ile esnaf ve sanatkâr işletmeleri, büyük gıda perakende işletmelerinin yanında önemlerini korumaya devam etmektedir.

Ancak, ziyaret sırasında yapılan görüşmelerde özellikle AB'nin serbest rekabet uygulamaları nedeni ile küçük esnafın rekabet gücünün günden güne azaldığı belirlenmiştir. Nitekim son 10 yıl içerisinde kasapların %50'sinin kapandığı; bakkal ve büfe gibi gıda ürünlerini satan işletmelerin ise büyük gıda market zincirleri karşısında ayakta zor kaldıkları ifade edilmiştir.

Ziyaretler sırasında Türkiye'de faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlar için örnek olabilecek ve değerlendirilebilecek en ilgi çekici örnek CONAD'dır. *(Consorzio Nazionale Dettaglianti - National Retailers' Consortium)*

CONAD İtalya'da gıda sektöründe faaliyet gösteren küçük ölçekli esnaf ve sanatkârların 1962 senesinde İtalya'nın Bolonya kentinde bir araya gelerek kurdukları bir kooperatiftir. CONAD'ın temel amacı; esnaf ve sanatkârların organize perakendeciler karşısında rekabet gücünü, toplu alım yaparak ve bu malların işletmelerin adreslerine kadar tedarikini sağlayarak artırmaktır. Bunun yanında toplu alımların yerel üreticilerden yapılması ile aynı zamanda yerel ekonomik kalkınmaya katkı da sağlanmaktadır.

CONAD bu yapılanması ile günümüzde İtalya'da bağımsız perakendecilerin dâhil olduğu en büyük organizasyondur. Yaklaşık 2,900 perakendecinin üye olduğu CONAD, 8 kooperatifin birleşmesiyle oluşmuştur ve İtalya'nın en büyük 2. ticari dağıtım zincirine sahiptir. 3,000'i aşkın satış noktası ve %11,3'lük pazar payı ile cirosu 11 milyar avroya ulaşmaktadır. Grup bünyesinde yaklaşık 46.000 kişi istihdam edilmektedir.

CONAD'ın geliştirdiği iş modeli 3 seviyeden oluşmaktadır;

- İlk seviyede yerel kooperatiflere üye olan esnaf ve sanatkârlar,
- Orta seviyede ülkenin farklı bölgelerinde faaliyet gösteren ve yerel seviyede yönetimsel, finansal, ticari ve lojistik açılardan eş güdümü sağlayan kooperatifler,
- En üst seviyede ise satın alma, pazarlama stratejisi geliştirme gibi büyük ölçekli faaliyetlerin yanı sıra özel markalı ürünlerin üretimi, geliştirilmesi ve tutundurması gibi konularla ilgilenen ulusal konsorsiyum bulunmaktadır.

CONAD için üretilen özel markalı ürünler, bölgesel kooperatiflere ulaştırılırken daha sık tedarik imkânı sağlama, yüklerin optimizasyonu ve teslimat miktarlarındaki kısıtları aşmak amacıyla merkezî şekilde depolanmaktadır. Donmuş, çabuk bozulan ve genel gıda olmak üzere 3 depoda toplanan ürünler buradan yerel kooperatiflerin dağıtım merkezlerine gönderilmektedir. Bu merkezlerden ise üye olan esnaf ve sanatkârlara ulaştırılmaktadır.

CONAD'a üye olmak için esnaf ve sanatkârların mutlaka bir sözleşme imzalaması gerekmektedir. Bu sözleşme ile tedarikin %90'ının kooperatif aracılığıyla alınması garanti altına alınmış olmaktadır. Esnaf ve sanatkârlar ile yapılan kontrat 2 şekilde olabilmektedir. Birinci seçenekte kooperatif aldığı ürünü alış fiyatı üzerinden esnafa tedarik etmekte, ikinci seçenekte ise çok küçük bir kâr payı eklemektedir. Eğer esnaf birinci opsiyonu seçer ise kooperatife yıllık üyelik aidatı ödemektedir. İkinci opsiyonda ise kooperatifin aldığı kâr payı üyelik aidatı olarak sayılmakta ve esnaf bu seçenekte kooperatife üyelik aidatı ödememektedir.

CONAD modelinden yola çıkarak gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların, büyük gıda market zincirlerinin yarattığı rekabet avantajını ortadan kaldırabilmeleri ve en önemlisi ayakta kalabilmeleri için böyle bir oluşum içinde yer almaları önem taşımaktadır.

Böyle bir oluşumun gerçekleşmesi ile esnaf ve sanatkârların çıkarlarının daha güçlü temsili, ölçek ekonomisi, artan alıcı gücü ile daha iyi satın alma koşullarına ulaşma, marka

ve imaj transferi, yeni yetenekler ve yeterlilikler kazandırma, tutundurma faaliyetleri ve ortaklığın bilgi teknolojisi imkânları gibi avantajlar sağlanabilecektir.

Bu tür oluşumların ilk evresinde, -CONAD örneğinde olduğu gibi- üye olan esnaf ve sanatkârlar sermaye yapısı daha güçlü rakipleri karşısında tutunmaya çalışacak; bir sonraki adımda ise kooperatif üyelerine lojistik destek sağlayarak üyelerinin stok devir oranını artırılabilecektir. Takip eden aşamada ise genellikle iş birliğinin kapsamı, tutundurma ve reklam faaliyetlerini de içerecek şekilde genişleyecektir. Dördüncü adımda üyeler, müşteri katma değerini artıracak, böylece esnaf ve sanatkârlar daha yüksek kâr marjı sağlayacak şekilde ürünlerinin satışını yapabilecektir. Son noktada ise üyeler pazarlama planlaması, coğrafi farklılaştırma ve ürün farklılaştırması yapan bütünleşik bir sisteme dönüşecektir.

Türkiye'de gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların, her gün yeni bir tanesi açılan süpermarket, hipermarket, zincir marketler ve/veya AVM'ler karşısında rekabet avantajlarını kaybettikleri ve yok olma durumuna geldikleri bir gerçektir. Ancak, ortaya çıkan bu sorun karşısında ortak hareket etme kültürünün eksikliği ve CONAD gibi oluşumlara direnç göstermeleri, durumu daha da çözümsüz bir hâle sokmaktadır. Nitekim esnaf ve sanatkârların;

- Özgür olma isteğinden kaynaklanan ortak hareket edememe, birlik oluşturamama,
- Değişen müşteri hayat tarzına uyum sağlayamama,
- Organize perakende ile hizmet modelinin farklı olması(tezgâh-self servis),
- Alıcı gücü eksikliği,
- Etkisiz tutundurma çabaları,

gibi nedenlerden dolayı rekabet gücü azalmaktadır. Bu nedenle esnaf ve sanatkârların bu tür oluşumlar içinde yer almaları için meslek kuruluşlarına önemli görevler düşmektedir. Esnaf ve sanatkârların bağlı bulundukları odaların, birliklerin, federasyonların ve hatta TESK'in, esnafı bu tür oluşumlara yönlendirmesi gerekmektedir. Bunun için ise bu tür oluşumların sağlayacağı potansiyel fayda ortaya konulmalı, esnaf ve sanatkârlar arasında vizyon, hedef ve perspektif birliği sağlanmalıdır.

İtalya ziyaretleri sırasında örnek teşkil edebilecek bir başka husus ise kasap esnafının ayakta kalabilmek için yaptığı ürün çeşitlendirmesidir. Toplumun değişen demografik yapısına bağlı olarak pişmeye hazır ürünlerin tercih edilmesi nedeni ile İtalya'da faaliyet gösteren kasaplar, tezgâhlarında et ve et ürünleri dışında hazır dolma ve köfte gibi pişmeye hazır ürünler de satmaktadır. AB yasalarına göre çok sıkı bir kontrol mekanizmasının olduğu bu ürünler, müşteri sayısının çok fazla olduğu süpermarketlerde satılamamakta, bu nedenle de müşteriler tarafından oldukça talep görmektedir.

Ancak bu noktada Türkiye'de faaliyet gösteren kasapların AB'ye uyum çerçevesinde pişmeye hazır ürünleri hazırlamalarının ve satışını yapmalarının yasaklanması AB nezdinde ikili bir uygulama olduğu kanaatini yaratmaktadır. Ayrıca, Türkiye'de ekmek çeşitlendirilmesi mevcut değilken, İtalya'da ekmek tüketiminin artırılması için ürün farklılaştırılması yapılmaktadır.

7.2.2. İspanya Ziyareti Değerlendirmesi

İspanya ziyaretleri esnasında en dikkat çekici görüşme Barcelona Activa (Barselona Kalkınma Ajansı) ile yapılmıştır. Türkiye'de "kuluçka merkezleri" adı altında benzerleri bulunan, ancak sunduğu hizmetler nedeni ile Türkiye'de bir benzeri olmayan bu ajans meslek kuruluşları, üniversiteler, kamu kurum ve kuruluşları, STK'lar ve belediyeler için önemli bir örnek teşkil edecektir.

1986 yılında sadece 16 projeyi gerçekleştirmek için küçük bir şirket olarak kurulan Barselona Activa bugün uluslararası alanda söz sahibi ve tecrübelerinden yararlanılan bir kurum hâline gelmiştir. Barcelona Activa yıllık yaklaşık 100,000'in üzerinde katılımcıya hizmet vermekte ve 1,000'in üzerinde yeni projeye destek sağlamaktadır. Oluşturdukları "Teknoloji Parkı" nda çok sayıda şirketin kurulmasını da sağlamışlardır.

Ajansın içinde 6 farklı birim faaliyet göstermektedir. Bunlar;

- Girişimcilere destek birimi
- Mevcut şirketlere destek birimi
- İnsan kaynakları birimi
- Yeni istihdam oluşturma birimi
- Şirketlere ve topluma yenilikleri kazandırma birimi
- Yeniliklere destek birimi

Örnek teşkil etmesi açısından ajansın başlıca uygulamaları şunlardır;

- Ajansın bünyesinde bulunan bilgisayarlar, yazıcılar ve diğer demirbaşlar, başvuruda bulunan bireyler tarafından ücretsiz olarak sabah 9:00 akşam 20:00 saatleri arasında kullanılabilmektedir.
- Girişimci adaylarının, kendi diz üstü bilgisayarlarını kullanabilecekleri mekânlar da bulunmaktadır.
- Ajansın bünyesinde bulunan 10 uzman, kendi işini kurmak isteyen girişimcilere fizibilite çalışmasının yapılmasında destek vermektedir.
- Uzman desteğinin yanı sıra, potansiyel girişimciler tarafından sıkça sorulan sorulara cevap verilmek üzere her ay pazartesi-cuma günleri arasında, eğitim verilmektedir.
- Verilen eğitimlerde, pazarlama planı nasıl yapılır, geliştirilecek iş planı için finansman nasıl sağlanır gibi sorulara cevaplar verilmektedir.
- Ajans, web sitesi ile soru-cevap yöntemini kullanarak girişimcilerin iş planı hazırlamaları konusunda destek sunmakta ve hazırlanan programla finansal raporlama desteği sunan online destek hizmeti vermektedir.
- Girişimcilerin yeterli donanıma sahip olup olmadıklarına dair bir test de online olarak yapılmakta ve sonuçlar rapor olarak girişimci adayına verilmektedir.

- Ajans, ayrıca kendisinden destek alarak kurulan şirketlerin büyümesi aşamasında "İş Geliştirme Merkezi" kurmuş olup işletmeler, bu merkezde bir miktar kira ödeyerek yerleşmekte ve ofis sahibi olmaktadırlar.
- Merkeze yerleşen işletmeler arasında, organik bir bağ oluşmakta ve şirketler Barselona Activa Ajansının referansını kullanarak mal ve hizmetlerini daha kolay bir şekilde satmaktadırlar.
- Yeni kurulan işletmeler, iş geliştirme merkezinde 3 yıla kadar kalabilmektedirler.
- İş geliştirme merkezinde bayanlara ve engelli girişimcilere öncelik verilmektedir.
- İş geliştirme merkezinde yerleştirilmek için başvuruda bulunan girişimciler 14 farklı kritere göre değerlendirilmektedirler.
- Kurulan şirketin inovasyon özelliği arttıkça, merkezde ofis kiralama imkânı da artmaktadır.
- İş geliştirme merkezinde bulunan bir uzman, şirketlerin ihtiyaç duydukları zamanlarda başvuruda bulunmalarını ve karşılığında danışmanlık hizmetini ücretsiz olarak alabilmelerini sağlamaktadır.
- İş geliştirme merkezi yılın her günü ve her saati açık bulunmakta ve güvenlik hizmeti sunmaktadır.
- İş geliştirme merkezindeki ofisler birbirlerinden cam duvarlar ile ayrılmaktadır. Bu uygulamanın amacı, şeffaflığı arttırmak ve de işletmeler arasındaki ilişkileri canlı tutmaktır.
- Barselona Activa Ajansının iş geliştirmeye yönelik tüm hizmetleri mikro düzeydeki inovasyona yönelik şirketler için geçerlidir.
- Yeni iş kurulumu için yapılan desteklerde ise herhangi bir ayrım yapılmadan, her türlü sektörden girişimciye destek sunulmaktadır.
- Ajansın amaçlarından bir diğeri de beşeri sermayenin, uluslararası araştırmacıların ve yabancı yatırımcıların Barselona'ya gelmesi ve burada faaliyet göstermeleridir.
- Ajans, kaliteli istihdam başlığı altında sunduğu programla, işsiz olan ve kendilerine başvuruda bulunan bireylerin ne türde bir eğitime ihtiyaç duyduklarını saptamakta ve kişiye özel eğitim programı düzenledikten sonra, aynı kişiyi 6 ay boyunca deneyim sürecine tabi tutmaktadır.
- Ajansın lise düzeyindeki okullarla yapmış olduğu anlaşma doğrultusunda, 16 yaşın üstündeki öğrenciler Ajansa başvurabilmekte ve her türlü iş olanakları konusunda detaylı bilgi edinebilmektedirler.
- Barselona Activa Ajansı, Akdeniz'de uluslararası iş birliğini arttırmak amacıyla iş birliği arayışı içinde bulunmaktadır ve uygulamakta olduğu metodolojileri transfer etme konusunda hazır bulunmaktadır.

- Activa Ajansı, bankalarla yapmış olduğu anlaşmalar sonucu, kendisine başvuran ve fizibilite raporu hazırlanmış olan girişimcilerin mikro ölçekli kredi almasını sağlamaktadır. Bankalar tarafından verilen krediler, 25,000 avroya kadar çıkmakta ve 2 yıl vadeli olmaktadır. Kredi faiz oranları, piyasa oranına göre daha yüksektir.
- Kredi temini aşamasında, Barselona Activa yetkilisi, banka yetkilisi ve girişimci bir araya gelmekte ve alınacak kredinin miktarı, vadesi ve faizi belirlenmektedir.
- Barselona Activa Ajansı, destekte bulunduğu girişimcileri, kurulum aşamasından itibaren 1 sene boyunca takip etmektedir. Yapılan araştırmalar, Ajansın desteğini alarak kurulan işletmelerin büyük bir kısmının varlığını sürdürdüğünü göstermektedir.
- Ajansın iş geliştirme merkezinde, her ay gerçekleşen kahvaltılar ile yeni ve eski girişimciler bir araya gelmekte; fikir alışverişinde bulunmaktadırlar.

7.2.3. Sonuç

İtalya ile İspanya ülke ziyaretleri, programın amacı doğrultusunda oldukça verimli geçmiştir. İtalya "kuzey-güney gelişmişlik farkı" ülkemizin "doğu-batı gelişmişlik farkı" ile benzerlik gösterirken, Güney İtalya'da ve İspanya'da faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların, gerek sosyal ve ekonomik, gerekse işletmelerin fiziki şartlarının ağırlıklı olarak ülkemizdeki esnaf ve sanatkârlar ile benzerlik gösterdiği görülmüştür.

İspanya ve İtalya'da son 20 yıllık dönemde AB serbest piyasa uygulamalarının esnaf ve sanatkârlar üzerinde olumsuz etki yarattığı, bu durumun ülkemizde izlenen politikalarla büyük benzerlikler gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu açıdan ilgili aktörler tarafından esnaf ve sanatkârların mevcut durumları ile rekabet avantajı yaratmak için izledikleri yollar, sektörde hem esnafı hem de tüketiciyi korumak için uygulanan düzenlemeler ve kanunlar hakkında aktarılan tecrübeler ve alınan başarılı sonuçlar esnaf ve sanatkârlar için yol gösterici niteliktedir.

İnceleme programı kapsamında İtalya ve İspanya'da ziyaret edilen kurumların faaliyet alanları, proje konusu olan ve gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların potansiyelleri ve kısıtları ile uygunluk göstermektedir. Bu nedenle ziyaretler sırasında bu alanda tecrübe sahibi aktörlerle iletişime geçilmiş olması, bu kuruluşlarla oluşturulacak iş birlikleri ve koordinasyon konusunda önemli fırsatlar teşkil etmektedir.

Bu bağlamda ülke ziyaretleri kapsamında tecrübe edinilen iyi uygulama örneklerinin izlenmesi ve uluslararası gelişmeler/eğilimler takip edilerek esnaf ve sanatkârlar ile meslek kuruluşlarına, ayrıca Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğüne entegre olunması için önlemlerin alınması gerekmektedir.

8. Sektörde Yer Alan Büyük Ölçekli Şirketler

"Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Gıda Sektörü Analizi" projesinin bir ayağını oluşturan "Büyük Şirket Mülakatları" kapsamında, esnaf ve sanatkârlarımıza örnek olması ve sert rekabet

koşullarından büyüyerek çıkmaları için farklı yapıdaki ve büyüklükteki firmalar ile mülakatlar yapılmıştır. Mülakat yapılan firmaların ticarete başlangıç noktası esnaflıktır.

Proje kapsamında gıda sektörü özelinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlara örnek olması için büyük şirketler arasından seçilmiş 8 şirket ile yapılan görüşmelerin amacı; ülke genelinde faaliyet gösteren, mesleğe yeni başlamış ya da kendini geliştirmek isteyen esnaf ve sanatkârların faydalanması için bir yol haritası teşkil etmesi ve tecrübe paylaşımıdır. Seçilen büyük şirketler bağlamında onları başarıya götüren yolların, iş hayatında yaşadıkları sorunların ve bunlara getirdikleri çözüm önerilerinin esnaf ve sanatkârlara örnek olması açısından ortaya çıkması amaçlanmıştır. Aşağıdaki tabloda bu mülakatlardan elde edilen çıktılar özetlenmiştir:

Tablo 10. Büyük Şirket Mülakat Çıktıları

Şirket	Önemli Çıktılar / Başarı için Öneriler
Simit Sarayı	• Esnaf ve sanatkârın bireysel gelişimini sağlaması ve yenilikçilik yönünü geliştirmesi • Esnafın vizyoner olması ve rakiplerini iyi analiz etmesi • Girişimcilik ruhunun ortaya çıkarılması, mali destek ve teşvikler sunulması • Kolektif çalışma kültürünün oluşturulması; merkezî satın alma / lojistik sistemlerinin meslek örgütlerince kurulması • Müşterilere özel butik hizmetler sunulması • Bilgi teknolojilerine yatırım yapılması • Planlı bir şekilde çalışılması
Papağan Kuruyemiş	• İstikrarlı çalışma ve yenilikçi olmak • Yenilikçi ürünler ile piyasada farkındalık yaratmak • Danışmanlık desteği ile önemli bir yol almak • İnovatif olma ve bu sayede piyasada farkındalık yaratmak • Ürün çeşitlendirilmesini başarılı şekilde geliştirmek • Farklılaşma stratejisini başarılı bir şekilde uygulamak • Yerli firmalar arasındaki iş birliğinin artırılması
Şenpiliç	• Esnafın değişen koşullar ve rekabet karşısında yenilikçi olması • Sürekli ve sürdürülebilir büyüme yakalanması • Bölgesel özellikleri, müşteri beklentilerini ve değişen çevre koşullarını dikkate alması • Esnaf ve sanatkârlar arasında iş birliğinin meslek kuruluşları tarafından sağlanması • Esnaflar için ortak satın alma altyapısı oluşturulması • Büyük ölçekli firmaların esnaf ve sanatkârlara zarar vermesini engelleyecek düzenlemelerin devlet tarafından yapılması
CE&YA Meyve Sebze	• Meyve sebze sektöründe meslek icra edenlere eğitim programları uygulanması ve nitelikli çalışan sayısının artırılması • Meslek örgütlerinin bir araya gelerek yapılacak iş birlikleri için yol haritası oluşturmaları • Fire veren ürünler için KDV ödenmemesi, kabzımalların pazarcılık yapmaması için devletin gerekli düzenlemeleri yapması • Esnafın müşteri ilişkilerinin kuvvetli olması, • Gelişen teknolojiden yararlanarak esnafın müşterilere ulaşmak için internet ortamlarını kullanması • Müşterilerin farklı taleplerini karşılayacak şekilde kendilerini geliştirmeleri

Günaydın Et Lokantası	• Yaptığınız işi sevmek, çok çalışmak ve planlı hareket etmek • En iyisini yapmak, yenilikçi olmak ve fark yaratmak • Farklı alanlardaki tecrübeleri bir araya getirmek • Meslek liselerinin sektör ile ortak çalışarak nitelikli eleman sorununa çözüm üretmesi • Devlet tarafından değiştirilen mevzuatların esnaflar üzerinde oluşturduğu baskının ve maliyetlerin yine devlet tarafından sağlanacak olan destek mekanizmaları ile azaltılması • Müşteriler ile olan birebir ilişkilerin kuvvetlendirmesi • Esnaflar arası iş birliğinin artırılması; sahalara inilmesi, sorunların birebir araştırılması, hangi tür iş birlikleri oluşturulması gerektiğinin belirlenmesi ve bu konular üzerinde çalışılması • Meslek odalarının sahada daha fazla bulunması ve faaliyet göstermesi • Yeniliklerin takip edilmesi • Markalaşmanın teşvik edilmesi • Esnafın devletin sağladığı teşvik ve desteklerden daha çok haberdar edilmesi
Çiçek Lokantası	• Nitelikli eleman sıkıntısının çözülmesi • Müşterilere farklı konseptlerde hizmetler sunmak • Hijyen eğitimi konusunda hassas davranmak • Kullanılan özellikli ürünlerin tedarikçileri ve tedarik süreçlerinin özenle seçilmesi ve sürdürülmesi • İŞKUR meslek yüksekokullarında okuyan öğrencilerin esnaflardaki stajlarının artırılması • Değişen müşteri tercihlerine dönük olarak esnafların kendilerini yenilemeleri ve ihtiyaçlara cevap vermeleri
Erzincan Mandıra	• İkinci ve üçüncü kuşakların işe dâhil olmaları ve sahiplenmelerinin işletme başarısı için önemi • Çok çalışmak ve istikrarlı olmak • Esnaflara kira konusunda destek olunması • Gıda sektöründe kalitesiz ve insan sağlığına zarar veren ürünlerin piyasalarda kontrolsüzce satılmasına devletçe engel olunması • Devletin esnaf ve sanatkâra destek olması • AVM'lerin esnafa kötü etkisinin önüne geçilmesi için tedbirler alınması ve haksız rekabetin önüne geçilmesi
Karaköy Güllüoğlu	• Ürün gamını geliştirmek ve zenginleştirmek • Tüketicilerin eğilimlerine göre yeni ürünler geliştirmek • Merdiven altı sektörünün oluşturduğu haksız rekabetin önüne geçilmesi • Ham madde bilgisinin iyi olması, • Mevsimine göre hasat edilmiş ürünlerin seçiminin iyi yapılması • Mutfak gereçlerinin sahiplenilmesi ve iyi kullanılması • Disiplinin önemi ve kaliteyi ön planda tutmak • İnsan kaynağı yetiştirmede eğitimin önemi • Çıraklığın önemi "Çıraklığını yapmadığın işin ustası olamazsın" • Ekip çalışmasının önemi

Çoğu işletmeci, ticari hayata başlarken uzun vadede işletmelerini büyütmek ve daha iyi bir konuma getirmek amacını gütmektedir. Ancak bu yarışa başlayan çoğu işletmeci bunu başaramamakta ve firmalarını belirli bir aşamaya getiremeden ticari hayatları son bulmaktadır. Bazıları ise büyümekte ancak gerekli kurumsallığı sağlayamadıklarından bir sonraki kuşağın yönetimi ile birlikte sönüp gitmektedir.Ülkemizin ekonomik yapısında büyük bir yere sahip olan esnaf ve sanatkârlar da benzer süreçleri yaşamaktadır. Esnaflık ile başlayan ticari hayatların, sektörün büyük firmaları hâline gelme sürecinde ise ortak nokta, farklı ihtiyaçları tespit etmeleri ve bu alanlarda yenilik getirmeleridir. Çoğunun başarı için ortaya koyduğu ortak şartlar ise şu şekilde sıralanabilir:

- İhtiyaçlara inovatif çözümler,
- Dürüst ticaret hayatı,
- Paylaşıma açık olmak,
- Her koşulda yılmadan çalışmak,
- İşine sahip çıkmak,
- Özverili çalışmak,
- Kaliteden taviz vermemek.

Yapılan çalışma ile esnaf ve sanatkârlarımızın büyük firma olma yolunda onları bekleyen süreçler, yaşanmış hikâyeler ile ortaya koyulmuştur. Esnaf ve sanatkârların büyüme yolunda pek çok sorunları olmasına rağmen bunları aşarak büyük şirket hâline gelen pek çok işletmenin de bulunduğu göz ardı edilmemelidir.

9. Sektördeki İyi Uygulama Örnekleri

Esnaf ve sanatkârların gelişen küresel rekabet koşullarında büyük zorluklar yaşadığı aşikârdır. Sert rekabet koşulları karşısında esnaf ve sanatkârlık alanında faaliyet gösteren birçok meslek kolu güç kaybetmektedir. Bu güç kaybını azaltmak ve ülke ekonomimizde önemli bir yer tutan esnaf ve sanatkârların ekonomik hayatın bir parçası olarak devam etmeleri için gerek kamu kuruluşlarına gerekse işletmelere birçok görev düşmektedir.

Bu bağlamda esnaf ve sanatkârlık mesleğini başarılı bir şekilde icra eden işletmeler, diğer esnaf ve sanatkârlara örnek olması açısından önemli bir yere haizdir. Mesleğini başarılı bir şekilde yapıp sert rekabet koşullarında belirli bir yere gelmiş esnaf ve sanatkârların başarılı yönlerini ortaya çıkartmak, mesleğe başlamak isteyen veya hâlihazırda icra eden meslek erbabı için bir yol haritası niteliği taşıyacaktır.

Bu öneme binaen gıda sektöründe kasap, pazarcı, lokantacı, baklavacı, fırıncı, aktar ve bakkal olarak mesleğini iyi icra eden firmaların başarı hikâyelerini ortaya çıkartmak için bir dizi görüşme yapılmıştır. Farklı mesleklerde faaliyet gösterseler de birçok esnaf ve sanatkârı başarıya götüren yol birbirine benzemektedir.

İncelenen meslek alanlarında iyi uygulama örneği olarak faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların değişen rekabet koşullarına rağmen daha da büyüdükleri ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda kuruluşlarından bugüne çeşitli zorlu aşamalardan geçen esnaf ve sanatkârların başarılı olmalarında birçok ortak yön bulunmaktadır. Bunlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- İşini sevmek,
- Dürüst çalışmak,
- Kaliteli üretim,
- Kaliteli hizmet,
- Müşteri memnuniyeti,
- Fedakârlık,

- İş birliği,
- Sürdürülebilir iş planları.

Yukarıda sıraladığımız ilkeler ile yola çıkan ve hizmet veren esnaf ve sanatkârlar uzun vadede güçlenerek faaliyet gösterdikleri sektörlerde varlığını sürdürecektir. Esnafların en çok dile getirdiği özellik, işlerini ***severek*** yapmaktır. Çünkü bir işte başarının şartı olan o işe kendini vermek, hayatının büyük bir kısmını işletmesinde geçiren esnaflar için çok önemli görülmüştür. Ayrıca, manevi değerlerin giderek yozlaştığı çağımızda esnaf ve sanatkârların toplumsal konumları nedeniyle ***dürüst*** davranmaları son derece elzemdir. İyi uygulama örneklerindeki esnaflar da hiçbir zaman müşterileri kandırma yoluna gitmediklerini, mesleklerini en doğru ve dürüst şekilde icra ettiklerini belirtmişlerdir.

Bir diğer önemli husus ***kalite***den ödün vermemektir. Esnaf ve sanatkârların ürün ve hizmetlerinde her daim kaliteli olmaya çalışması başarının kilit noktalarından biri olarak ifade edilmiştir. Müşteriler tarafından tercih edilmesi için bir esnafın iyi ve kaliteli ürün/hizmet sunması, olmazsa olmazdır. Kaliteden ödün veren işletmelerin uzun ömürlü olmadığı pek çok örnekle sabittir. Ayrıca ***müşteri memnuniyeti***ni de ön planda tutmanın önemi büyüktür. Fiyat ve maliyet konusunda marketlerle rekabet etmekte zorlanan esnafların, müşterilerin kendilerini tercih etmesi için ikili ilişkilerini güçlendirerek memnuniyet düzeyini artırmaları gerekmektedir. Ayrıca satış sonrasında hizmetleri çeşitlendirerek müşterilerin bağlılığını artırmak gerektiği de vurgulanmıştır.

Esnafların sosyal yönleri son derece kuvvetli olmalıdır. Ahilik geleneğinin de işaret ettiği üzere, sadece kendini düşünen ve kâr elde etmekten başka gayesi olmayan modern iktisat anlayışı, esnaf geleneğimizle uyuşmamaktadır. ***Fedakârlık*** ve zor durumda olan insanlara yardım etme Ahilik geleneğinden gelen ve sosyal dokumuzun temelinde olan özelliklerdendir. İyi uygulama örnekleri kapsamındaki esnaflar incelendiğinde de bu yönlerine önem verdikleri görülmüştür.

Esnafların birbirleri ile kurdukları ***iş birliği*** de başarı için kritik öneme sahiptir. Gitgide artan rekabet koşullarına karşı özellikle zincir marketlere karşı durabilmek için esnafların ortak hareket etmesi gerektiği sıkça vurgulanmıştır. Ülkemizde ortak iş yapma kültürünün her ne kadar zayıf olduğu bilinse de mülakat yapılan esnaflar bunun önemine vurgu yapmış, iş birliğinin imkânsız olmadığını göstermişlerdir.

Son olarak önemli görülen bir diğer husus esnafların ***sürdürülebilir iş planlarına*** sahip olmasıdır. İyi uygulama olarak gösterebileceğimiz esnafların ortak özelliklerinden biri de iyi planlanmış bir stratejiye sahip olmalarıdır. Gelecekte atacağı adımları, yatırımları iyi planlamışlar ve işletmelerinin modern gerekliliklere göre değişim ve dönüşümünü gerçekleştirmeyi başarmışlardır.

İyi uygulama örnekleri ile gerçekleştirilen mülakatlar neticesinde esnaf ve sanatkârların zor durumda olmalarına karşın, yukarıda saydığımız alanlarda kendilerini geliştirip farklılaştırarak başarıya ulaştıkları görülmüştür. Bu anlamda diğer esnaf ve sanatkârların da bu noktalarda kendilerini değiştirmeleri yararlı olacaktır. Kamu kurumları ve meslek kuruluşları tarafından politika oluşturulurken bu hususlar dikkate alınarak adımlar atılmalıdır.

10. Sektörde Faaliyet Gösteren Esnaf ve Sanatkârların Karşı Karşıya Olduğu Sorunlar

Sanayi Devrimi'yle başlayan üretim ve tüketim alışkanlıklarındaki değişiklik, insanları daha çok üretmeye ve tüketmeye sevk etmektedir. Artan talep doğrultusunda arz da artmakta ve birçok işletme mevcut kapasitesini sürekli büyütmektedir. Bu bağlamda iş dünyasında birçok büyük firma ortaya çıkmakta ve bu durum mikro düzeyde iş yapan firmaları sert rekabet koşulları ile karşı karşıya bırakmaktadır.

Ülkemiz açısından da benzer durumlar yaşanmaktadır. Ahilik gibi sadece ticari değil aynı zamanda kültürel bir değere sahip olan esnaf ve sanatkârlarımız birçok sorun ile mücadele etmektedir. Bu kapsamda sert rekabet koşullarında ayakta kalmakta zorlanan esnaf ve sanatkârların maruz kaldığı sorunlar üretim, pazarlama, finansman, insan kaynakları, AR-GE, diğer kurumlar ile ilişkiler ve mevzuat ana başlıkları bağlamında aşağıda ele alınmıştır.

10.1. Üretim ve Pazarlama

a. Esnaf-sanatkârların üretim alanında teknolojik gelişmelere karşı kendilerini rakiplerine oranla yeterince yenileyememeleri ve geliştirememeleri,

b. Pazarlamadaki yetersizlikler, marka ve imaj gibi pazarlama avantajlarına sahip olunmaması; tüketici eğilimlerinin takip edilememesi, tüketici memnuniyetine yeterince önem verilmemesi,

c. Hizmet üretiminde kaliteye önem verilmemesi, kalite artırıcı yatırımlar yapılmaması,

d. E-ticarete geçişin eğitim, maliyet ve teknolojiye erişimden kaynaklanan problemlerden dolayı zayıf olması,

e. Esnaf-sanatkârlarca görsel güzellik yaratılamaması, hijyen kurallarına tam olarak uyulmaması, müşterilerle iyi diyalog kurulamaması,

f. AVM ve zincir mağazaların bütün esnaf ekosistemine olan zararı ve ilgili konuda net tatmin edici bir düzenlemenin olmaması,

g. Satış sonrası hizmet ve destek mekanizmalarının olmaması,

h. İşletmelerde profesyonel yönetici, uzman personel istihdam edilememesi,

i. Esnaf-sanatkârların büyük sermaye karşısında rekabet edebilme güçlerinin bulunmaması ve rekabeti düzenleyici kuralların bu kesimi koruyacak etkinlikte işletilememesi.

10.2. Finansman

a. Öz sermaye ve işletme sermayesi yetersizliği,

b. Esnaf ve sanatkârlar kredi ve kefalet kooperatiflerinin kefalet hususunda istedikleri teminat miktarları ve bu miktarların belirli bir standartta uygulanmaması, illere ve bölgelere göre farklılık göstermesi,[10]

[10] 28 Ekim 2016 tarih ve 29871 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 6750 sayılı Ticari İşlemlerde Taşınır Rehni Kanunu ile esnaf ve sanatkârlara kredi kullanırken taşınmaz mallarının yanı sıra taşınırlarını da teminat olarak gösterebilme imkânı sağlanmıştır.

c. Mali sicil affının bankalar tarafından tam olarak uygulanmaması nedeni ile bankalardan kredi alma imkânının çok sınırlı olması,[11]

d. KOSGEB ve Kalkınma Ajansı gibi kuruluşların proje destekli verdiği kredi ve hibelerden proje hazırlama kapasitesinin yetersiz olması nedeni ile yararlanamama ve bu konuda sağlanan danışmanlık hizmetlerinin maliyetinin yüksek olması,

e. Esnaf ve sanatkârlara yönelik özellikle KOSGEB bağlamında özel bir finansman desteğinin olmaması,

f. Çoğunlukla "şahıs işletmesi" kapsamında faaliyetlerini sürdüren esnaf ve sanatkârların "şirket" statüsünde olmadıkları için destek ve kredilere ulaşmakta sıkıntı yaşaması,

g. KOSGEB desteklerinin gıda sektöründeki esnaf ve sanatkârlara uygun olmaması,

h. Esnaf ve sanatkârlar kredi ve kefalet kooperatiflerinin sisteminde, kredilerden sadece Halk Bankası aracılığı ile yararlanılması,

i. Meslek kuruluşlarının kredi ve teminat ile ilgili konularda aktif rol oynamaması,

j. Kredi Garanti Fonunun (KGF) esnaf ve sanatkârlar tarafından bilinmemesi ve bu nedenle de Fondan yararlanılamaması,

k. Yeni açılmış iş yerlerine belli bir süre geçmeden bankaların kredi vermemesi,

l. Kamu destekleri hakkında meslek kuruluşlarının esnaf-sanatkârlara yeterince bilgilendirme yapmaması.

10.3. İnsan Kaynakları

a. Esnaf ve sanatkârlık mesleğinin yeni nesilde tercih edilen bir meslek olmaması,

b. Eğitim sisteminin mesleki eğitimin gelişmesini sağlayamaması,[12]

c. Çırak ve nitelikli eleman bulunmasında yaşanan sorunlar,[13]

d. Ürün tasarımı konusunda usta, kalfa ve çırakların yetersiz kalması,

e. Ustalık belgesi verilmesinde Millî Eğitim Bakanlığı ve meslek kuruluşlarının iş birliğinin yeterli düzeyde olmaması,

f. TESK tarafından Millî Eğitim Bakanlığına aktarılan eğitim katkı paylarına rağmen mesleki eğitimlerin gerektiği gibi yapılmaması,

---

[11] 27 Ocak 2017 tarihinde Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 29961 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Emekli Sandığı Kanunu ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile düzenleme yapılmış ve mali sicil affi getirilmiştir.

[12] 02.12.2016 tarihli ve 6764 sayılı Millî Eğitim Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile mesleki ve teknik eğitimin iyileştirilmesi ve geliştirilmesi amacıyla çeşitli düzenlemeler yapılmıştır.

[13] 02.12.2016 tarihli ve 6764 sayılı Millî Eğitim Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile çıraklık eğitimi zorunlu eğitim kapsamına alınmıştır.

g. Hijyen eğitimi gibi esnaf ve sanatkârlara verilmesi zorunlu olan eğitimlerin yeterince fayda sağlamaması,

h. Çıraklık eğitimlerindeki sorunlar.

10.4. AR-GE

a. Yeni teknolojilere ve yenilikçi uygulamalara erişimde yaşanan sıkıntılar,

b. Yenilikçi yaklaşımlara karşı esnaf ve sanatkârlarda oluşan direnç,

c. Bilgisayar, barkod, internet erişimi ve e-ticaret gibi teknolojik uygulamalara mali yetersizlik nedeni ile erişememe,

d. Özellikle üretimde kullanılan modern teçhizatların maliyetlerinin yüksek olması.

10.5. Mevzuat

a. 5362 sayılı Kanun'un esnaf ve sanatkârların sorunları karşısında yetersiz kalması,

b. Esnaf ve sanatkârlık tanımının net olmaması,

c. Esnaf ve tüccar ayrımının netleştirilmemesi,

d. Esnaf odalarına kayıt yaptırması gerekenlerin ticaret odalarına kayıt yaptırmaları sonucu yaşanan kargaşa,

e. Fiyat tarifelerinde taban fiyatların odalar tarafından belirlenememesi,

f. Tescil harçlarının, esnaf ve sanatkârlar meslek kuruluşlarına ayrılan payının düşük olması,

g. Vergi Usul Kanunu'nun 172. maddesi gereğince; ticari ve mesleki faaliyetlerinin hacmine göre işletme defteri tutmakla mükellef bulunan esnaf ve sanatkârların, defterlerini her yıl tasdikleyen noterlerin sicil tasdiknamesi istememesinden dolayı kayıt dışılığın artması,

h. BAĞ-KUR'dan emekli olmak için istenen gün sayısının SSK'dan daha yüksek olması,

i. Karma ve ihtisas odaları arasında net bir ayrımın olmaması,

j. İş yeri açılış izinlerinin standart olmaması ve süreçte odaların etkisiz kalması,

k. Bütün sektörler ile ilgili bakanlık ve yerel yönetimlerin denetimde eksik kalması ve kurumlar arası yetki kargaşası.

10.6. Diğer Kurum/Kuruluş ve STK'lar ile Olan İlişkiler

a. Yerel yönetimlerin esnaf ve sanatkâr ile ortak hareket etmemesi, onları muhatap almaması ve standart olmayan uygulamalar,

b. Özellikle gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların kontrol, denetim ve eğitim gibi konularda birden fazla bakanlık ile muhatap olması ve bu bakanlıkla-

rın koordinasyonlarındaki eksiklikler (Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Sağlık Bakanlığı, Millî Eğitim Bakanlığı, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı gibi).

Yukarıda ele alınan sorunlar bağlamında esnaf ve sanatkârların sert rekabet koşullarında hayatta kalabilmesi için çeşitli tedbirler alınmalıdır. Bu tedbirler uygulama ve mevzuat bağlamında değerlendirilmelidir. Uygulama açısından esnaf ve sanatkârların en fazla muhatap olduğu kuruluş olarak yerel yönetimler büyük yer tutmaktadır. Esnaf ve sanatkârların birçok sorununun çözüm yeri olan yerel yönetimlere büyük görevler düşmektedir. Bu bağlamda bir bütün hâlinde ele alındığında esnaf ve sanatkârların sorunlarının çözümü ülke ekonomisi açısından büyük önem arz etmektedir.

11. Sektöre İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Bütün ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de esnaf ve sanatkârların diğer bir deyiş ile mikro ölçekli işletmelerin varlığı, sayıları ve ülke ekonomisi içindeki payları ekonominin sağlıklı işlemesi açısından oldukça önemlidir. Bugün ABD, Avrupa Birliği ve diğer gelişmiş ülkelerde, esnaf ve sanatkârların ülke ekonomisi içerisindeki önemine istinaden birçok destek mekanizmaları geliştirilmiş, mevcut esnaf ve sanatkârları korumak ve yeni işletmelerin açılmasını teşvik etmek için çeşitli kanunlar uygulamaya konulmuştur. Bu kanunlar ve destek mekanizmaları oluşturulurken esnaf ve sanatkârların sahip olduğu ve onları diğer işletmelerden ayıran, aynı zamanda raporda görüleceği üzere proje kapsamında yapılan odak grup toplantıları ve saha ziyaretleri sonucunda da ortaya çıkan birçok özellik göz önünde bulundurulmuştur. Nitekim araştırma kapsamında sorunları irdelenen ve gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların; geleneksel yönetim biçimi, ayni-nakdi ve beşeri sermaye yetersizliği, AR-GE eksikliği, finansal planlama ve muhasebe konularında yetersizlik, kredilere erişim güçlükleri, nitelikli eleman eksikliği, modern pazarlama ve satış teknikleri konusunda yetersizlik, rekabet gücünün olmaması ile mevzuat ve bürokratik işlemlerde zorlanma gibi birçok ortak özelliği ön plana çıkmıştır. Sadece gıda sektörü özelinde değil, genel olarak esnaf ve sanatkârların mevcut durumu irdelendiğinde Türkiye'de bu kesime yönelik sistemli bir destek mekanizmasının olmadığı; değişik kamu-kurum ve kuruluşlarca yürütülen ancak belirli bir standardı olmayan ve ne yazık ki esnaf ve sanatkârların çok az miktarda yararlandığı destek mekanizmalarının yer aldığı görülmektedir.

Odak grup toplantılarında da sık sık gündeme getirildiği üzere KOSGEB gibi destek mekanizmaları sağlayan kurum ve kuruluşların desteklerden fayda sağlamak için yararlanıcılara ön koşul olarak getirdiği şartlar esnaf ve sanatkârların yerine getiremeyeceği kadar ağırdır. Aynı zamanda bürokratik işlemlerin ağır olması ve uygulamada iş birliği ve koordinasyonun eksik olması da ayrı bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu bağlamda esnaf ve sanatkârların finansman sorununun, sadece esnaf ve sanatkârlara yönelik, onların mevcut durumlarını ve kapasitelerini göz önünde bulunduran destek mekanizmalarının ve kredi olanaklarının sağlanarak çözülmesi öncelik arz etmektedir.

Odak grup toplantılarında ortaya çıkan bir diğer sorun ise nitelikli iş gücü temininde yaşanan sorunlardır. Bu kapsamda, özellikle çıraklık eğitimi esnaf ve sanatkâr kesiminin ara eleman ihtiyacının karşılanmasında büyük önem taşımaktadır. İşsizlik oranının olduk-

ça yüksek olduğu ülkemizde nitelikli iş gücü bulma sıkıntısı yaşayan işletmelerin olması ise ayrı bir tartışma konusudur. Bu çelişkinin ortaya çıkmasındaki en önemli neden, oluşturulan mesleki eğitim politikalarının yürütülmesinde ve uygulanmasında yaşanan koordinasyon eksikliğidir. Yapılan kanuni düzenlemelerle çıraklık eğitimi sisteminde önemli gelişmeler kaydedilmiş olmakla birlikte, sistemin günün koşullarına göre geliştirilmesine duyulan ihtiyaç devam etmektedir. Çıraklık sisteminin iyileştirilmesi amacıyla mesleki eğitim merkezlerinin altyapı ve personel eksikliklerinin giderilmesi, çıraklık programlarının işletmelerin ihtiyaçları ve günün koşulları doğrultusunda sürekli güncellenmesi ve kaliteli eğitim verilmesini teminen etkin bir denetleme sisteminin oluşturulması gerekmektedir.

Gelişen ekonomiler ve buna bağlı olarak artan rekabet ortamında esnaf ve sanatkârların statik yapılarından kurtulup harekete geçmesi ve ekonominin önemli unsurlarından biri olarak faaliyetlerini sürdürebilmeleri için atılması gereken bir diğer önemli adım ise esnaf ve sanatkâr tanımının güncelleştirilip bu tanıma tüm faaliyetleri kapsayıcı çağdaş bir nitelik kazandırılmasıdır.

Bununla birlikte 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun yeniden gözden geçirilerek 200'den fazla meslek tanımına uyacak şekilde yapılandırılması, tek bir kanun altında farklı farklı mevzuata tabi olmanın karmaşasını yaşayan esnaf ve sanatkârın bu belirsizliklerden arındırılması, büyük bir oranda mevzuata bağlı sorunlarının ortadan kaldırılması açısından önem arz etmektedir.

Esnaf ve sanatkârların yoğun rekabet koşullarında eşit şartlarda rekabet edebilmesini sağlamak için eksik oldukları pazarlama, yönetim, satış, tanıtım, müşteri ilişkileri, iletişim, maliyet muhasebesi, kalite, belgelendirme ve teknoloji gibi konularda eğitim ve danışmanlık hizmetleri almalarının sağlanması, bu alanlardaki bilinç düzeylerinin ve destekler hakkındaki bilgi seviyelerinin artırılması büyük önem taşımaktadır.

Kayıt dışılık, özellikle gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlar için oldukça önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Kayıt dışılığın yanı sıra ağır bir vergi ve sosyal güvenlik ödemesi yükünün altında ezilen esnaf ve sanatkârların, ekonomik güçleri ile orantılı olarak vergi ve sosyal güvenlik ödemesine tabi olmaları mevcut durumlarının iyileştirilmesi açısından önemli bir adım olacaktır.

Esnaf ve sanatkârların bağlı oldukları meslek örgütlerinin yeniden yapılandırılarak daha çok üyelerine hizmet sunan ve üyelerinin sorunlarına çözüm bulan bir yapıya kavuşturulması da öncelikli alanlar arasında yer almaktadır.

Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik alt sektöründe olduğu gibi açılan ve kapanan esnaf ve sanatkâr sayısının çok olmasının arkasındaki en önemli nedenler; denetimsiz bir şekilde alınan iş yeri açma kararları ve meslek ehli olmayan kişilerin kolayca iş yeri açmasıdır. Bunun önlenebilmesi için esnaf ve sanatkâr işletmeleri kurulmadan önce, kişilere iş kurma eğitimleri ve danışmanlık hizmetleri ile birlikte eczanelerin açılmasında uygulanan "lokasyon" belirleme uygulamasının getirilmesinin faydalı olacağı kesindir.

Alanya Bakkallar, Bayiler Esnaf ve Sanatkârlar Odasının iyi örnek uygulamasına istinaden günümüz rekabet koşullarına ayak uydurabilmesi için esnaf ve sanatkârların bir araya getirilerek ortak iş yapma ve ortak hareket etme kültürlerinin geliştirilmesi ve desteklenmesi

çok büyük önem arz etmektedir. Bu amaçla esnaf ve sanatkârlara yönelik ortak satın alma, kooperatifleşme ve kümelenme gibi modeller geliştirilmeli ve bu konularda esnaf ve sanatkârlara özel destek ve teşvik mekanizmaları oluşturulmalıdır.

Özellikle gıda sektörü özelinde AVM'ler, hipermarketler, zincir mağazalar ve cep marketler esnaf ve sanatkârların karşısında ciddi bir haksız rekabet gücü oluşturmaktadır. Süper-hipermarketler ve zincir mağazalar, sattıkları ürünleri büyük partiler hâlinde ve buna bağlı olarak daha ucuza almakta ve tüketiciye sunmaktadır. Ayrıca, üretici firmaların mallarını satarken bu firmalardan raf kirası ve benzeri adlar altında paralar tahsil etmekte ve işletme giderlerini asgariye düşürmektedirler. Bunun yanında, temel tüketim maddelerinin aynı zamanda imalatçısı rolünü de üstlenmektedirler. Devletten ve yerel yönetimlerden çeşitli konularda teşvik görmeleri de dikkate alındığında, doğal olarak birçok kalemde gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlardan çok daha ucuza satış yapabilmektedirler. AB ve gelişmiş ülkelerde olduğu gibi bu mağazaların çalışma kurallarına ilişkin olarak hukuki düzenlemelerin olmaması ve lokasyonlarının şehir içinde bulunması, gıda sektöründe yer alan esnaf ve sanatkârlar için büyük bir tehlike oluşturmaktadır.

Ticari hayatın daha sağlıklı hâle gelmesi, kamu yararının korunması ve rekabet hukuku açısından esnaf ve sanatkâr ile büyük mağazaların, hukuki zeminde ve rekabet şartlarına uygun olarak, AB ve gelişmiş ülke normları da göz önüne alınarak çağdaş bir ortamda ticari faaliyetlerini sürdürmeleri amaçlanmalı; bu kuralsız çalışma ve beraberinde gelen haksız rekabet ortamı, düzene ve prensiplere kavuşturulmalıdır.

Yapılan odak grup toplantılarının sonucu, esnaf ve sanatkârlar adına ortaya pek güzel bir tablo çıkartmasa da sorunların çözüme kavuşması adına ümit vericidir. Odak grup toplantıları neticesinde esnaf ve sanatkârlar yaşadıkları mevcut sorunlar ile ilgili kurumları yanlarında görmek istemekte ve sorunlara uygulanabilir ve sürdürülebilir çözüm yollarının bulunabilmesi sürecinde kendilerinin muhatap alınmasını, sıkıntıların birlikte üstesinden gelinmesini istemektedirler. Raporda yer alan sorunların bir kısmı esnaf ve sanatkârların kendi çözebilecekleri sorunları oluşturmaktadır. Fakat büyük bir kısmı politika yapıcı kurumların sorumluluk alarak çözebileceği sorunlardır. Sorunların bazıları, üzerine gidildiğinde hızlı bir şekilde çözüme kavuşacak; bazıları da uzun vadede yoluna girecek sorunlardır.

Sonuç olarak yukarıda özetlenen tüm bu sorunlar ve ne yazık ki bilinmesine rağmen bir türlü uygulamaya geçirilemeyen çözümler nedeni ile esnaf ve sanatkârlar hızla yok olma sürecine girmektedir. Dolayısıyla, yukarıda özetlenen ve gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlar özelinde ayrıntılı olarak ortaya konulan sorunların irdelenmesi ve sunulan çözüm önerilerinin hayata geçirilmesi aciliyet taşımaktadır. Bunun için Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü bünyesinde alt sektörlerle ilgili tüm kamu kurum ve kuruluşları, STK'lar, ilgili meslek örgüt temsilcileri, esnaf ve sanatkâr temsilcileri ve üniversitelerin yer aldığı "alt sektörler özelinde komisyonlar"ın kurulması ve bu komisyonların "sorun" odaklı çalışmalardan çok "çözüm" odaklı çalışmalar yaparak uygulamaya yönelik icraatlarda bulunması büyük önem taşımaktadır.

Bölüm 2

Sektörde / Alt Sektörde Yer Alan Mesleklere
İlişkin Bulgu ve Değerlendirmeler

1. Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu

1.1. Meslek Tanımları

Un ve unlu mamuller alt sektör grubunda tanımlanan meslekler ve tanımları aşağıdaki tabloda özetlenmiştir:

Tablo 11. Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu Meslek Tanımları

Meslek	Tanım
Fırıncılık	Ticari fırın, lokanta veya pastanelerde, ekmek, kek, pasta veya börek, pide gibi fırında pişirilen yiyecek maddelerin imal edilmesi ve satılmasıdır.
Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı	Arpa, buğday, mısır gibi bakliyat haricindeki tarım ürünlerinin ticaretinin yapılmasıdır.
Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı	Değişik miktarlarda un, şeker, yağ gibi besin maddelerini kullanarak, çeşitli pişirme teknikleriyle pasta, tatlı, poğaça çeşitleri, kuru pasta ve mayalı ürünleri, kek, yaş pasta ve börekleri hazırlama, pişirme ve satma mesleğidir.

Bu tanımlar mevcut durum analizi neticesinde İŞKUR tanımları dikkate alınarak yapılmış tanımlardır. İŞKUR tarafından meslek değil, mesleği icra eden kişi tanımlandığı için, raporun gerektirdiği doğrultuda bu tanımlar baz alınarak ufak revizeler yapılmıştır. Bununla birlikte Mesleki Yeterlilik Kurumu (MYK) tarafından fırıncılar için yapılan tanım ise şöyledir:

Tablo 12. Fırıncılık MYK Meslek Tanımı

Meslek	MYK Tanımı
Fırın ve Unlu Mamuller Üretim Operatörü (Seviye 4)	İş Sağlığı Güvenliği ile çevreye ilişkin önlemleri alarak, gıda güvenilirliği, kalite ve verimlilik işlemlerini yürüten, üretim öncesi hazırlık yapan, hamur yapan, hamura şekil veren, hamuru pişiren, ürünün dolgu ve kaplama işlemlerini gerçekleştiren, makine ve ekipmanların periyodik bakımlarının yapılmasını sağlayan ve mesleki gelişim faaliyetlerine katılan nitelikli kişidir.

Bu meslekler dışındaki tüm mesleklerde İŞKUR'un meslek tanımlarından esnaflara en yakın olanlar değerlendirilerek kullanılmıştır.

1.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi

Tahıllar insanoğlunun tarımı keşfetmesi ve yerleşik hayata geçmesinin ardından birincil besin maddeleri arasında yerini almıştır. Tahıl üretimine elverişsiz alanlarda yaşayan insanlar ise hayatlarını sürdürebilmek, kendilerinin ve hayvanlarının yiyecek ihtiyaçlarını karşılayabilmek için tahıl üreticileri ile alışveriş yapmaya başlamışlardır. Böylelikle dünya tahıl ticaretinin temelleri atılmıştır. Bilim insanlarına göre bu ticari faaliyet, ilk tahıl ürünlerinin yetiştirildiği MÖ 9000'li yıllara kadar dayanmaktadır. Erken ticaret evresinde insanlar bu ticareti takas yöntemiyle yürütmekteydiler ve ticareti yapılan ürün miktarı, o zamanlarda üretimin zor olması nedeniyle oldukça düşüktü. Ancak sonraki dönemlerde tohum ıslahının keşfi ile artan ürün verimi, tekerleğin icat edilmesi ve para ekonomisine geçilmesi ile tahıl ticaretinin işlem hacminde büyük bir gelişme kaydedilmiş ve un, kepek, yem ve zahire satıcılığı mesleği oluşmuştur.

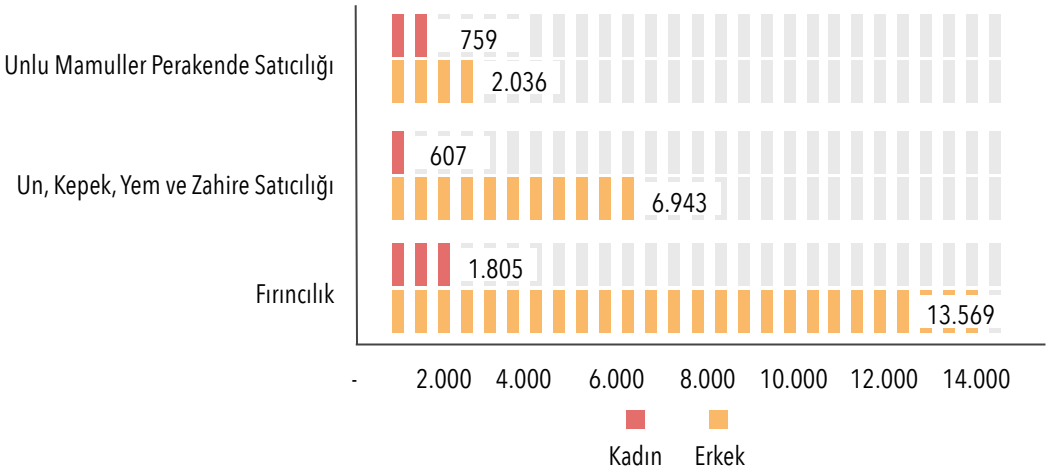
Ekmek, tarih boyunca insanlığın en temel gıda ürünlerinden biri olmuştur. Tarihsel verilere göre ekmeğin MÖ 4000'li yıllarda su ile ezilmiş tahılların karıştırılmasıyla oluşan macun formundaki malzemenin ateşle temasıyla keşfedildiği düşünülmektedir. MÖ 2600'lere gelindiğinde ise Mısırlılar mayayı keşfederek günümüzdekine benzer ekmekler üretmişler ve fırıncılık mesleğinin temellerini atmışlardır. MÖ 500'lerde ticari fırınlar kurulmaya başlanmış ve bunu takiben ekmeğin kabarması için bira mayası ve şıraya katılan darıdan elde edilen karışımlar kullanılmaya başlanmıştır. MÖ 300'lü yıllara gelindiğinde ise Roma başta olmak üzere dünyanın çeşitli merkezlerindeki fırınların sayısı yüzleri aşmış, hatta ürün gramajı ve fiyatı kanunlarla belirlenir olmuştur. Osmanlı Devleti Dönemi'nde de ekmeğin en temel besin maddelerinden biri olması sebebiyle halkın ekmek ihtiyacını karşılamak devletin en önemli görevlerinden biri hâlini almış ve fırıncılara uygun fiyatta un sağlanması için buğday piyasası kontrol altına alınarak fiyatları uygun seviyede tutulmuştur. Bunun gibi devlet politikaları fırıncılık mesleğinin önemini artırmanın dışında gelişimine de büyük katkı sağlamıştır.

Mikroorganizmaların dolayısıyla mayanın bilimsel olarak daha iyi anlaşılmasıyla 1792 yılında İngiltere'de ilk yaş maya üretilmiştir. 1868 yılında ilk ticari maya üretilmiş, bu gelişmelerle ekmek üretimi bilimsel bir boyut kazanmış ve fırıncılara daha lezzetli, kaliteli ve uzun ömürlü ekmekler üretme fırsatı sunulmuştur. Ayrıca, Sanayi Devrimi'nin getirdiği süreçle beraber, yıllar içinde, bilhassa Amerika'da mekanik fırınların, hamur karma makinesi gibi makinelerin geliştirilmesiyle sektör büyük bir sıçrama yaparak büyümeye başlamıştır. Teknolojinin getirdiği yenilikler Amerika'yı takiben kısa zamanda Avrupa ve ülkemizde de kendini göstermiştir. Bu sürecin getirdiği gelişmişlik seviyesinin ardından günümüzde unlu mamuller perakende satıcıları bol çeşitte, farklı tercihlere ve ekonomik seviyelere uygun lezzetli ürünler üretebilmektedir.

Unlu mamuller perakende satıcılığı tarihsel süreçte ilk başlarda fırıncılığın içinde yer almış olsa da ürün yelpazesinin genişlemesi ve teknolojik gelişmeler aracılığıyla üretimin artması gibi sebeplerden dolayı bu alandan ayrılmıştır ve gelişimini ayrı olarak sürdürmüştür.

1.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler

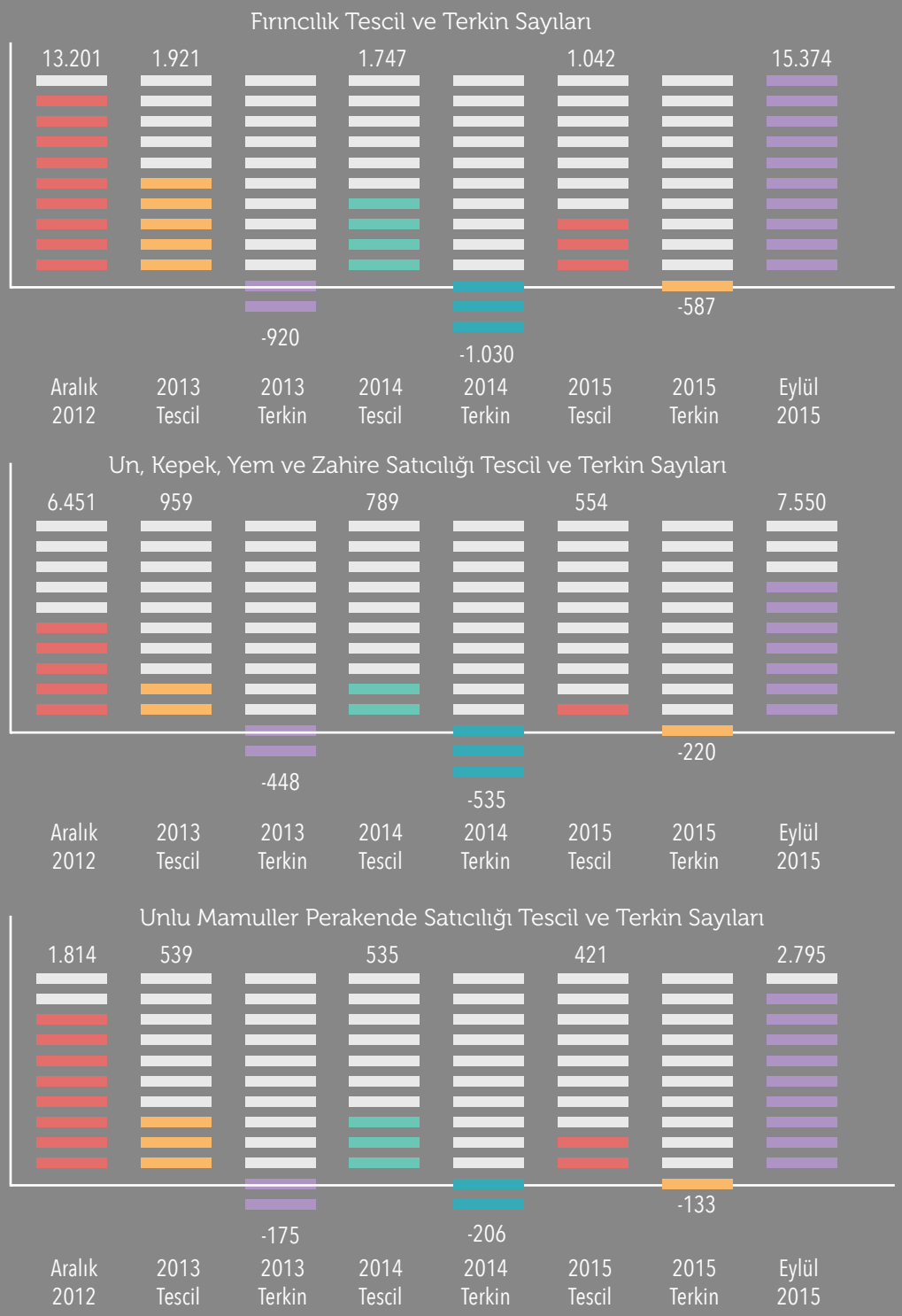
Tablo 13. Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu Mesleklere Göre Esnaf Sayısı ve Cinsiyet Dağılımı



Meslekte faaliyet gösteren esnaf sayıları incelendiğinde yukarıdaki tabloda görülen sonuçlar elde edilmiştir. Un ve unlu mamuller alt sektör grubunda kadınlar, toplam sayının yalnızca %12'sini oluşturmaktadır.

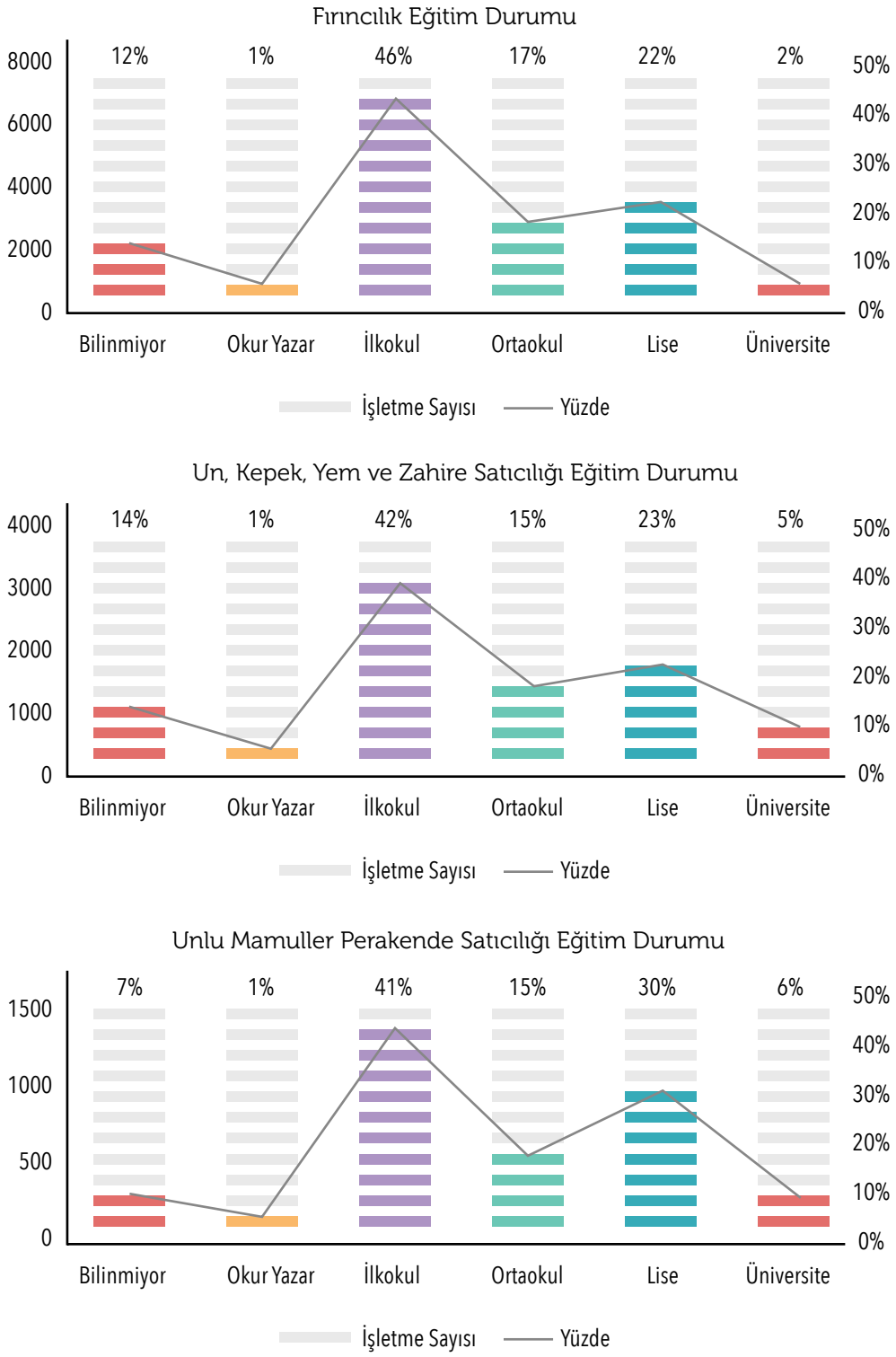
Mesleklerin yıllara göre tescil ve terkin sayıları da aşağıdaki şekilde gerçekleşmiştir:

Şekil 8. Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu Tescil ve Terkin Sayıları



Mesleklerde faaliyet gösteren esnafların eğitim durumları ise aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:

Şekil 9. Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu Eğitim Durumu



1.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı

1.4.1. Fırıncılık

Tablo 14. Fırıncılık Mesleği Bölgesel Dağılımları

BÖLGELER	KAYITLI ESNAF SAYISI
MARMARA BÖLGESİ	2.960
AKDENİZ BÖLGESİ	2.333
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	2.110
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	1.912
EGE BÖLGESİ	1.791
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	1.787
ORTA KARADENİZ BÖLGESİ	1.003
DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ	913
BATI KARADENİZ BÖLGESİ	565

1.4.2. Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı

Tablo 15. Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı Mesleği Bölgesel Dağılımları

BÖLGELER	KAYITLI ESNAF SAYISI
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	1.300
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	1.212
EGE BÖLGESİ	1.118
AKDENİZ BÖLGESİ	1.116
MARMARA BÖLGESİ	931
ORTA KARADENİZ BÖLGESİ	621
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	616
BATI KARADENİZ BÖLGESİ	364
DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ	272

1.4.3. Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı

Tablo 16. Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı Mesleği Bölgesel Dağılımları

BÖLGELER	KAYITLI ESNAF SAYISI
MARMARA BÖLGESİ	815
EGE BÖLGESİ	614
AKDENİZ BÖLGESİ	396
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	353
BATI KARADENİZ BÖLGESİ	177
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	152
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	130
ORTA KARADENİZ BÖLGESİ	96
DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ	62

1.5. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri

3308 sayılı Kanun gereğince çıraklık eğitimi uygulama kapsamındaki meslek dallarında iş yeri açacakların Millî Eğitim Bakanlığınca düzenlenmiş ustalık belgesine sahip olması ya da bu belgeye sahip olanları iş yerinde çalıştırması gerekmektedir.

Bu alt sektör grubunda faaliyet gösteren ve taşımacılık ve benzeri faaliyetlerde bulunacak esnaf ve sanatkârların yapacakları faaliyetlere uygun olan K2 yetki belgesini almaları zorunludur.

Ayrıca, "Hijyen Eğitimi Yönetmeliği'ne" göre un ve unlu mamuller alt sektör grubuna dâhil esnafların iş yerlerinde, Millî Eğitim Bakanlığı tarafından verilen hijyen eğitim sertifikasına sahip olmayan kişiler çalıştırılamaz. Esnaflar, bu eğitimin bütün çalışanlara verilmesini sağlamakla yükümlüdür.

Gıda sektörü esnafını yakından ilgilendiren gelişmelerden biri de helal gıdaya olan talebin artmasıdır. Dünyada ve Türkiye'de son yıllarda gıdaların İslami usullere göre hazırlandığını belgelemek, tüketici güveni açısından önemli bir hâle gelmiştir.

Bu alt sektör grubunu da ilgilendiren "Helal Uygunluk Belgelendirmesi" sağlıklı yaşam için üreticinin ne ürettiğinin, tüketicinin de ne tükettiğinin farkına varmasını, denetim mekanizmalarının çalışmasını, etiketlerdeki beyan ile gerçekteki içerik tutarlılığının ve analiz kabiliyetinin artmasını sağlamaktadır. Bu durum tüketiciye sunulan ürünlerdeki beyanların doğruluğu ile ürünlerin kaynağında varsa helal olmayan unsurlar (domuz, kan, leş, alkol içeriği, et ürünlerinde helal kesim) hakkında bilgi sağlamaktadır. TSE bu belgelendirme sürecini Diyanet İşleri Başkanlığı ile birlikte yürütmektedir.

1.6. Meslekteki Üretim Eğilimleri

1.6.1. Kullanılan Gereçler, Teknoloji

Tablo 17. Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu Kullanılan Araç & Gereçler

Meslek	Kullanılan Araç & Gereçler
Fırıncılık	Ambalaj makineleri, Aparat çeşitleri Ara dinlendirme makinesi, Basınçlı su ve hava tabancası Batırma/kaplama makineleri, Bıçak çeşitleri Buz makinesi, Dekor aparatı Dilimleme/kesme makinesi, Dolgu makinesi Elek çeşitleri, Endüstriyel fırın çeşitleri Etiketleme makinesi, Farklı özellikteki kaplar Fermantasyon ünitesi, Gramaj kontrol kapları Hamur /krema arabaları, Hamur kesme aleti (keski), Hamur teknesi, Hamur yoğurma kazanı, hamur tahtası, Kalıp çeşitleri, Karıştırıcı çeşitleri, Kesme–tartma makineleri Kişisel koruyucu donanımlar (baret, eldiven, gözlük, vizör, bone, iş elbisesi, iş ayakkabısı, maske, kulaklık, vb.) Kronometre, Kumpas, Magazinler, Mastar Mayalandırma kabini / istim odası / buhar odası Metal detektörü, Mikserler (Çırpıcı), Nem ölçer, Ocaklar, Palet çeşitleri, Pasa tahtası ve bezi, pH Metre

Fırıncılık	Refraktometre, Silindirik / uzun şekil vericiler Silindirler, Soğutma tüneli, Soğutucu ünitesi Spatula ve hacim bıçağı, Şekil verme makinesi Tank ve kova çeşitleri, Taşıma ve kaldırma araçları Tava, Tava arabası, Temel el aletleri (çekiç, pense, vb.) Tempermetre, Terazi, Terazi termometre, Termometre, Transpalet Un, su, tuz, şeker, yumurta, yağ, maya, susam, hamur, pekmez, tahin, içli pide malzemeleri, Uzun saplı ağaç kürek, odun, Yangın söndürme ekipmanları, Yoğunluk hacim kapları Yuvarlak şekil vericiler, Yuvarlama makinesi
Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı	Zahire küreği, Un çuvalı, Torba, Tartı, Temizlik araç ve gereçleri (çekçek, dezenfektanlar, dezenfektan havuzu, fırça çeşitleri, kâğıt havlu, sabun, sünger, temizlik bezleri, temizlik deterjanları), Kişisel koruyucu donanımlar (bone, eldiven çeşitleri, galoş, kep, maske gibi) Ofis malzemeleri
Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı	Arabalar (malzeme arabaları, servis arabaları) Bilgisayar Dolap çeşitleri (buzdolabı, derin dondurucular, çelik dolaplar gibi) Elektrikli donanımlar (aspiratör, blender/karıştırıcı, davlumbaz, fırın çeşitleri, hamur makinesi, meyve sıkıcılar, mutfak robotu, tulumba makinesi gibi) İletişim araçları (telsiz, telefon, çağrı cihazı gibi) İş Sağlık ve Güvenliği ile ilgili donanımlar (ecza dolabı, yangın talimatları, yangın tüpleri, uyarı levhaları gibi) Kişisel koruyucu donanımlar (bone, eldiven çeşitleri, galoş, kep, maske gibi) Matbu formlar (arıza bildirim formu, gıda güvenliği ile ilgili formlar, işlem formları, kullanım talimatları, mönüler, reçeteler, satın alma sipariş formu gibi) Mutfak araç, gereç ve donanımları (açacak çeşitleri, bardak çeşitleri, baskül, bıçak çeşitleri, çalışma tahtası, çalışma tezgâhı, çatal çeşitleri, elek, fırçalar, huni, kaşık çeşitleri, kazanlar, kap çeşitleri, kepçe çeşitleri, kevgir, kızartma teli çeşitleri, krema torbası ve duyları, küvet çeşitleri, masat, maşa, merdane, mikser/çırpıcı, mutfak terazisi, ocak çeşitleri, oklava, ölçü kapları, parfe kalıbı, parizyen kaşığı, rende, rulet, sıkma torbası, süsleme aleti çeşitleri, süzgeç, soyacak çeşitleri, spatula çeşitleri, Şanti torbası, tart kalıbı çeşitleri, tava, tencere, tepsi çeşitleri, yiyecek termometresi gibi) Ofis malzemeleri Pasta vitrinleri Numune kabı Temizlik araç ve gereçleri (çekçek, dezenfektanlar, dezenfektan havuzu, fırça çeşitleri, kâğıt havlu, sabun, sünger, temizlik bezleri, temizlik deterjanları) Vardiyalar arası iletişim defteri

1.6.2. Meslekte Üretilen Başlıca Ürünler

Fırıncılık mesleğinde üretilen/satılan başlıca ürünler aşağıda sıralanmıştır:

- Küçük ekmekler
- Kuruvasanlar&Çörekler
- Bagetler
- Arpa ekmeği
- Tam buğday ekmeği
- Kepek ekmeği
- Çavdar ekmeği
- Büyük ekmek
- Simit çeşitleri
- Poğaça çeşitleri
- Kurabiye&Kek

Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı mesleğinde üretilen/satılan başlıca ürünler aşağıda sıralanmıştır:

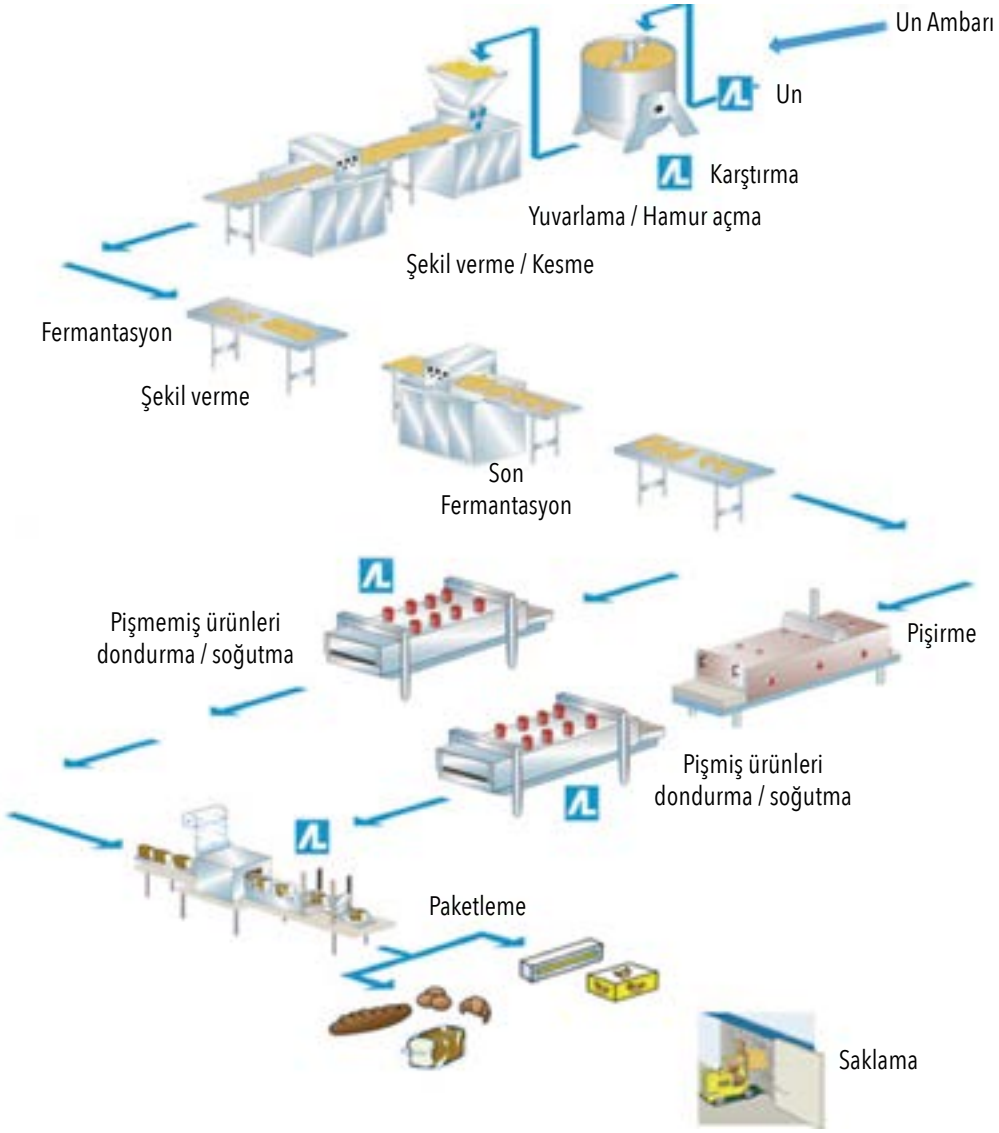
- Un
- Buğday
- Razmol
- Kepek
- Arpa (kırma)
- Arpa (tane)
- Arpa (ezme)
- Mısır küspesi
- Pancar küspesi
- Mısır (tane)
- Mısır (kırılmış)
- Ayçiçek küspesi
- Çavdar
- Yulaf
- Tohum
- Bakliyat ürünleri
- Yem
- Zahireler

Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı mesleğinde üretilen/satılan başlıca ürünler aşağıda sıralanmıştır:

- Poğaça
- Kurabiye
- Kek çeşitleri
- Kuruvasanlar
- Çörekler
- Yaş pasta
- Kuru pasta
- Simit
- Sütlü tatlılar
- Şerbetli tatlılar
- Taze sıkılmış meyve suları
- Açma
- Börek
- Sandviç
- Krikkrak

1.6.3. Meslekteki Üretim Süreçleri

Şekil 10. Ekmek / Unlu Mamul Üretim Süreci



Unlu mamuller üretiminde temel ham madde buğday ağırlıklı olmak üzere arpa gibi tahıllardan elde edilen undur. Çiftçilerden ya da büyük un firmalarından elde edilen undan; maya, su ve tuz ile karıştırılarak hamur elde edilir. Bu hamur daha sonra karıştırma, yuvarlama, açma ve şekil verme aşamalarından geçer. Fermantasyon ve şekil verme süreçlerinden sonra pişirilen ürünler soğutularak satışa hazır hâle getirilir ve duruma göre paketlenerek ya da paketlenmeden müşteriye ulaştırılır.

1.7. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

1.7.1. Fırıncılık

Fırıncılık mesleğindeki esnafların gelir/gider durumu incelendiğinde Türkiye genelinde toplam oluşturulan ciro 2,9 milyar TL, toplam kâr 152 milyon TL ve toplam zarar ise 36 milyon TL olmuştur. İşletme başına kârlılık ise Türkiye genelinde 8.490 TL olarak gerçekleşmiştir.

Fırıncılık mesleğinde işletme başına en çok kâr bildiren il, 23.835 TL ile Bursa olurken; işletme başına en çok zarar bildiren il, 3.664 TL ile Şırnak olmuştur.

Tablo 18. Fırıncılık İllere göre Kâr / Zarar Beyanları -2014

Fırıncılık									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ADANA	84.091 ₺	3.979 ₺	525 ₺	7.412 ₺	K.MARAŞ	29.573 ₺	2.560 ₺	92 ₺	10.548 ₺
ADIYAMAN	11.930 ₺	1.118 ₺	194 ₺	2.759 ₺	KARABÜK	30.482 ₺	1.649 ₺	112 ₺	23.642 ₺
AFYON	20.544 ₺	670 ₺	277 ₺	3.360 ₺	KARAMAN	14.698 ₺	549 ₺	18 ₺	6.977 ₺
AĞRI	14.767 ₺	491 ₺	191 ₺	3.528 ₺	KARS	16.684 ₺	681 ₺	0 ₺	13.092 ₺
AKSARAY	16.770 ₺	412 ₺	563 ₺	-1.440 ₺	KASTAMONU	49.069 ₺	1.756 ₺	379 ₺	11.018 ₺
AMASYA	7.977 ₺	564 ₺	84 ₺	8.578 ₺	KAYSERİ	72.205 ₺	2.681 ₺	1.037 ₺	4.205 ₺
ANKARA	74.841 ₺	3.846 ₺	1.399 ₺	14.657 ₺	KIRIKKALE	8.021 ₺	335 ₺	329 ₺	143 ₺
ANTALYA	98.377 ₺	4.040 ₺	1.347 ₺	14.101 ₺	KIRKLARELİ	13.612 ₺	852 ₺	255 ₺	8.778 ₺
ARDAHAN	4.888 ₺	136 ₺	67 ₺	3.623 ₺	KIRŞEHİR	5.454 ₺	414 ₺	34 ₺	5.940 ₺
ARTVİN	7.855 ₺	463 ₺	294 ₺	2.674 ₺	KİLİS	5.164 ₺	313 ₺	68 ₺	2.243 ₺
AYDIN	40.974 ₺	2.151 ₺	230 ₺	16.419 ₺	KOCAELİ	109.784 ₺	7.162 ₺	908 ₺	20.306 ₺
BALIKESİR	72.327 ₺	4.676 ₺	968 ₺	15.073 ₺	KONYA	37.383 ₺	1.374 ₺	605 ₺	3.356 ₺
BARTIN	11.414 ₺	670 ₺	67 ₺	17.729 ₺	KÜTAHYA	18.998 ₺	1.036 ₺	353 ₺	4.466 ₺
BATMAN	7.029 ₺	163 ₺	6 ₺	2.759 ₺	MALATYA	38.254 ₺	2.622 ₺	573 ₺	5.773 ₺
BAYBURT	5.039 ₺	286 ₺	57 ₺	5.211 ₺	MANİSA	68.751 ₺	4.564 ₺	413 ₺	11.659 ₺
BİLECİK	10.745 ₺	532 ₺	135 ₺	10.438 ₺	MARDİN	13.942 ₺	667 ₺	219 ₺	2.216 ₺
BİNGÖL	6.767 ₺	196 ₺	5 ₺	3.737 ₺	MERSİN	61.166 ₺	3.101 ₺	414 ₺	8.839 ₺
BİTLİS	8.308 ₺	360 ₺	93 ₺	3.306 ₺	MUĞLA	53.638 ₺	3.421 ₺	616 ₺	15.848 ₺
BOLU	13.638 ₺	1.033 ₺	82 ₺	21.148 ₺	MUŞ	8.823 ₺	238 ₺	37 ₺	2.903 ₺
BURDUR	11.495 ₺	453 ₺	117 ₺	4.666 ₺	NEVŞEHİR	17.802 ₺	898 ₺	161 ₺	9.102 ₺
BURSA	119.475 ₺	8.543 ₺	463 ₺	23.835 ₺	NİĞDE	16.167 ₺	557 ₺	398 ₺	1.350 ₺
ÇANAKKALE	30.084 ₺	2.439 ₺	196 ₺	14.467 ₺	ORDU	39.828 ₺	1.958 ₺	351 ₺	5.841 ₺
ÇANKIRI	11.279 ₺	481 ₺	173 ₺	7.708 ₺	OSMANİYE	24.513 ₺	1.543 ₺	289 ₺	7.833 ₺
ÇORUM	26.759 ₺	1.180 ₺	455 ₺	4.594 ₺	RİZE	27.291 ₺	1.198 ₺	243 ₺	9.639 ₺
DENİZLİ	40.260 ₺	1.938 ₺	452 ₺	10.614 ₺	SAKARYA	78.901 ₺	4.119 ₺	482 ₺	16.455 ₺
DİYARBAKIR	29.135 ₺	1.933 ₺	390 ₺	5.375 ₺	SAMSUN	104.023 ₺	5.931 ₺	607 ₺	13.899 ₺
DÜZCE	37.044 ₺	1.064 ₺	125 ₺	13.228 ₺	SİİRT	3.765 ₺	312 ₺	234 ₺	1.048 ₺

Fırıncılık									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
EDİRNE	14.996 ₺	992 ₺	217 ₺	10.472 ₺	SİNOP	17.385 ₺	826 ₺	116 ₺	8.253 ₺
ELAZIĞ	29.847 ₺	1.084 ₺	354 ₺	2.635 ₺	SİVAS	20.673 ₺	845 ₺	558 ₺	1.294 ₺
ERZİNCAN	26.045 ₺	1.098 ₺	793 ₺	3.546 ₺	ŞANLIURFA	58.134 ₺	3.024 ₺	288 ₺	4.598 ₺
ERZURUM	47.427 ₺	2.073 ₺	381 ₺	8.765 ₺	ŞIRNAK	2.864 ₺	87 ₺	219 ₺	-3.664 ₺
ESKİŞEHİR	4.940 ₺	396 ₺	14 ₺	16.603 ₺	TEKİRDAĞ	26.261 ₺	1.353 ₺	149 ₺	8.986 ₺
GAZİANTEP	34.430 ₺	1.759 ₺	241 ₺	8.384 ₺	TOKAT	13.135 ₺	624 ₺	112 ₺	6.643 ₺
GİRESUN	41.462 ₺	1.852 ₺	204 ₺	6.838 ₺	TRABZON	79.939 ₺	4.773 ₺	1.897 ₺	8.795 ₺
GÜMÜŞHANE	7.038 ₺	260 ₺	40 ₺	3.793 ₺	TUNCELİ	4.034 ₺	266 ₺	3 ₺	8.212 ₺
HAKKÂRİ	2.452 ₺	127 ₺	29 ₺	3.059 ₺	UŞAK	8.545 ₺	566 ₺	34 ₺	10.238 ₺
HATAY	52.528 ₺	2.862 ₺	679 ₺	3.755 ₺	VAN	21.974 ₺	788 ₺	484 ₺	1.922 ₺
IĞDIR	3.061 ₺	117 ₺	146 ₺	-1.019 ₺	YALOVA	13.181 ₺	556 ₺	356 ₺	4.151 ₺
ISPARTA	29.085 ₺	1.763 ₺	171 ₺	14.085 ₺	YOZGAT	13.911 ₺	684 ₺	56 ₺	4.335 ₺
İSTANBUL	390.504 ₺	17.694 ₺	7.460 ₺	9.783 ₺	ZONGULDAK	40.812 ₺	2.135 ₺	379 ₺	18.890 ₺
İZMİR	146.420 ₺	7.555 ₺	1.906 ₺	11.794 ₺					
Türkiye Toplam						**2.942.885 ₺**	**152.473 ₺**	**35.569 ₺**	**8.490 ₺**

1.7.2. Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı

Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı mesleği özelinde inceleme yapıldığında Türkiye genelinde toplam oluşturulan ciro 6 milyar TL, toplam kâr 89 milyon TL ve toplam zarar ise 10 milyon TL olmuştur. İşletme başına kârlılık ise Türkiye genelinde 11.941 TL olarak gerçekleşmiştir.

Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı mesleğinde işletme başına en çok kâr bildiren il, 29.635 TL ile Kocaeli olurken; işletme başına en çok zarar bildiren il, 1.416 TL ile Muş olmuştur.

Tablo 19. Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı İllere göre Kâr / Zarar Beyanları -2014

Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ADANA	146.624 ₺	3.551 ₺	52 ₺	15.762	KARABÜK	8.877	355	47	12.351
ADIYAMAN	43.639 ₺	1.150 ₺	25 ₺	10.511	KARAMAN	8.381	166	26	6.651
AFYON	99.744 ₺	1.989 ₺	70 ₺	13.517	KARS	19.025	795	101	11.368
AĞRI	14.035 ₺	281 ₺	34 ₺	7.470	KASTAMONU	32.388	1.324	28	14.235

Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
AKSARAY	49.285 ₺	1.014 ₺	119 ₺	8.858 ₺	KAYSERİ	93.803 ₺	3.305 ₺	141 ₺	28.760 ₺
AMASYA	32.757 ₺	613 ₺	48 ₺	8.821 ₺	KIRIKKALE	25.626 ₺	1.018 ₺	181 ₺	19.920 ₺
ANKARA	83.124 ₺	1.302 ₺	166 ₺	9.628 ₺	KIRKLARELİ	30.086 ₺	728 ₺	165 ₺	11.259 ₺
ANTALYA	61.710 ₺	1.512 ₺	154 ₺	9.914 ₺	KIRŞEHİR	37.663 ₺	460 ₺	31 ₺	11.011 ₺
ARDAHAN	2.493 ₺	75 ₺	1 ₺	6.210 ₺	KİLİS	10.952 ₺	120 ₺	15 ₺	6.551 ₺
ARTVİN	1.916 ₺	61 ₺	1 ₺	3.990 ₺	KOCAELİ	108.691 ₺	1.493 ₺	11 ₺	29.635 ₺
AYDIN	44.111 ₺	1.182 ₺	80 ₺	11.017 ₺	KONYA	283.264 ₺	4.417 ₺	446 ₺	13.838 ₺
BALIKESİR	150.246 ₺	3.813 ₺	299 ₺	16.894 ₺	KÜTAHYA	54.492 ₺	1.299 ₺	193 ₺	9.536 ₺
BARTIN	5.938 ₺	211 ₺	0 ₺	10.040 ₺	MALATYA	23.610 ₺	973 ₺	21 ₺	6.059 ₺
BATMAN	27.312 ₺	156 ₺	19 ₺	6.856 ₺	MANİSA	89.114 ₺	2.495 ₺	28 ₺	14.422 ₺
BAYBURT	2.826 ₺	94 ₺	0 ₺	7.234 ₺	MARDİN	99.743 ₺	377 ₺	66 ₺	3.935 ₺
BİLECİK	10.764 ₺	373 ₺	18 ₺	18.662 ₺	MERSİN	83.764 ₺	1.482 ₺	96 ₺	13.198 ₺
BİNGÖL	1.305 ₺	32 ₺	0 ₺	3.974 ₺	MUĞLA	29.011 ₺	942 ₺	14 ₺	16.296 ₺
BİTLİS	58 ₺	14 ₺	0 ₺	1.766 ₺	MUŞ	2.310 ₺	12 ₺	24 ₺	-1.416 ₺
BOLU	29.347 ₺	870 ₺	152 ₺	17.511 ₺	NEVŞEHİR	32.919 ₺	703 ₺	3 ₺	10.155 ₺
BURDUR	87.926 ₺	1.535 ₺	60 ₺	14.609 ₺	NİĞDE	25.978 ₺	470 ₺	0 ₺	12.356 ₺
BURSA	95.446 ₺	3.019 ₺	279 ₺	20.297 ₺	ORDU	29.408 ₺	738 ₺	59 ₺	11.922 ₺
ÇANAKKALE	51.022 ₺	1.343 ₺	72 ₺	20.172 ₺	OSMANİYE	27.088 ₺	557 ₺	9 ₺	7.504 ₺
ÇANKIRI	38.624 ₺	643 ₺	59 ₺	11.920 ₺	RİZE	7.855 ₺	545 ₺	11 ₺	14.039 ₺
ÇORUM	82.957 ₺	1.161 ₺	133 ₺	7.142 ₺	SAKARYA	552.995 ₺	4.695 ₺	613 ₺	20.010 ₺
DENİZLİ	80.324 ₺	1.452 ₺	44 ₺	19.822 ₺	SAMSUN	177.461 ₺	2.039 ₺	396 ₺	10.023 ₺
DİYARBAKIR	297.965 ₺	1.823 ₺	58 ₺	14.955 ₺	SİİRT	3.175 ₺	15 ₺	0 ₺	3.056 ₺
DÜZCE	362.434 ₺	1.896 ₺	1.671 ₺	2.353 ₺	SİNOP	4.432 ₺	318 ₺	1 ₺	7.931 ₺
EDİRNE	18.987 ₺	467 ₺	220 ₺	4.850 ₺	SİVAS	33.300 ₺	803 ₺	125 ₺	12.117 ₺
ELAZIĞ	14.618 ₺	285 ₺	26 ₺	587 ₺	ŞANLIURFA	1.224.500 ₺	5.177 ₺	448 ₺	9.751 ₺
ERZİNCAN	20.613 ₺	189 ₺	58 ₺	5.265 ₺	ŞIRNAK	4 ₺	0 ₺	0 ₺	107 ₺
ERZURUM	22.210 ₺	708 ₺	28 ₺	8.189 ₺	TEKİRDAĞ	5.863 ₺	255 ₺	78 ₺	8.033 ₺
ESKİŞEHİR	60.565 ₺	1.348 ₺	34 ₺	23.887 ₺	TOKAT	86.272 ₺	2.334 ₺	336 ₺	14.588 ₺
GAZİANTEP	110.373 ₺	1.419 ₺	19 ₺	11.565 ₺	TRABZON	75.164 ₺	1.402 ₺	85 ₺	11.553 ₺
GİRESUN	14.533 ₺	392 ₺	26 ₺	7.191 ₺	TUNCELİ	956 ₺	64 ₺	0 ₺	5.302 ₺
GÜMÜŞHANE	7.993 ₺	140 ₺	3 ₺	8.093 ₺	UŞAK	81.098 ₺	1.253 ₺	319 ₺	7.534 ₺
HATAY	39.829 ₺	1.039 ₺	223 ₺	4.585 ₺	VAN	8.340 ₺	112 ₺	9 ₺	2.410 ₺
IĞDIR	9.863 ₺	118 ₺	2 ₺	6.802 ₺	YALOVA	2.188 ₺	37 ₺	0 ₺	7.392 ₺
ISPARTA	27.850 ₺	579 ₺	69 ₺	13.073 ₺	YOZGAT	130.747 ₺	1.661 ₺	872 ₺	4.217 ₺
İSTANBUL	28.255 ₺	865 ₺	98 ₺	17.036 ₺	ZONGULDAK	18.464 ₺	371 ₺	2 ₺	15.402 ₺
İZMİR	153.103 ₺	3.666 ₺	218 ₺	14.991 ₺					
K.MARAŞ	51.925 ₺	1.485 ₺	24 ₺	9.940 ₺					
Türkiye Toplam						**6.053.562 ₺**	**89.175 ₺**	**9.659 ₺**	**11.941 ₺**

1.7.3. Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı

Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı mesleği özelinde inceleme yapıldığında Türkiye genelinde toplam oluşturulan ciro 410 milyon TL, toplam kâr 19 milyon TL ve toplam zarar ise 11 milyon TL olmuştur. İşletme başına kârlılık ise Türkiye genelinde 3.639 TL olarak gerçekleşmiştir.

Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı mesleğinde işletme başına en çok kâr bildiren il, 23.325 TL ile Karabük olurken; işletme başına en çok zarar bildiren il, 32.013 TL ile Çankırı olmuştur.

Tablo 20. Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı İllere göre Kâr / Zarar Beyanları -2014

Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ADANA	111 ₺	0 ₺	17 ₺	-5.654 ₺	KARABÜK	9.183 ₺	724 ₺	47 ₺	23.325 ₺
ADIYAMAN	442 ₺	34 ₺	5 ₺	2.636 ₺	KARAMAN	3.732 ₺	107 ₺	29 ₺	2.711 ₺
AFYON	4.813 ₺	263 ₺	12 ₺	5.955 ₺	KARS	133 ₺	9 ₺	0 ₺	9.227 ₺
AĞRI	313 ₺	16 ₺	0 ₺	4.005 ₺	KASTAMONU	9.565 ₺	554 ₺	22 ₺	15.188 ₺
AMASYA	484 ₺	17 ₺	4 ₺	2.018 ₺	KAYSERİ	2.377 ₺	106 ₺	135 ₺	-928 ₺
ANKARA	19.736 ₺	604 ₺	527 ₺	591 ₺	KIRIKKALE	20 ₺	5 ₺	0 ₺	2.334 ₺
ANTALYA	18.768 ₺	773 ₺	178 ₺	10.631 ₺	KIRKLARELİ	1.502 ₺	34 ₺	60 ₺	-1851 ₺
ARDAHAN	572 ₺	53 ₺	0 ₺	8.854 ₺	KIRŞEHİR	412 ₺	16 ₺	37 ₺	-5.221 ₺
ARTVİN	197 ₺	25 ₺	0 ₺	6.303 ₺	KOCAELİ	9.722 ₺	465 ₺	199 ₺	8.562 ₺
AYDIN	3.662 ₺	285 ₺	98 ₺	6.682 ₺	KONYA	6.846 ₺	158 ₺	91 ₺	2.111 ₺
BALIKESİR	11.145 ₺	765 ₺	340 ₺	4.011 ₺	KÜTAHYA	1.395 ₺	73 ₺	8 ₺	3.221 ₺
BARTIN	735 ₺	36 ₺	1 ₺	6.956 ₺	MALATYA	290 ₺	20 ₺	0 ₺	5.031 ₺
BATMAN	1.322 ₺	26 ₺	28 ₺	-325 ₺	MANİSA	13.520 ₺	540 ₺	79 ₺	7.314 ₺
BİLECİK	2.838 ₺	103 ₺	69 ₺	2.857 ₺	MARDİN	1.258 ₺	48 ₺	17 ₺	3.951 ₺
BİNGÖL	78 ₺	4 ₺	3 ₺	266 ₺	MERSİN	18.892 ₺	791 ₺	248 ₺	4.724 ₺
BİTLİS	116 ₺	8 ₺	0 ₺	2.726 ₺	MUĞLA	4.571 ₺	267 ₺	14 ₺	21.091 ₺
BOLU	3.939 ₺	202 ₺	49 ₺	8.066 ₺	MUŞ	112 ₺	1 ₺	0 ₺	1.105 ₺
BURDUR	984 ₺	42 ₺	40 ₺	245 ₺	NEVŞEHİR	1.710 ₺	83 ₺	32 ₺	10.157 ₺
BURSA	29.885 ₺	1.598 ₺	414 ₺	6.070 ₺	NİĞDE	192 ₺	8 ₺	0 ₺	4.247 ₺
ÇANAKKALE	5.991 ₺	285 ₺	32 ₺	9.745 ₺	ORDU	767 ₺	33 ₺	0 ₺	4.716 ₺
ÇANKIRI	579 ₺	4 ₺	228 ₺	-32.013 ₺	OSMANİYE	527 ₺	69 ₺	0 ₺	6.286 ₺
ÇORUM	1.585 ₺	44 ₺	23 ₺	1.950 ₺	RİZE	5.455 ₺	207 ₺	8 ₺	11.057 ₺
DENİZLİ	12.430 ₺	625 ₺	79 ₺	12.705 ₺	SAKARYA	5.377 ₺	194 ₺	18 ₺	5.185 ₺
DİYARBAKIR	746 ₺	28 ₺	1 ₺	6.764 ₺	SAMSUN	13.654 ₺	371 ₺	109 ₺	5.051 ₺
DÜZCE	3.134 ₺	108 ₺	46 ₺	4.094 ₺	SİİRT	366 ₺	17 ₺	0 ₺	8.676 ₺
EDİRNE	1.020 ₺	80 ₺	2 ₺	2.680 ₺	SİNOP	2.254 ₺	119 ₺	8 ₺	5.054 ₺

Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ELAZIĞ	3.400 ₺	156 ₺	55 ₺	6.743 ₺	SİVAS	3.022 ₺	220 ₺	52 ₺	5.981 ₺
ERZİNCAN	6.570 ₺	216 ₺	51 ₺	6.114 ₺	ŞANLIURFA	7.300 ₺	362 ₺	71 ₺	3.833 ₺
ERZURUM	1.674 ₺	87 ₺	24 ₺	4.848 ₺	ŞIRNAK	381 ₺	12 ₺	0 ₺	5.817 ₺
ESKİŞEHİR	859 ₺	63 ₺	24 ₺	3.538 ₺	TEKİRDAĞ	173 ₺	17 ₺	0 ₺	5.516 ₺
GAZİANTEP	3.965 ₺	256 ₺	73 ₺	9.158 ₺	TOKAT	2.090 ₺	92 ₺	10 ₺	5.144 ₺
GİRESUN	1.288 ₺	66 ₺	2 ₺	3.978 ₺	TRABZON	901 ₺	84 ₺	29 ₺	5.005 ₺
HAKKÂRİ	323 ₺	10 ₺	0 ₺	5.018 ₺	TUNCELİ	1 ₺	0 ₺	0 ₺	262 ₺
HATAY	12.944 ₺	361 ₺	309 ₺	694 ₺	UŞAK	736 ₺	66 ₺	5 ₺	2.454 ₺
IĞDIR	0 ₺	0 ₺	0 ₺	0 ₺	VAN	5.852 ₺	174 ₺	28 ₺	6.644 ₺
ISPARTA	5.314 ₺	326 ₺	83 ₺	4.638 ₺	YALOVA	2.207 ₺	82 ₺	24 ₺	3.851 ₺
İSTANBUL	58.248 ₺	2.342 ₺	4.422 ₺	-7.672 ₺	YOZGAT	0 ₺	3 ₺	0 ₺	3.135 ₺
İZMİR	37.828 ₺	2.085 ₺	1.786 ₺	1.028 ₺	ZONGULDAK	5.144 ₺	338 ₺	117 ₺	11.038 ₺
K.MARAŞ	10.655 ₺	926 ₺	30 ₺	21.340 ₺					
Türkiye Toplam						410.383 ₺	19.303 ₺	10.552 ₺	3.639 ₺

1.8. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi

Tablo 21. Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu Yıllara Göre İstihdam Sayıları 2010-2015

Meslek	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010-2015 Artış
Fırıncılık	45.060	51.905	63.396	66.930	71.660	66.752	48%
Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı	5.429	6.860	8.463	8.874	10.448	10.100	86%
Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı	4.843	6.279	7.627	8.884	9.600	9.233	91%

Yıllar itibarıyla gıda sektörü esnaf işletmelerinin istihdam ettikleri personel sayılarına bakıldığında unlu mamuller perakende satıcılığının %91, zahirecilik mesleğinin %86, fırıncılık mesleğinin ise %48'lik bir istihdam artışı gerçekleştirdiği görülmektedir. Bu alt sektör grubunda en çok istihdam gerçekleştiren meslek ise 66.752 kişi ile fırıncılık mesleği olmuştur.

1.9. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri

Tablo 22. Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubunun Dış Ticaret Verileri 2015

Meslekler	İhracat Sayısı	İhracat Tutarı	İthalat Sayısı	İthalat Tutarı
Fırıncılık	22	$1.428.149	96	$2.620.005
Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı	11	$258.815	15	$242.257
Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı	54	$3.044.175	231	$11.042.995

Un ve unlu mamuller alt sektör grubunun dış ticaret verileri incelendiğinde bunun sınırlı sayıda gerçekleştiği görülmektedir. En çok sayıda ihracat (54) ve ithalat (231) un, kepek, yem ve zahire satıcılığı mesleği tarafından gerçekleştirilmiş, bunu fırıncılık takip etmiştir. Unlu mamuller perakende satıcılığında ise ihracat/ithalat işlemleri daha az sayıda gerçekleşmiştir.

1.10. Müşteri Memnuniyet Durumu

Müşterilere, esnaftan yaptığı alışverişlerde, bazı başlıklara göre esnaf ve sanatkârlardan memnuniyet düzeyleri sorulduğunda aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir:

Tablo 23. Müşterilerin Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu Esnaflarından Memnuniyet Düzeyi

Müşterilerin Esnaflardan Memnuniyet Düzeyleri							
	Hiç memnun değilim	Memnun değilim	Ne memnunum ne memnun değilim	Memnunum	Çok memnunum	Memnun	Memnun değil
Ürün/hizmet kalitesi	1	4	9	47	29	84%	6%
Ürünün tazeliği	1	3	10	46	30	84%	4%
Ürün/hizmet çeşitliliği		3	12	50	25	83%	3%
Pazarlık etme	1	1	13	41	34	83%	2%
Fiyatların ucuzluğu		4	13	49	24	81%	4%
Güvence		5	14	48	23	79%	6%
Tüketici hakları(ürün değiştirme,tadilat,vb.)	1	2	15	32	40	80%	3%
Müşteriye gösterilen ilgi		4	7	48	31	88%	4%
Tercihlere uygun özel ürün bulabilme olanağı	1	5	11	45	28	81%	7%
İş yerinin fiziksel şartları	1	2	13	50	24	82%	3%
Orijinal / marka ürün temini		3	20	37	30	74%	3%
İnsan ilişkileri / nezaket		3	7	41	39	89%	3%
İş ahlakı	1	1	9	45	34	88%	2%

Müşterilerin esnaflardan yukarıda ifade edilen özelliklere göre memnuniyet düzeyleri genel anlamda yüksektir. Müşteriler en çok insan ilişkileri (%89), iş ahlakı ile müşteriye gösterilen ilgi (%88), ürün kalitesi ve tazeliği (%84) açısından esnaflardan memnundur.

Esnaf Sözcüğünün Müşteriler için İfade Ettikleri

Tablo 24. Esnaf Sözcüğünün Müşteriler için İfade Ettikleri

Esnaf Sözcüğü Müşteriler için Ne İfade Ediyor?	
Güven	42
Saygınlık	37
Tanınırlık/Bilinirlik	30
Garanti	23
Alışkanlık	19
Ürünlerin kalitesi	18
Ürün seçeneklerinin fazla olması	12

Müşterilere "esnaf" kelimesinin kendilerine ne ifade ettiği sorulduğunda verilen cevaplara göre müşteriler esnafları en çok güven, saygınlık ve tanınırlık/bilinirlik ile özdeşleştirmektedir. Bunlardan sonra ise garanti, alışkanlık, ürün kalitesi ve seçeneklerin fazla olması gelmektedir. Bu sonuçlar esnafların sosyal ilişki ve güven yönünün ne kadar belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır.

Müşterilerin Esnaflarla İlgili Düşünceleri

Müşterilere tabloda sıralanan ifadelere katılma durumları sorulduğunda alınan cevaplar aşağıda sıralanmıştır. Genel anlamda müşteriler ifadelere yüksek oranlarda katılmışlardır. Müşteriler, genel memnuniyet düzeylerini %89 oranında belirtmişlerdir. Bununla birlikte en çok katıldıkları ifadeler %84 ile esnafların müşteriye karşı saygılı olması, %82 ile de müşteriye karşı ilgileri ve problem çözme hızlılıkları olmuştur.

Tablo 25. Müşterilerin Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu Esnafları Hakkındaki Düşünceleri

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Esnaftan satın almak istediğim her ürünü bulabiliyorum.	6%	9%	12%	48%	26%
Esnaftan satın almak istediğim markaları bulabiliyorum.	3%	8%	17%	50%	22%
Esnaf benim için güven göstergesidir.	3%	3%	13%	50%	30%

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum Ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
Esnaflarda fiyatlar diğer marketlere göre daha uygundur.	3%	6%	12%	54%	24%
Esnaflar müşteriye geri iade, taksitli satış, vadeli satış vb. çeşitli olanaklar sağlamaktadır.	1%	11%	12%	42%	33%
Esnaflar ihtiyaç duyduğum bilgileri bana sağlamaktadır.	0%	8%	14%	48%	30%
Esnaflar müşterilere karşı saygılıdır.	4%	2%	9%	48%	37%
Esnaflar müşterilere karşı ilgilidir.	4%	3%	10%	49%	33%
Esnaflardan satın aldığım ürünlerde herhangi bir problem ile karşılaştığımda muhatap bir kişi bulabiliyorum.	4%	6%	11%	43%	36%
Yaşamış olduğum problem kısa zamanda çözülüyor.	3%	3%	11%	51%	31%
Sunulan hizmetten ve satılan ürünlerden genel olarak memnunum.	3%	1%	7%	53%	36%

Tablo 26. Müşterilerin Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu Esnaflarından Alışveriş Yapma Nedenleri

Gıda Alışverişini Esnaftan Yapma Nedenleri	
Fiyatların uygun olması	14
Güvenilir	12
Evime yakın olması	11
Saygılı olması	9
Güvenilir olması	9
Alışkanlık	8
Ürün çeşitliliği	7
Ürünlerin taze olması	6
Esnafa destek olmak	5
Ödeme çeşitliliği	5
Tanıdık olması	4
İnsani ilişkiler	4
Pazarlık yapabilmek	2
Esnafın tutum ve davranışı	2
Hızlı ve pratik olması	2
Rahat alışveriş yapabilmek	1

Müşteriler (anket kapsamında görüşüne başvurulan 101 kişi), gıda alışverişlerini esnaftan yapma nedenleri olarak üstteki tabloda görüldüğü üzere fiyatların uygun, ürünün güvenilir olması ve evlerine olan yakınlığı göstermişlerdir. Bununla birlikte esnafların saygılı ve güvenilir oldukları, esnaflardan alışveriş yapmanın bir alışkanlık hâline geldiği, ürün

çeşitlerinin yeterli ve ürünlerin taze olduğu belirtilmiştir. Esnafa destek olmak için de alışverişlerinde onları tercih ettiklerini belirtenler olmuştur.

1.11. Mesleklerin Rekabet Analizi

Rekabet analizleri konusunda Türkiye'de en popüler analiz yöntemi Michael Porter'ın Elmas Modelidir. Porter, Elmas Modelinde rekabet unsurunu işletme bazında irdelemiş ve bir işletmenin rekabet gücünün, sektöründeki diğer işletmelerin performansı ve değer zincirindeki diğer aktörlerin performansıyla ilgili olduğunu ortaya koymuştur.

Porter'ın gerçekleştirdiği rekabet araştırmaları sonucunda uluslararası rekabet analizi gerçekleştirilirken 6 ana faktörün analiz edilmesi gerektiği ortaya koyulmuştur. Porter'ın Elmas Modeli, sektörlerin rekabet gücünün bu 6 ana faktör kapsamında göreceli olarak değerlendirilmesine dayanır. Tanımlanan 6 faktör sırasıyla:

- *Girdi koşulları;* örneğin insan kaynakları, fiziki altyapı, bilgi kaynakları, sermaye ve diğer altyapı unsurları vb.
- *Talep koşulları;* iç talep ya da dış talep, potansiyel pazarlar ve talebin niteliği, kullanıcının (müşterinin) seçiciliği.
- İlgili ve destekleyici aktörler; uluslararasılaşma ve inovasyonla ilgili aktörlerdir. Örneğin girdi maliyetlerinin azaltılması, süreç iyileştirme sağlanması, inovasyon zincirindeki diğer işletmelerin inovasyon yapma konusunda motive edilmesini sağlayan kurum, kuruluş ve sivil toplum örgütleri bu başlık altında değerlendirilir.
- *Firma stratejisi, yapı ve rekabet faktörü;* firmaların kurulma nedenleri, kendilerine belirledikleri amaç ve nasıl yönetildikleri rekabet açısından önemlidir. Bulundukları çevrede "rekabet" olması firmaları, rekabet yeteneklerini geliştirip inovatif olmaya iteceğinden, önemlidir. Bu başlık altında değerlendirilebilecek unsurlara örnek olarak bölgesel şartlar, sektörde faaliyet gösteren diğer firmaların yapısı, yerli-yabancı sermaye, firmaların inovasyon kapasiteleri ve rekabete yaklaşımları verilebilir.
- *Devlet;* yukarıda sayılan 4 koşulu da etkilemektedir. Bölgesel, ulusal ve uluslararası unsurlar bu faktör başlığında değerlendirilmektedir. Örneğin devlet, talebin nasıl şekilleneceği, inovasyon kapasitesinin nasıl geliştirilebileceğini de etkileyebilmektedir.

Dolayısıyla gıda sektöründe yer alan ve proje kapsamında 5 alt sektör dalında değerlendirilen Un ve Unlu Mamuller, Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik, Kasaplık, Lokantacılık ve Pazarcılık meslek dallarının rekabet analizleri Porter'ın Elmas Modeline göre yapılmıştır.

1.11.1. Girdi Koşulları

1) Ham Madde;

Un ve unlu mamuller meslek dalının üretiminin temel girdilerini tarımsal üretim oluşturmaktadır. Bu bağlamda un ve unlu mamullerin üretiminde kullanılan girdiler açısından Türkiye, 78 milyon hektar yüzölçümü ile Avrupa ülkeleri arasında coğrafik yapı, uygun

ekolojik koşullar, tarımsal üretim miktarı ve ürün çeşitliliği açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Ancak ülkemizde artan nüfusa paralel olarak buğday talebi de artmaktadır. Buğday, ülkemizde ekmeğin yanında makarna, bulgur, irmik, nişasta ve bisküvi gibi bazı işlenmiş yiyeceklerde de kullanılmaktadır. Ham madde temini açısından bu meslek grubunda ortaya çıkan en önemli sorunlar; ham madde üretiminde farklı tohumların kullanılması, hububatın besin değerlerinin uluslararası standartların altında olması ve gereğinden fazla kullanılan kimyasallar ve tarım ilaçlarının yarattığı sorunlar olarak sıralanabilir. Sonuç olarak tarımsal üretim, bu meslek dalının talep ettiği nitelikte ve miktardaki ürünün büyük bir bölümünü üretebilmekte, ancak yukarıda belirtilen temel sorunlar nedeni ile rekabetçilik açısından sıkıntılar ortaya çıkabilmektedir.

2) Enerji;

Dünyada Japonya ve Norveç'ten sonra en pahalı elektrik enerjisini kullanan Türkiye'de enerji, hemen hemen tüm meslek dallarında rekabet dezavantajı olarak ortaya çıkmaktadır. Enerji, AB ülkelerine göre %40-%80 oranında daha yüksek maliyetle kullanılmaktadır. Bu durum elektrikli fırın kullanım oranının oldukça yüksek olduğu un ve unlu mamuller meslek dalında girdi maliyetlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Bu da kaliteden ödün verilmesine neden olmaktadır.

3) Sermaye Kaynakları;

Un ve unlu mamuller meslek grubunda yer alan esnafların anket sonuçlarında da belirlendiği gibi sermaye kaynaklarının neredeyse tamamı öz kaynaklardan oluşmaktadır. Dolayısıyla sabit ve yenileme yatırımları için öz kaynaklar yetersiz olduğunda daha çok aile ve akrabadan fon temin edilmekte ya da bu yatırımlara finansman yetersizliği nedeni ile öncelik verilememektedir.

4) İnsan Kaynakları;

Her ne kadar ülke genelinde Avrupa ülkelerine göre ucuz iş gücü maliyetleri ve uzun çalışma saatlerini kabul eden insan gücü potansiyeli mevcut olsa da çırak ve kalfa konusunda diğer alt meslek kollarında da olduğu gibi önemli sorunlar yaşanmaktadır. Özellikle 8 yıllık kesintisiz eğitime geçildikten sonra çıraklık-kalfalık-ustalık zinciri işlemez hâle gelmiş;[14] un ve unlu mamuller meslek dalında çırak, kalfa ve usta arzında önemli bir azalma meydan gelmiştir.

5) Altyapı ve Üretim;

Un, ekmek formuna dönüşünceye kadar bir dizi önemli aşamalardan geçmektedir. Dolayısıyla unlu mamuller üretiminde kullanılan ham madde ve donanımların önemi azımsanmayacak kadar fazladır. Günümüzde fırın ve pastane işletmelerini bir araya getiren nitelikte anahtar teslimi tesisler kurulabilmektedir. Bir başka deyiş ile teknoloji belirli bir düzeye ka-

[14] 02.12.2016 tarihli ve 6764 sayılı Millî Eğitim Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile çıraklık eğitimi zorunlu eğitim kapsamına alınmıştır.

dar sağlanabilmektedir. Türkiye'de bölgesel farklılıklar olmakla birlikte geleneksel fırınların yanında, modern teknolojilerin kullanıldığı fırınlardan da bahsetmek mümkündür. Fırın tipi ile üretim miktarı arasındaki ilişkiye bakıldığında önemli bulgulara ulaşılmaktadır. En yüksek üretimi gerçekleştiren tür olan tünel fırınlarda, günde ortalama 6.740 adet ekmek üretilmektedir. İkinci en yüksek ortalama üretimin yapıldığı normal fırınlarda (taş fırın veya döner fırın) günlük ortalama 3.178 adet ekmek üretilmekte; normal fırınlarla rekabet eden unlu mamuller imalathanelerinde ise günde ortalama 2.650 adet ekmek üretilmektedir. Fırın türleri içinde en düşük üretimi gerçekleştiren pide fırınlarında günlük ortalama 1.129 adet pide ve açık ekmek üretimi yapılmaktadır.

Son yıllarda modern fırıncılık anlayışının özellikle büyükşehirlerde yaygınlaşması nedeni ile unlu mamullerin son tüketiciye ulaştırılmasında kullanılan üretim teknikleri, ambalajlama, HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Point - Tehlike Analizleri ve Kritik Kontrol Noktaları) uygulamaları ve AB mevzuatı gibi unsurlardan dolayı bu alt meslek grubunda rekabet gücü artmıştır.

1.11.2. İşletme Stratejisi ve Rekabet Yapısı

1) İşletmelerin Yapısı;

Diğer meslek gruplarında olduğu gibi un ve unlu mamuller meslek grubunda faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların işletme yapıları da rekabet avantajı yaratamayacak kadar zayıftır. Bu işletmelerin küçük hatta mikro ölçekte yapılanması, çağdaş işletmecilik anlayışına uygun profesyonel bir yönetim yaklaşımı sergilemelerinin önündeki en büyük engellerden biridir. Dolayısıyla bu durum işletmelerin hem kurumsallaşma hem de daha fazla büyüyerek ölçek ekonomilerinden yararlanmalarına engel olmaktadır.

2) Kapasite Durumu;

Proje kapsamında esnaflara yapılan anket sonuçlarında da görüldüğü gibi gıda sektörü özelinde olduğu gibi un ve unlu mamuller meslek grubunda da kapasite konusunda önemli sorunlar yaşanmaktadır. Genel olarak işletmelerdeki kapasite kullanım oranları %50-70 arasında değişmektedir. Kapasite kullanım oranında ortaya çıkan sorunların nedenleri ise talep azlığı, ham madde temininde yaşanan sıkıntılar, usta-kalfa ve çırak temininde yaşanan sıkıntılar, teknolojik yetersizlikler, öz kaynak yetersizliği ve enerji kaynaklarının maliyetlerinin yüksekliği gibi nedenlere bağlı olarak gelişmektedir.

3) Belediyelerin Uygulamaları

Ülkemizde özellikle büyükşehirlerde yerel yönetimlerin uyguladığı yanlış politikalar nedeniyle fırın enflasyonu ortaya çıkmaktadır. Buna bağlı olarak atıl kapasite, haksız rekabet, kalitesiz üretim ile birlikte ekmek üreten fırınlarda belirli standartların yeterince aranmaması, eskilerde saygı duyulan ve oldukça önemli görülen bu meslek dalını olumsuz etkilemiştir. Bu noktada yerel yönetimlerin, işletme ruhsatlarının verilmesi konusunda hassas davranması ve ihtiyaç fazlası fırınların açılmasına müsaade etmemesi, bu meslek dalının rekabet gücü açısından önem taşımaktadır.

Un ve unlu mamuller meslek grubunda rekabet dezavantajı yaratan bir diğer husus ise "Halk Ekmek" uygulamalarıdır. Bilindiği üzere belediyeler de rekabet kuralları içerisinde, kurdukları kamu teşebbüsleri aracılığıyla ekmek üretiminde bulunabilmektedir. Bu konuda un ve unlu mamul meslek sahiplerinin en çok şikâyet ettikleri husus, belediyelerin doğalgaz ve su gibi girdileri halk ekmek fabrikalarına bedava temin edebilmesi ve bu nedenle maliyetler açısından haksız rekabetin oluşmasıdır. Belediyelerin halk ekmek büfeleri ile kent kaldırımlarında istedikleri yeri işgal etmesi ve bu büfeleri istedikleri fiyattan kiralayarak mevki rantını kiraya dönüştürmeleri de ayrı bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır. Bu durum, meslek erbabı tarafından öncelikle bir haksız rekabet örneği olarak gösterilmektedir. Nitekim fırıncılar, mülk sahiplerine kira ödeyerek üretim ve dağıtım yaparken halk ekmek, belediyeye kira ödeyen büfeler aracılığıyla ürünlerini pazarlamaktadır. Diğer bir husus, halk ekmek büfelerinin sadece bir monopol durumunda olan halk ekmek ürünlerini pazarlamak mecburiyetinde bulunmasıdır. Dolayısıyla, ekmek üretiminde piyasaya giriş çıkış serbest olmakla birlikte, halk ekmeğin pazarlanmasında monopol mevcuttur.

1.11.3. Talep Koşulları

1) İç Talep

Türkiye'de unlu mamuller üretimi içerisinde en fazla ekmek tüketilmektedir. İkinci sırada bisküvi üretimi, üçüncü sırada ise makarna üretimi yer almaktadır. Türkiye, ekmek ve hamur işleri pazarında hacim bakımından %32'lik pay ile dünyanın lideri konumundadır. Toprak Mahsulleri Ofisi tarafından gerçekleştirilen "Türkiye'de Ekmek İsrafı Araştırması" çalışmasının sonuçlarına göre ise ülkemizde 2013 yılında günde 101 milyon adet (25.295 ton), yılda ise 9,2 milyon ton ekmek üretilmiştir. Türkiye'de en çok tüketilen unlu mamul beyaz ekmektir (%40). Bu ürünü tam tahıllı ekmekler (%20), çavdar ekmeği (%10,0) ve diğer ürünler takip etmektedir.

Türkiye'de kişi başına düşen ekmek tüketimine ilişkin farklı değerler (67-168 kg/yıl) bulunmakla birlikte ilgili kurumların mutabık olduğu görüş, ülkemizde ekmek tüketiminin son yıllarda azalma yönünde olduğudur.

Günümüzde tüketiciler daha sağlıklı unlu mamullere ilgi göstermektedir. Hem uzmanların uyarıları hem de tüketicilerin sağlıklı yaşam için gösterdiği hassasiyet üreticileri de yeniliğe itmektedir. Nitekim sağlık arayışının önemini devam ettirmesi nedeni ile unlu mamullerde; lif miktarında artış, yağ veya şekerin ikame edilmesi, özel beslenme koşullarına hitap etmek (gluten intoleransı, diyabet gibi) kendini göstermektedir. Aynı zamanda değişen yaşam koşulları ve artan zaman baskısı unlu mamullerde tüketiciyi daha kolay atıştırmalık ve kahvaltı alternatifleri aramaya zorlamaktadır.

2) Özelleşmiş Ürünlere Talep

Un ve unlu mamuller konusunda tüketicinin beklentileri, istekleri arz-talep dengesiyle üretimi yönlendirmektedir. Diğer yandan üretimdeki bazı yenilikler de, tüketicinin bilinçlendirilmesi, ilgisinin artırılması, ürünün tanıtılıp pazara yayılması ile tüketimi yönlendirmektedir. Sonuç olarak ülkemizde, iç talep özelinde tüketicilerin talepleri son yıllarda oldukça

değişmiştir. Bu bağlamda tüketicilerin geleneksel un ve unlu mamuller yanında %100 doğal ürünler, organik ürünler, küçük porsiyonlar, geleneksel reçeteler (tam taneli, çok tahıllı, meyve-sebze parçaları, vb.), özel beslenme (kalp sağlığını hedefleyen ürünler, beta-glukan, düşük tuz/sodyum, lif, soya, beyin sağlığı (DHA), şeker hastaları için düşük kalorili ve light), genel zindelik (antioksidanlar, doğal içerikler), zenginleştirilmiş ürünler (vitaminler, mineraller, fonksiyonel bileşenler) gibi farklı ürünlere talepleri de gün geçtikçe artmaktadır.

3) Dış Talep;

Unlu mamuller pazarında Türkiye'nin ilk kayda değer ihracat girişimlerinin 1980 yılında başladığı bilinmektedir. İlk zamanlar daha çok Rusya ve Orta Asya ülkeleri üzerinden ilerleyen ihracat faaliyetlerinin, 1998'deki Rusya krizinden ve 2001 yılında Türkiye'de yaşanan krizden oldukça etkilendiğini söylemek mümkündür.

Türkiye'nin unlu mamuller pazarında ihracat rakamları ithalat rakamlarına nazaran daha yüksek seviyededir. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre; 2015 yılında 543,6 milyon dolar değerinde 562 bin tonluk unlu mamul ihracatı gerçekleştirilirken, 2016 yılına ait geçici veriler ise artışın devam edeceğine işaret etmektedir. TÜİK verilerine göre 2015 unlu mamuller ihracatının değer bazındaki %61'lik dilimini 1905 GTİP (Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu) koduyla temsil edilen ekmek, bisküvi, kek vb. oluşturmaktadır. Türkiye'nin unlu mamuller ihracatında Irak, Almanya, Suudi Arabistan ve Yemen önde gelen ülkeler arasında yer almaktadır.

1.11.4. İlgili ve Destekleyici Kurumlar

1) Üniversite-Sektör İş Birliği;

Sanayileşmiş ülkeler, bilimsel ve teknolojik atılımlarında üniversiteler ile iş birliğinden büyük ölçüde yararlanmışlar ve yararlanmaya devam etmektedirler. Özellikle bu algı son 20 yılda giderek artmıştır. Üniversitelerin sadece un ve unlu mamuller meslek grubunda değil, tüm esnaf ve sanatkârların ve onların işletmelerinin kişisel ve kurumsal gelişimlerine katkıda bulunmayı, hizmet veren ve mal satan esnafın kalitesini geliştirmeyi, hizmet alan tüketicilerin de bu sayede memnuniyetlerinin gelişimine katkı sağlamayı amaçlayan bir rol üstlenmesi önem taşımaktadır. Ülkemizde özellikle üniversite-sanayi iş birliği kapsamında son yıllarda önemli gelişmeler kaydedilmesine rağmen, esnaf ve sanatkârlara yönelik bu tür çalışmalar henüz istenilen düzeyde gerçekleşmemektedir. Ancak un ve unlu mamuller özelinde üretilen ürünlerin halkın temel besin maddesi olması nedeni ile birçok üniversitenin, gıda mühendisliği bölümlerinde ekmek ve ekmek çeşitleri üzerine araştırmalar yapılmaktadır. Ancak bu araştırmaların, ilgili meslek grubunda faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlara ne ölçüde yansıdığı hakkında kesin bir ifade kullanmak mümkün değildir.

2) Ana ve Yan Sektör İlişkisi;

Un ve unlu mamuller meslek grubunda ana sanayi un üreticileridir. Bu kapsamda buğday ve diğer tahıllardan un üreten değirmen işletmeleri, bu meslek grubunun ana tedarikçisi kapsamındadır. Un üreticilerinin yanında sıvı, kompress ve kuru maya üreticileri ile artizan

ve endüstriyel unlu mamuller üreticileri işlem; yardımcı ham maddeleri üreten firmalar da yan sanayi firmaları olarak sektörün içinde faaliyet göstermektedir. Satış kanalları ise fırınlar, modern fırın zincirleri, süpermarketler, fast food zincirleri, otel, restoran ve kafeler ile catering zincirlerinden oluşmaktadır.

Rekabet avantajı yaratmada önemli bir unsur olan ana ve yan sanayi ilişkilerinde gelişmiş ülkelerde güven unsuru ön plana çıkarken, Türkiye'de ana ve yan sanayi ilişkilerinde rekabet gücü kazandıracak verimlilik artışı, maliyet düşürme ve ürün geliştirmeye yönelik karşılıklı faaliyetler oldukça sınırlıdır. Un ve unlu mamuller meslek grubunda yer alan ana ve yan sanayi birbirine oldukça bağımlı bir yapı sergilemesine rağmen, bu işletmeler arasında genel kabul görmüş ortak bir stratejinin varlığından bahsetmek mümkün değildir. Bu duruma ilave olarak, işletmelerin nitelikli ve niteliksiz iş gücü konusunda da (usta-kalfa-çırak) kendi aralarında rekabet içinde bulunmaları; bu meslek grubunda yer alan işletmeler arasında yıkıcı bir rekabet ortamının doğmasına ve güvensizlik ortamının oluşmasına neden olmaktadır.

3) AR-GE Çalışmaları;

Bölgeler itibarıyla değişkenlik göstermesine rağmen, modern teknolojilerin ve yeniliklerin kullanıldığı unlu mamul işletmeleri olduğu gibi, hâlâ geleneksel yöntemler ile üretim yapan işletmelerden de bahsetmek mümkündür. Ancak, genel olarak değerlendirildiğinde ve Türkiye'nin AR-GE harcamalarına ayırdığı bütçe göz önünde bulundurulduğunda un ve unlu mamuller meslek grubunda yenilikçi uygulamalardan ve AR-GE çalışmalarından bahsetmek pek mümkün gözükmemektedir.

4) Diğer Kurum ve Kuruluşlar ile İlişkiler;

Diğer alt meslek gruplarında olduğu gibi un ve unlu mamuller meslek grubunda da genel anlamda kamu kurumları ile olan ilişkilerde bir karmaşıklık hâkimdir. Yetki karmaşaları, yetki sınırları, siyasetin etkisi, bürokrasi ve denetim eksikliği bu sorunların başında gelmektedir.

Un ve unlu mamuller meslek grubunda yer alan işletmelerin resmî olarak yükümlü olduğu birden fazla kamu kurumu bulunmaktadır. Vergi ile ilgili olarak Maliye Bakanlığı, ticaret ile ilgili olarak Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, personel açısından Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, denetim açısından ise yerel yönetimler ve Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı yetkilidir. Bu kurumların birbirinden bağımsız politikalar benimsemeleri ve yürütmeleri, işletmeler açısından olumsuz sonuçlar doğurmaktadır.

1.11.5. Devlet

1) Tohum Islahı;

Un ve unlu mamuller meslek grubunda yer alan işletmelerin temel ham maddesi olan un üretimi için gerekli olan buğday ekiminin, ıslah edilmiş tohumlardan yapılması önem taşımaktadır. Nitekim dünya tarımında önemli bir yere sahip olan Almanya, Fransa, Kanada ve İspanya'da ekili alanların tamamında ıslah edilmiş tohum çeşitleri kullanılmaktadır. Ül-

kemizde ise buğday üreticileri, tohumluk ihtiyaçlarını, özellikle hububat tohumluklarında kendi ürettikleri üründen bir kısmını tohumluk ayırarak karşılamaktadır. Bu şekilde sağlanan tohumluklar, sertifikalı tohumluk kullanımı dışında kalan uygulamalardır. Dolayısıyla, un ve unlu mamuller meslek grubunun temel ham maddesini oluşturan un üretimin kalitesinin arttırılması için, buğday üretiminde sertifikalı hububat tohumu kullanım oranının devlet tarafından uygulanacak politikalar ile arttırılması, hem iç hem de dış pazarlarda önemli bir rekabet avantajı yaratacaktır.

2) Denetim;

Un ve unlu mamuller meslek grubunda denetim ve ceza uygulamalarındaki eksiklikler, sigortasız eleman çalıştırma, merdiven altı kayıtsız üretim yerlerinin fazlalığı, yasa dışı ham madde, gramajlarda yapılan haksızlıklar, katkı maddesi ve koruyucu madde kullanma gibi nedenlerden dolayı haksız rekabet ön plana çıkmaktadır. Bu konuda yerel yönetimler ile bakanlıkların denetim sayılarını ve bu denetimlerin etkinliğini artırması önem taşımaktadır.

3) Vergiler ve Teşvikler;

Ülkemizde kayıt dışılık önemli bir problem olmaya devam etmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden biri, diğer sektörlerde ve meslek gruplarında olduğu gibi un ve unlu mamul işletmelerinin hem vergi mükellefiyeti hem de bir odaya kayıt olmakla birlikte, ağır mali yük altına girmek istememesinden kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla yaklaşık 760 bin esnaf ve sanatkârı kapsayan "Basit Usulde Vergilendirme" sisteminin vergi maliyetlerini asgari düzeye indiren, esnaf ve sanatkârları defter tutma ve muhasebeci giderinden kurtaran çok önemli bir düzenleme olarak devam etmesi önem taşımaktadır.

Teşvikler ve destekler açısından değerlendirildiğinde ise diğer esnaf ve sanatkâr meslek gruplarında olduğu gibi un ve unlu mamuller meslek grubuna yönelik sistematik ve kurumsallaşmış bir destek politikasının olduğu söylenemez. Ülkemizde birçok kamu kuruluşu tarafından KOBİ'lere yönelik çeşitli destek ve teşvik programları uygulanmaktadır. Kuruluş amacı bu işletmeleri desteklemek olan KOSGEB ve Halk Bankası bu konuda ön plana çıkmaktadır. Ancak raporun diğer bölümlerinde belirtildiği gibi, esnaf ve sanatkâr işletmelerinin bunlardan yararlanma oranı oldukça düşük kalmaktadır. Bunun nedenleri arasında; sağlanan teşvikler ve destek programlarından yararlanabilmek için getirilen koşulların çoğu kez esnaf ve sanatkâr işletmelerinin yerine getiremeyeceği kadar ağır olması ve bürokratik işlemlerin fazlalığı ön plana çıkmaktadır.

1.12. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
• Ham madde bulunabilirliği • Pazar potansiyelinin yüksekliği ve gelişmesi • Gelişmiş makine sanayi • Ürün çeşitliliğinin zengin olması • Müşteri tercihlerine göre esneklik gösterebilen dinamik yapı	• Düşük kapasiteli, eski tekniği kullanan küçük işletmeler • Eğitimsiz iş gücü kullanan işletmeler • Çırak-kalfa-usta yetiştirme sistemindeki sıkıntılar • Yetersiz denetimler • Kayıt dışılığın yarattığı haksız rekabet • Kalitesiz ham madde kullanımı ve hijyen koşullarındaki eksiklikler

Fırsatlar	Tehditler
• AB'ye uyum amacı ile çıkartılan kanun ve uygulamaların sektörün kalite standartlarını artırması • Soğutulmuş, dondurulmuş, ön pişirilmiş ekmek tüketim eğiliminin artması • Diğer (zenginleştirilmiş) ekmek çeşitlerini tüketim eğiliminin artması • Ülkede nüfusun artması ve unlu mamullerin temel tüketim maddesi olma özelliğini koruması	• Küçük ve orta ölçekli işletmelerin AB regülasyonlarına uyum sağlamada yaşayabileceği güçlükler • AVM'ler ve süpermarketlerde açılan fırınlar • Tüketici gelir düzeyindeki dağılım dengesizliği • Ekonomik istikrarın bozulması ve kriz senaryoları

1.13. Mesleğe Özgü Sorunlar

Un ve unlu mamuller alt sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların sorunları diğer alt sektörlerde yer alan esnaf ve sanatkârların sorunları ile benzerlik göstermekte ve AVM'ler, nitelikli eleman, çıraklık, kayıt dışılık ve ruhsat alma işlemleri gibi temel sorunlar ön plana çıkmaktadır.

Aşağıda mesleğe özgü sorunlar sıralanmıştır:

1. Bazı belediyelerin, fırınların yakınına halk ekmek büfeleri koyması, halk ekmek satış noktalarından her türlü pasta, poğaça vb. ürünlerin satılması, fırıncı esnafını olumsuz yönde etkilemektedir.
2. Unlu mamuller ruhsatı ile açılan bazı iş yerlerinde ekmek, sade pide ve ekmek çeşitleri üretiminin yapılarak satışa sunulduğu şikâyet edilmektedir. Unlu mamuller adı altında açılan iş yerlerinde ekmek imalatının ayrıca ruhsatlandırılmaması da sorunlara yol açmaktadır.
3. Fırınların ihtiyaca göre planlı bir şekilde konum belirlenerek açılmaması, ihtiyaçtan fazla üretime ve esnafın birbiri ile rekabet etmesine yol açmaktadır.
4. Pidenin, Türk Gıda Kodeksi Ekmek ve Ekmek Çeşitleri Tebliği'nin kapsamına dâhil edilmemesi sorun teşkil etmektedir. Tebliğ'e göre, ekmeklerin taban ağırlığının 250 gram olması gerekir. %3'ün üstünde eksik gramajlı ekmek üretilmesi hâlinde üreticilere 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu uyarınca para cezası uygulanırken pide fırınlarına hiçbir cezai müeyyide uygulanmamaktadır.
5. Türkiye'de ekmek israfının had safhada olması ve tüketicinin bu konudaki bilinç eksikliği önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır.
6. Meslek kuruluşları fırıncıların ortak hareket etmesine yeterli oranda katkı sağlamamaktadır.
7. Yasal vecibesini yerine getirmeyen yani ruhsat-kayıt ya da onay belgesini ilgili kurumlardan almayan, kalitesiz ham ve yardımcı madde kullanarak ürün maliyetini azaltan ve piyasaya, belirlenen fiyatın altında girerek aynı işi yapan fırıncı esnaflarının sayıları artmaktadır.

8. Çok fazla sayıda fırının plansız bir biçimde açılmış olması ve faaliyet göstermesi nedeniyle ülkemizde faaliyet gösteren fırınlar yalnızca %30 kapasite ile çalışmaktadır. Bu durumda fırınlar için atıl kapasite sorununu ortaya çıkarmaktadır.
9. Un ve unlu mamuller alanında hizmet veren mesleklerin net bir tanımının olmaması, farklı meslekleri icra edenlerin aynı zamanda fırıncılık, pastacılık, börekçilik gibi meslekleri icra etmesi, meslekler ve odalar arası bir karmaşa oluşturmaktadır.
10. Çoğu unlu mamul işletmesinin aile işletmesi olması, nitelikli insan kaynağını aile içinden karşılamak zorunda kalması, meslekte sürdürülebilir insan kaynağı ihtiyacını karşılamaktan ziyade zorunlu bir uygulama hâlini almıştır.

1.14. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Tahıla dayalı unlu mamuller sektörü, ülkemizin en yaygın istihdam alanıdır. Fırın ürünlerinde sektörün %95'lik kısmı, kâr marjı düşük esnaf ve sanatkârlardan oluşan küçük işletme tipindedir. İstihdam kapasiteleri yüksek ve bununla birlikte kontrolü de güç olan bir sektör olarak unlu mamuller sektörünün; ham madde, teknoloji kullanımı, finansman, işletmecilik şekli ve mevzuat hususunda bilgilendirilmeleri ve uygulamada başarı için yetişmiş idareci, ara eleman ve işçi ile takviye edilmelerine ve desteklenmelerine ihtiyaç vardır. Bunlar için bir taraftan yeni eleman yetiştirme amaçlı eğitim çalışmalarının başlatılması, diğer taraftan da mevcut elemanların sektör içi eğitimlerinin sürdürülmesi gerekmektedir. Bu konuda, meslek odalarına, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığına ve üniversitelere önemli görevler düşmektedir. Ayrıca aşağıdaki çözüm önerilerinin hayata geçirilmesi sektörün geleceği açısından önemlidir:

- Belediyelerin dar gelirlilere yardım amacıyla ürettiği halk ekmeğini fırınlara yaptırması, muhtaçlara fiş vb. bir belge vererek ucuz ekmeği fırınlardan almasını sağlaması,
- Hijyen koşullarının iyileştirilmesi için doğalgaz ile çalışan fırınların teşvik edilmesi/zorunlu hâle getirilmesi,
- İşletmeler arası muamele farklılıkların yok edilmesi,
- Ruhsat şartlarına ilaveten eczanelerde olduğu gibi nüfus yoğunluğuna göre fırın açılmasının sağlanması,
- Pişirim ve unlu mamul fırınlarına da ekmek fırınları ile aynı şartların getirilmesi,
- Kaçak yapı olan fırınların İmar Kanunu uyarınca üretim yapamayacak derecede yıkılmasının sağlanması,
- Ruhsat komisyonunda ilgili esnaf odasından bir temsilcinin bulundurulması,
- İş yeri kayıt belgesi verilirken gayrisıhhi müessese ruhsatı, kapasite raporu ve mesleki faaliyet belgesinin istenmesi,
- İş yerleri için istenen pek çok kurum ile ilişkili belgelerin yarattığı bürokrasinin azaltılması,

- Pidelerin de ekmek kodeksine dâhil edilmesi,
- Mavi bayrak uygulaması gibi, fırınlar için de hijyen, kalite ve güvenin işareti olacak bir kalite standart belgelendirmesi sistemine geçilmesi,
- Çalışanların eğitilmesi, fırıncılık mesleğinde sertifikasyon sistemine geçilmesi,
- Üretimde kullanılan alet ve ekipmanlara standardizasyon getirilmesi,
- Tüketicinin bilinçlendirilmesi,
- Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı İl/İlçe Müdürlükleri bünyesindeki ziraat ve gıda mühendislerinden oluşan kontrolörlerin, birincil üretim noktalarında denetimlerini sıklıkla yapması,
- Atıl kapasite, haksız rekabet, kalitesiz üretime neden olan ihtiyaçtan fazla üretim yerlerinin belirli sürede tasfiye edilmesi,
- Fırıncı yetiştirmek için iş garantili meslek kurslarının açılması.

2. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu

2.1. Meslek Tanımları

Bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubunda tanımlanan meslekler ve tanımları aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:

Tablo 27. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu Meslek Tanımları

Meslek	Tanım
Aktarlık ve Baharatçılık	Şifalı bitkiler ve baharatların satışının yapılmasıdır.
Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik	Çeşitli tüketim malzemeleri ve ürünlerinin, gıda ve temizlik maddelerinin perakende satışının yapılmasıdır.
İyi Suculuk	Ambalajlı su satışı ve su siparişi veren müşterilere ambalajlı su nakliyesi mesleğidir.
Kantincilik	Kışla, fabrika, okul, hastane, çay bahçesi vb. yerlerde yiyecek içecek ve çeşitli malzemelerin perakende satışının yapılmasıdır.
Kuruyemişçilik ve Kurukahve Satıcılığı	Kuruyemiş / Kurukahve satışı yapılan yerlerde, satışı yapılacak kuruyemiş ve kurukahve çeşitlerinin temin edilmesi, satışa hazırlanması ve satış işlemlerinin gerçekleştirilmesidir.

Bu tanımlar mevcut durum analizi neticesinde İŞKUR tanımları dikkate alınarak yapılmış tanımlardır. İŞKUR tarafından meslek değil, mesleği icra eden kişi tanımlandığı için, raporun gerektirdiği doğrultuda bu tanımlar baz alınarak ufak revizeler yapılmıştır. MYK'nın bu alt meslek grubundaki meslekler için hazırlamış olduğu herhangi bir meslek standardı ya da tanımı bulunmamaktadır.

2.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi

İnsanlar ilk çağlarda ihtiyaçlarını gidermek amacıyla değiş tokuş yöntemini benimsemişlerdir. Hasat ettikleri tarım ürünlerini, hayvanlarından elde ettikleri süt ürünlerini, avladıkları

hayvanları veya topladıkları ürünleri tezgâhlar kurarak veya tezgâh kuranlarla değiş tokuş ederek ihtiyaçlarını gidermeye çalışmışlardır. Bu süreç daha sonrasında sistemleşerek köyler arasında gezerek ellerindeki ürünleri daha kârlı şekilde takas etmeye veya satmaya çalışan bir tür gezgin bakkallık olan çerçicilik mesleğini oluşturmuştur. ***Bakkallık*** mesleğinin ise çerçiciliği temel alarak kurulan, insanlara günlük ihtiyaçlarını sunan kalıcı dükkânların ortaya çıkması ile doğduğu düşünülmektedir. İlk bakkal dükkânının ne zaman açıldığı bilinmemekle beraber çok eski zamanlarda hizmet vermeye başladığı tahmin edilmektedir. Bakkallık mesleği insanlara alışveriş imkânı sunmanın dışında ikili ilişkiler aracılığıyla alışveriş edilen bir mekân olmaktan öte, sosyalleşme mekânı da olmuştur. Bu samimi alışveriş ortamı bakkallık mesleğinin gelişimine büyük katkı sağlamıştır. Ayrıca bakkal dükkânlarının günümüzde kullandığımız alışveriş merkezlerinin aksine, alışveriş imkânını sadece merkezî yerlere değil köylere, mahalle ve sokak aralarına taşımaları ulaşım imkânının kısıtlı olduğu dönemlerde halka büyük bir avantaj sağlamış, bu da bakkalların tercih edilmesinde önemli bir etken olmuştur. Bakkalların tercih edilmesindeki bir diğer etken ise hâlâ birçok bakkal dükkânının sürdürdüğü veresiye sistemidir. Bu sistem özellikle kriz dönemlerinde halka borç karşılığında ürün satılmasını temel alan, karşılıklı güven üzerine kurulu bir sistemdir. Bunun gibi birçok gelişmeyle bakkallık mesleği gelişimini yıllarca sürdürmüş ve zamanın gereklerinden kaynaklanarak yanında büfecilik ve bayilik kavramlarını geliştirmiştir.

Aktarlık ve baharatçılık mesleğinin, neredeyse insanlık kadar eski olan baharat kullanımının, insanoğlunun merakının ve açlık duygusunu bastırma çabasının bir ürünü olarak ortaya çıktığı tahmin edilmektedir. Mağaralarda yaşayan insanların, avladıkları hayvanı sardığı bir baharat yaprağının verdiği lezzet ile diğer bitki ve tohumları, meyveleri, hatta ağaç kabuklarını tatmaya başladıkları düşünülmektedir. Zamanla bu araştırma çalışmalarından sonuçlar elde edilmiş, lezzetli ve belli rahatsızlıklara iyi gelen bitkiler ve baharatlar keşfedilmiştir. Bu sürecin devamında gelişen baharat ticareti yaklaşık olarak 4000 yıl önce Orta Doğu'da başlamıştır. Bu sektör zamanla dünya tarihini değiştirecek savaşlara dahi sebebiyet verecek kadar öneme sahip olmakla birlikte, sağlık amacıyla tüketilmesine bağlı olarak tıp biliminin gelişmesine de fayda sağlamıştır. Son yüzyıllarda önemini bir ölçüde kaybeden bu meslek alanı, alternatif tıp tekniklerinin ilerlemesiyle tekrar önem kazanmıştır. Modern zamanlarda alternatif tıp yöntemi olarak görülmeye başlanan şifalı bitkilerin satıldığı pek çok aktar ve baharatçı ortaya çıkmıştır ve gelişimlerini sürdürmektedir.

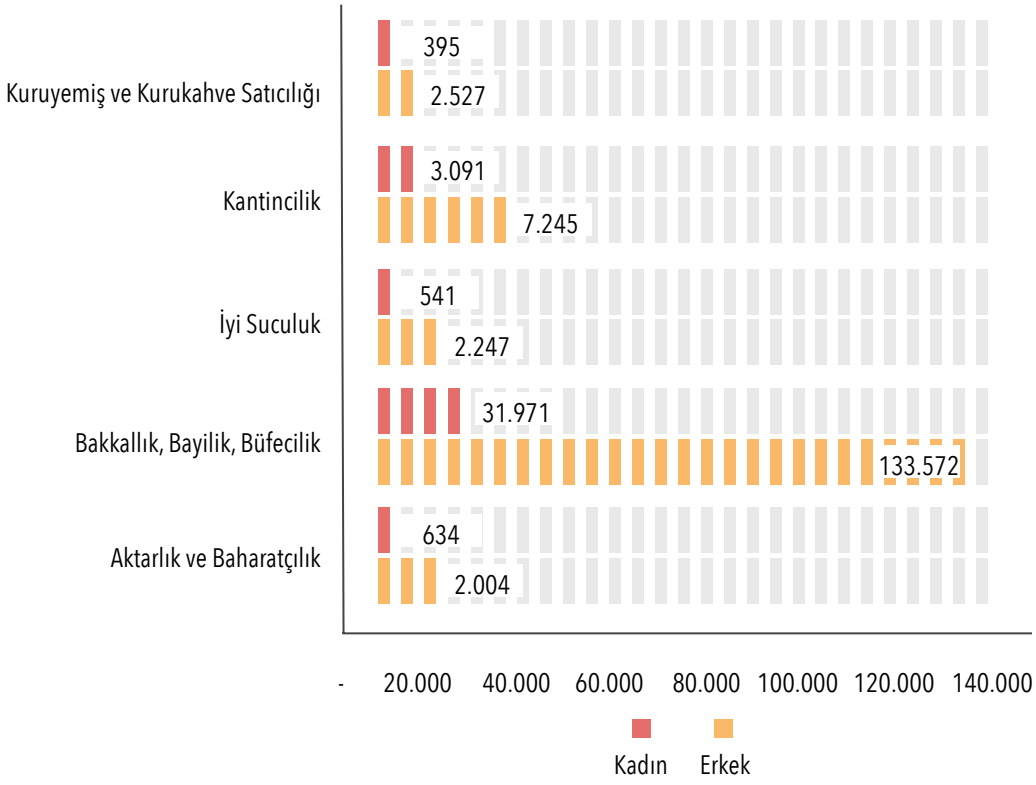
Su ise, tarih boyunca gerek içme gerek sulama gerekse temizlik gereksiniminden dolayı insan hayatının birincil ihtiyacı olmuştur. Bu gereksinimi karşılayabilmek amacıyla devletler tarih boyunca çeşitli politikalar izlemişlerdir; yerleşim yerlerini suya yakın olan bölgelerde kurmuşlar, su kaynakları açmışlar veya su yolları inşa ederek başka bölgelerden su taşımışlardır. Bununla birlikte, halka sağlıklı içme suyu sunmak için çeşmeler yaptırılmıştır. İnsanlığın erken tarihinden itibaren bu şekilde devam eden süreç 1622'de Birleşik Krallık'ta ilk su şişelemesinin yapılmasından sonra ticari bir hâl almış ve iyi suculuk mesleğinin temelleri atılmıştır. Bu arz zamanla talebi arttırarak devam ederken 1767'de Amerikalı kolonistler şifalı olduğuna inanılan suları şişeleyip satmaya başlamıştır. 19. yüzyılda Sanayi Devrimi'nin sağlamış olduğu gelişmelerle cam şişe üretiminin maliyeti ve üretim süresi düşmüştür. Şebeke sularında ortaya çıkan tifo ve benzeri sağlık problemlerinin baş göstermesi ile de şişelenmiş su talebi büyük artışlar göstermiştir. 20. yüzyılda Amerika'da, belediyelerin şebeke

sularını klorlamaya başlaması ve böylece hastalıkların önüne geçilebilmesi, şişelenmiş suya olan talebi düşürse de sektör Avrupa'da gelişimini sürdürmüştür. Şişelenmiş suların marketler, kafe ve restoranlarda satılmaya başlaması ise 20. yüzyılın ikinci yarısında gerçekleşmiştir. Türkiye'de ise 1960'larda oluşmaya başlayan sektör, başlarda seçkin restoranlarda ve yüksek gelirli hanelerde kendine yer bulsa da sonraki yıllarda çeşme sularının sağlık problemlerine yol açması nedeniyle hızla gelişimini sürdürmüş ve halk tarafından tercih edilir olmuştur. Özellikle 1990'lı yılların ardından gelişim hızını arttıran şirketler, bayileşmeye önem vermiş ve bu durum günümüzde birçok esnaf için önemli bir iş kolu olmuştur.

Kuruyemiş ve kurukahve, keşfedilişlerinden sonra önemli ticaret unsurları olmuşlar ve dünyaya yayılım göstermişlerdir. Bu yayılım kuruyemişçilik ve kurukahvecilik mesleğini oluşturmuştur. Dünyanın farklı yerlerinde değişik şekillerde işlenmiş kahveler ve yetiştirildikleri farklı coğrafi bölgelere göre çeşitlenen kuruyemişlerle ürün yelpazelerini arttıran kuruyemişçiler, zaman içerisinde gelişimlerini devam ettirmiştir. Farklı kültürlerde eğlencelik ve kışlık yiyecek olarak tüketilen kuruyemişlerin ve keyif verici olarak görülen kahvenin son yıllarda yapılan tıbbi araştırmalar sonucunda sağlık açısından düzenli tüketilmesi gereken besinler olduğu anlaşılmış, bu da sektörün önemini arttırmış ve büyük ölçüde gelişmesini sağlamıştır. Bugün ülkemizde kuruyemiş ve kurukahve satıcılığı meslek dalında faaliyet gösteren geniş bir esnaf kitlesi mevcuttur.

2.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler

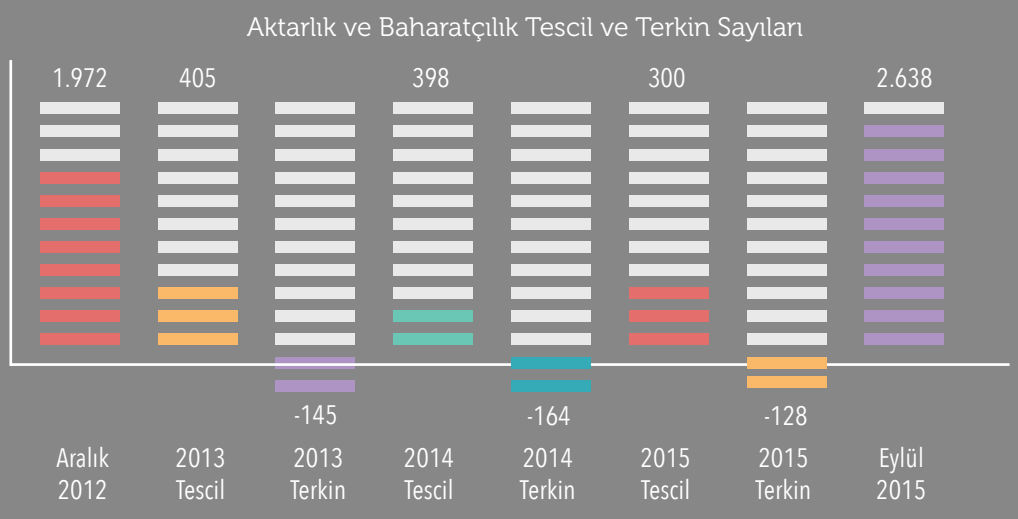
Tablo 28. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu Mesleklere Göre Esnaf Sayısı ve Cinsiyet Dağılımı

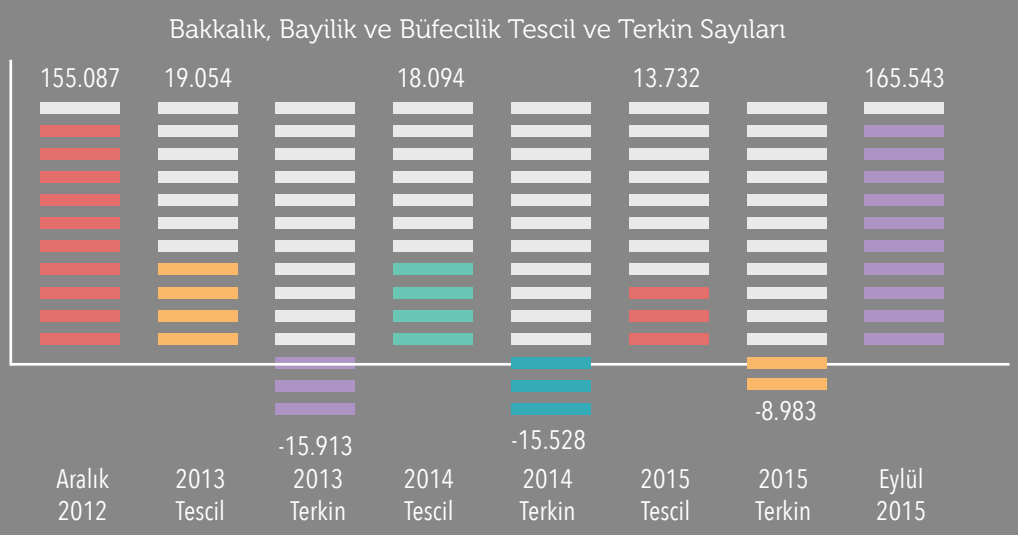


Bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubunda en çok sayıyı bakkal, bayi ve büfeler oluşturmaktadır. Genel anlamda gıda sektöründe de en çok esnaf bu meslekte faaliyet göstermektedir. Bu alt meslek grubunda kadınlar toplam esnafın %20'lik bir kısmını oluşturmaktadır.

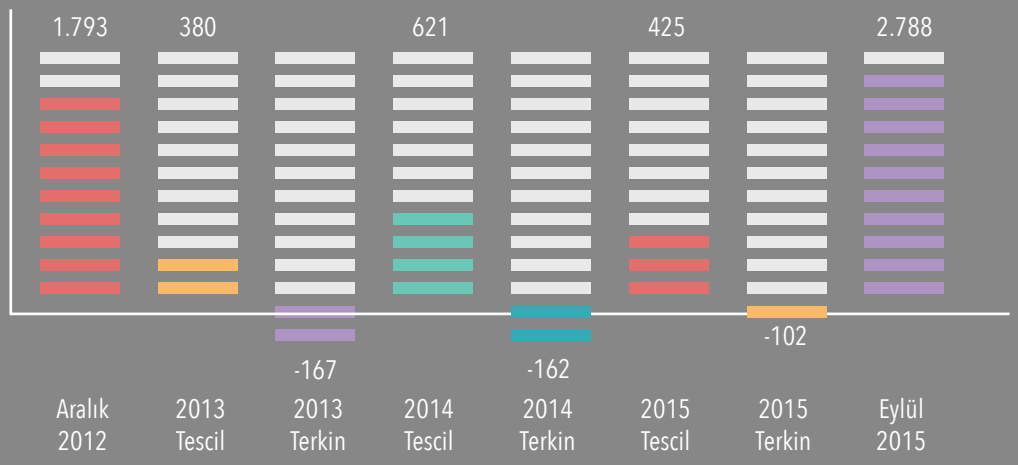
Mesleklerin yıllara göre tescil ve terkin sayıları da aşağıdaki şekilde gerçekleşmiştir:

Şekil 11. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu Tescil ve Terkin Sayıları

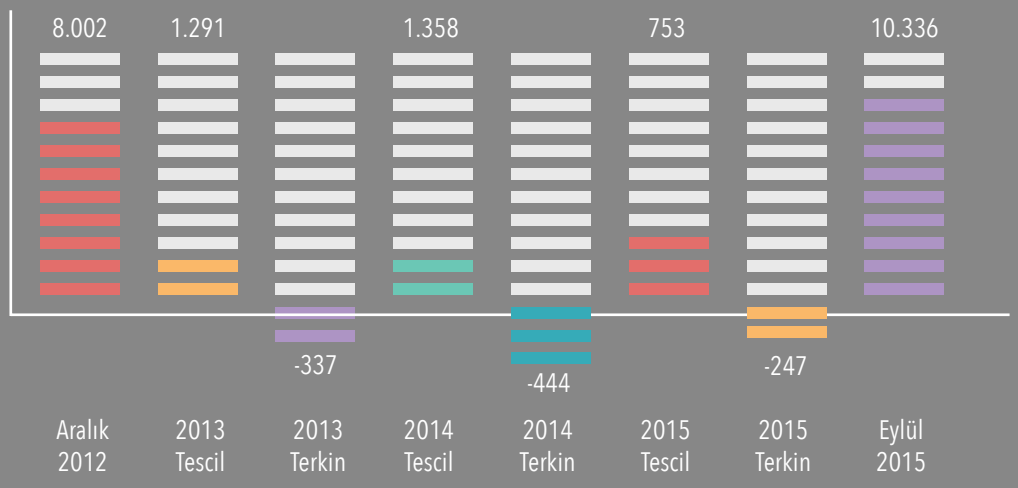




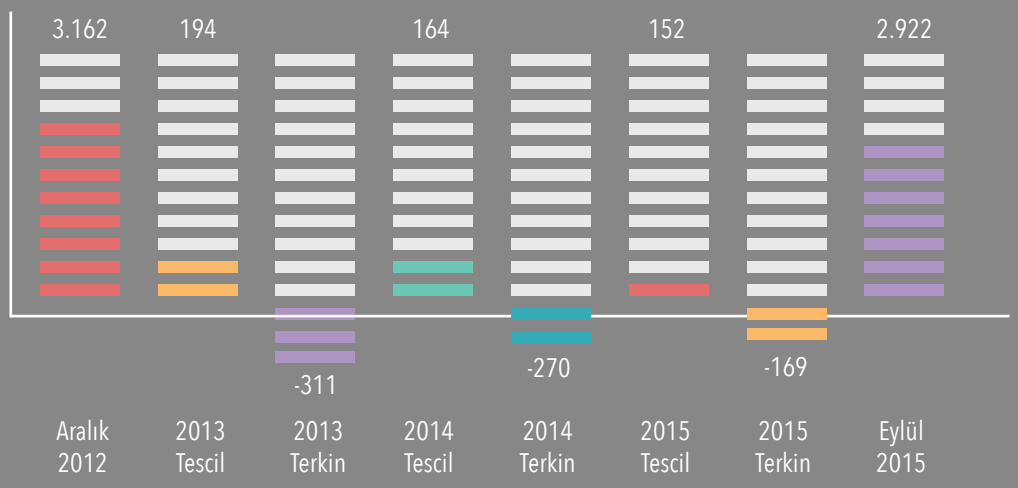
İyi Suculuk Tescil ve Terkin Sayıları



Kantincilik Tescil ve Terkin Sayıları

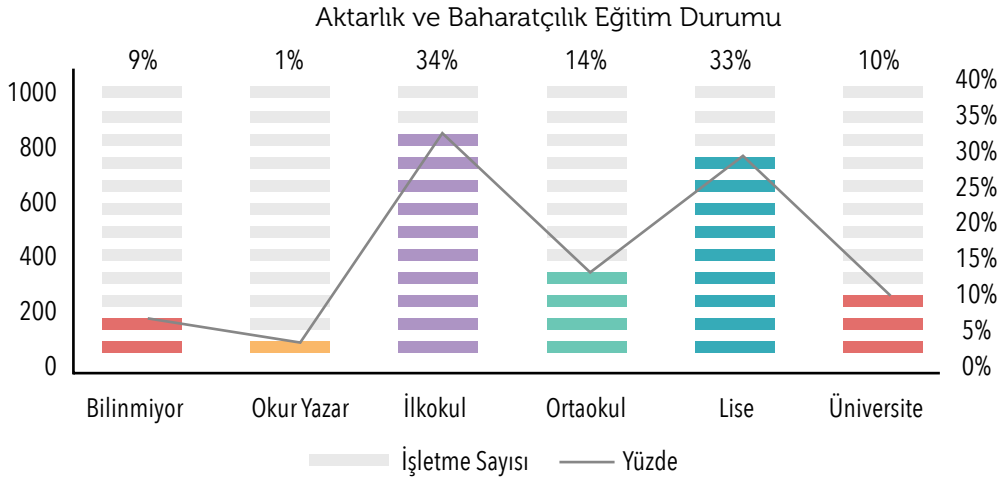


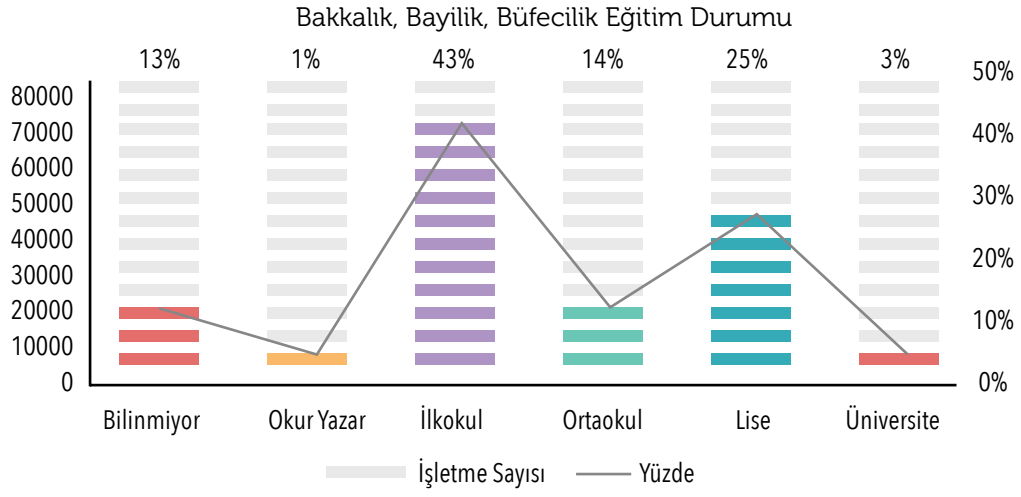
Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı Tescil ve Terkin Sayıları

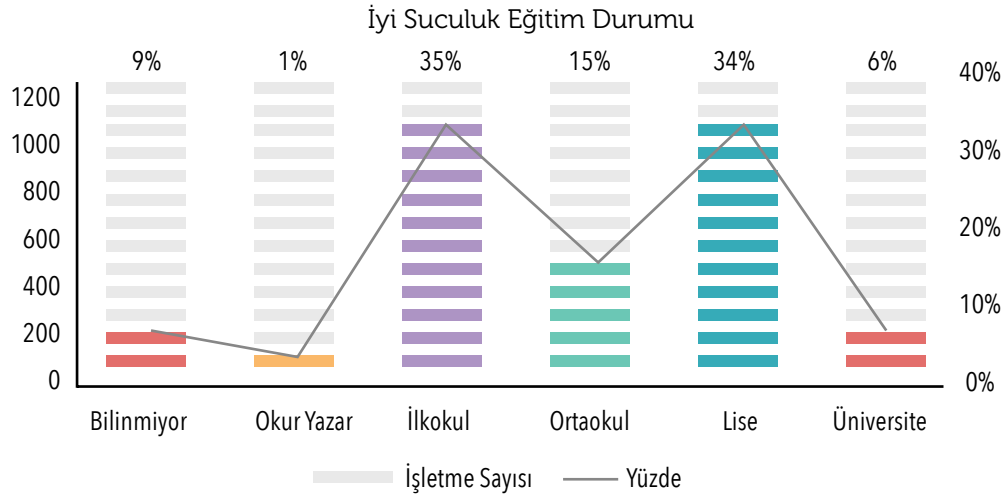


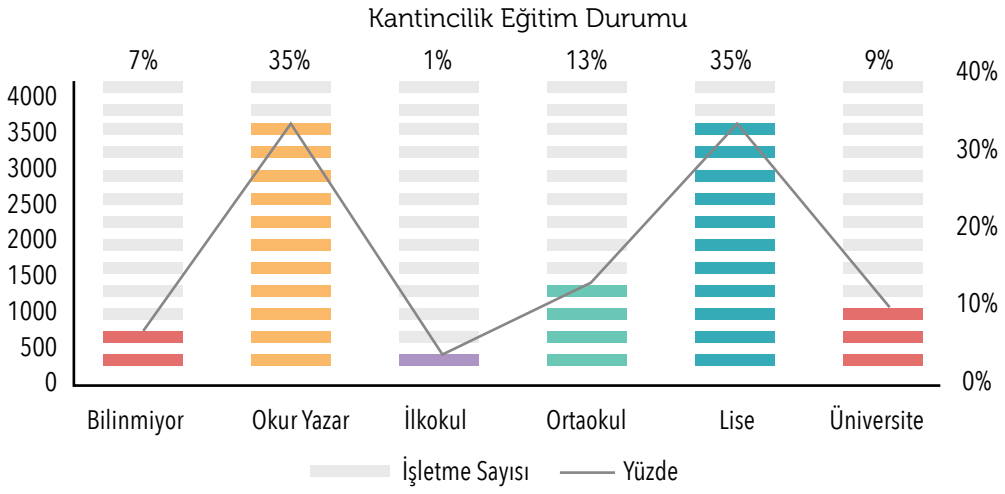
Bu mesleklerde faaliyet gösteren esnafların eğitim durumu ise aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:

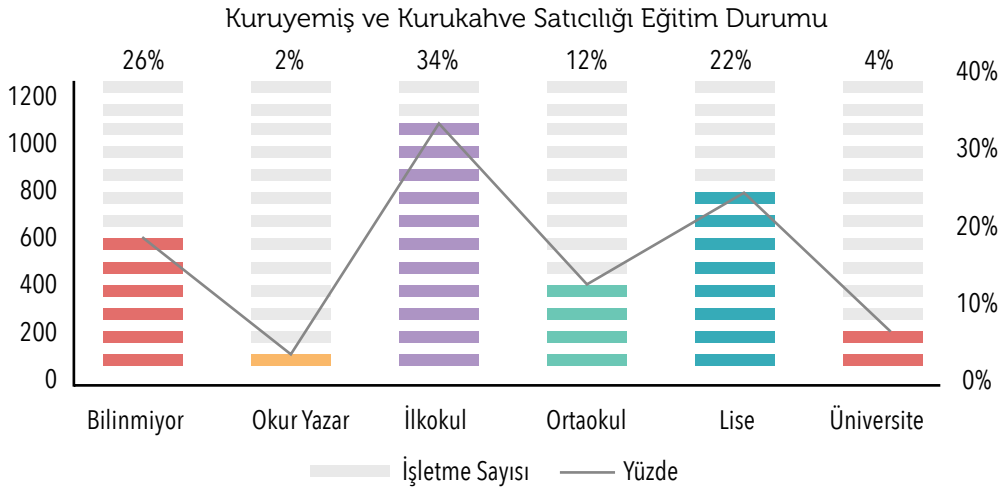
Şekil 12. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu Eğitim Durumu











2.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı

2.4.1. Aktarlık ve Baharatçılık

Tablo 29. Aktarlık ve Baharatçılık Mesleği Bölgesel Dağılımları

BÖLGELER	KAYITLI ESNAF SAYISI
MARMARA BÖLGESİ	580
EGE BÖLGESİ	563
AKDENİZ BÖLGESİ	533
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	364
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	227
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	133
ORTA KARADENİZ BÖLGESİ	96
BATI KARADENİZ BÖLGESİ	90
DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ	52

2.4.2. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik

Tablo 30. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Mesleği Bölgesel Dağılımları

BÖLGELER	KAYITLI ESNAF SAYISI
MARMARA BÖLGESİ	41.531
EGE BÖLGESİ	30.472
AKDENİZ BÖLGESİ	26.343
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	21.682
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	12.908
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	11.788
ORTA KARADENİZ BÖLGESİ	9.472
DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ	5.680
BATI KARADENİZ BÖLGESİ	5.667

2.4.3. İyi Suculuk

Tablo 31. İyi Suculuk Mesleği Bölgesel Dağılımları

BÖLGELER	KAYITLI ESNAF SAYISI
MARMARA BÖLGESİ	1.049
EGE BÖLGESİ	683
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	510
AKDENİZ BÖLGESİ	345
BATI KARADENİZ BÖLGESİ	60
ORTA KARADENİZ BÖLGESİ	59
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	39
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	24
DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ	19

2.4.4. Kantincilik

Tablo 32. Kantincilik Mesleği Bölgesel Dağılımları

BÖLGELER	KAYITLI ESNAF SAYISI
MARMARA BÖLGESİ	3.369
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	1.602
AKDENİZ BÖLGESİ	1.538
EGE BÖLGESİ	1.522
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	702
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	529
BATI KARADENİZ BÖLGESİ	414
ORTA KARADENİZ BÖLGESİ	402
DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ	269

2.4.5. Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı

Tablo 33. Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı Bölgesel Dağılımları

BÖLGELER	KAYITLI ESNAF SAYISI
MARMARA BÖLGESİ	1.201
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	545
EGE BÖLGESİ	515
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	180
AKDENİZ BÖLGESİ	173
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	139
ORTA KARADENİZ BÖLGESİ	88
BATI KARADENİZ BÖLGESİ	48
DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ	33

2.5. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri

3308 sayılı Kanun gereğince çıraklık eğitimi uygulama kapsamındaki meslek dallarında iş yeri açacakların Millî Eğitim Bakanlığınca düzenlenmiş ustalık belgesine sahip olması ya da bu belgeye sahip olanları iş yerinde çalıştırması gerekmektedir.

Bu alt sektör grubunda faaliyet gösteren ve taşımacılık ve benzeri faaliyetlerde bulunacak esnaf ve sanatkârların, yapacakları faaliyetlere uygun olan K2 yetki belgesini almaları zorunludur.

Ayrıca, "Hijyen Eğitimi Yönetmeliği"ne göre esnafların iş yerlerinde, Millî Eğitim Bakanlığı tarafından verilen hijyen eğitim sertifikasına sahip olmayan kişiler çalıştırılamamaktadır. Esnaflar, bu eğitimin bütün çalışanlara verilmesini sağlamakla yükümlüdür.

Bakkallık, bayilik ve büfecilik mesleğinde genel anlamda iş yeri açma ruhsatları dışında bir belge istenmemekle birlikte tütün ve alkol ürünlerinin ticaretini yapmak isteyen esnafın Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurulundan (TAPDK) tütün ve alkol satış izin belgesi alması gerekmektedir.

İyi suculuk meslek özelinde değerlendirildiğinde su satış yeri açmak isteyenlerin, diğer prosedürlerin yanında satış yapılacak yere ait plan veya krokiyle Halk Sağlığı Müdürlüğüne başvurarak izin alması gerekmektedir. Su satış yeri izni almak için hazırlanacak dosyada, burada çalışacak personelin kanun gereğince hijyen eğitim belgesi veya hijyen eğitimi belgesi için müracaat ettiğine ilişkin yazılı belge alması da istenmektedir. Ayrıca satılan sulara ait İl Sağlık Müdürlüğü veya Sağlık Bakanlığından alınan *Su Analiz Raporları* olması gerekmektedir.

Çoğunlukla eğitim ve öğretim kurumlarında faaliyet gösteren ***kantincilik*** mesleğine yönelik; özel hijyen şartlarına uygunluk, gıda güvenilirliği ve resmî kontrole ilişkin kural-

lar Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından Okul Kantinlerine Dair Özel Hijyen Kuralları Yönetmeliği'nde detaylı bir şekilde belirtilmiştir. Tüm esnafa zorunlu olan hijyen eğitimlerinin yanı sıra belediyelere bağlı halk eğitim merkezlerinde, kantin işletmeciliği ile ilgili kurslar da sunulmaktadır. Katılımın gönüllü olduğu bu eğitimler 40 saat sürmekte ve kursu tamamlayanlara Millî Eğitim Bakanlığı onaylı sertifika verilmektedir.

Bitkisel drog vb. ürün satışı yapacak ***aktarlar ve baharatçılar*** ise İl Sağlık Müdürlüğüne müracaat ederek Müdürlük tarafından düzenlenen izin belgesini almak ve buna istinaden bazı ürünlerin satışını yapmak zorundadır. Bununla birlikte, Sağlık Bakanlığının 01.10.1985 tarih ve 5777 sayılı daimi genelgesi gereği, Aktarlık ve Baharatçılık mesleği için ruhsat alma zorunluluğu vardır.

2.6. Meslekteki Üretim Eğilimleri

2.6.1. Kullanılan Gereçler, Teknoloji

Tablo 34. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu Kullanılan Araç & Gereçler

Meslek	Kullanılan Araç & Gereçler
Aktarlık ve Baharatçılık	Ambalaj ve paketler, Eldiven, Zahire küreği Un çuvalı, Saklama kapları, Torba, Tartı Temizlik araç ve gereçleri (çekçek, dezenfektanlar, dezenfektan havuzu, fırça çeşitleri, kâğıt havlu, sabun, sünger, temizlik bezleri, temizlik deterjanları)
Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik	Ambalaj ve paketler, Barkod okuyucu Ekmek dolabı, Eldiven, Fatura ve sevk irsaliyesi Hesap makinesi, İçecek dolapları, Kasa, Kontörlü telefon Kesici, delici vb. nitelikteki alet / ekipmanlar Merdiven, Raflar, Reyonlar, Saklama kapları, Tartı Temizlik araç ve gereçleri (çekçek, dezenfektanlar, dezenfektan havuzu, fırça çeşitleri, kâğıt havlu, sabun, sünger, temizlik bezleri, temizlik deterjanları) Tezgâh, Torba, Ürün soğutucu buzdolapları, Zahire küreği
İyi Suculuk	Ambalajlı su nakil aracı, Ambalaj ve paketler Damacana, Damacana arabası, Damacana tutma halkası Depo, Eldiven, Fatura ve sevk irsaliyesi, Forklift Geri dönüşlü kap, Hesap makinesi, Kasa Kesici, delici vb. nitelikteki alet / ekipmanlar Merdiven, Raflar, Reyonlar, Servis Aracı, Telefon Temizlik araç ve gereçleri (çekçek, dezenfektanlar, dezenfektan havuzu, fırça çeşitleri, kâğıt havlu, sabun, sünger, temizlik bezleri, temizlik deterjanları)
Kantincilik	Ambalaj ve paketler, Bulaşık makinesi, Buzdolabı Çay makinesi, Çöp kovası, Çöp torbası, Dipfriz Kahve makinesi, Tüp, Spatula, Eldiven, Maske ve boneler Fırın, Hesap makinesi, İlk yardım dolabı, İş kıyafetleri Yazarkasa, Kızartma makinesi Kesici, delici vb. nitelikteki alet / ekipmanlar Merdiven, Oturma alanı (Masa ve sandalyeler), Raflar, Reyonlar, Tek kullanımlık bardak, çatal, kaşık, bıçak vb., Telefon Temizlik araç ve gereçleri (çekçek, dezenfektanlar, fırça çeşitleri, kâğıt havlu, sabun, sünger, temizlik bezleri, temizlik deterjanları) Tezgâh, Tost makinesi, Yangın tüpü

Meslek	Kullanılan Araç & Gereçler
Kuruyemişçilik ve Kurukahve Satıcılığı	Ambalaj ve paketler, Buzdolabı, Çöp kovası, çöp torbası Dipfriz, Eldiven, Maske ve boneler, Fırın Hesap makinesi, İlk yardım dolabı, İş kıyafetleri Kahve makinesi Kesici, delici vb. nitelikteki alet / ekipmanlar Kurukahve öğütme makinesi Kuruyemiş kavurma makineleri Kuruyemiş kürekleri, Kuruyemiş teşhir standı Merdiven, Raf etiketleri, Raflar, Reyonlar Saklama kapları, Elektronik tartı, Ölçekler, Telefon Temizlik araç ve gereçleri (çekçek, dezenfektanlar, dezenfektan havuzu, fırça çeşitleri, kâğıt havlu, sabun, sünger, temizlik bezleri, temizlik deterjanları) Tezgâh, Torba ve poşetler, Yangın tüpü, Yazarkasa

2.6.2. Meslekte Üretilen Başlıca Ürünler

Aktarlık ve Baharatçılık mesleğinde üretilen/satılan başlıca ürünler aşağıda sıralanmıştır:

- Ada çayı
- At kestanesi
- Badem yağı
- Bal çeşitleri
- Civanperçemi
- Çörekotu
- Dağ çayı
- Defne
- Dut kurusu
- Ekinezya
- Fındık yağı
- Hatmi çiçeği
- Hindistan cevizi yağı
- Ihlamur
- Isırgan
- Isırgan Otu
- Kantaron
- Kara üzüm kurusu
- Karabaş otu
- Keçiboynuzu
- Keten tohumu
- Kozmetik ürünler
- Melissa (Oğul Otu)
- Papatya çayı
- Pekmez çeşitleri
- Polen
- Rezene
- Sabun çeşitleri
- Susam yağı
- Tarçın
- Yeşil çay
- Zencefil
- Zerdeçal

Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik mesleğinde üretilen/satılan başlıca ürünler aşağıda sıralanmıştır:

- Bakliyat ürünleri
- Bisküvi, çikolata, gofret ürünleri
- Bulgur
- Ekmek çeşitleri
- Gazete
- Hazır gıdalar, konserveler
- Pirinç
- Soğuk içecekler
- Tekel ürünleri
- Temizlik ürünleri (Sabun, deterjan vb.)
- Un
- Şeker
- Çay
- Tuz

İyi Suculuk mesleğinde üretilen/satılan başlıca ürünler aşağıda sıralanmıştır:

- Damacana su
- Diğer çeşitli ebatlarda ambalajlı su ürünleri

Kantincilik mesleğinde üretilen/satılan başlıca ürünler aşağıda sıralanmıştır:

- Bisküvi, çikolata, gofret ürünleri
- Tost çeşitleri
- Poğaça çeşitleri
- Soğuk içecekler
- Çay, kahve
- Hamburger çeşitleri
- Döner, köfte vb. yiyecekler

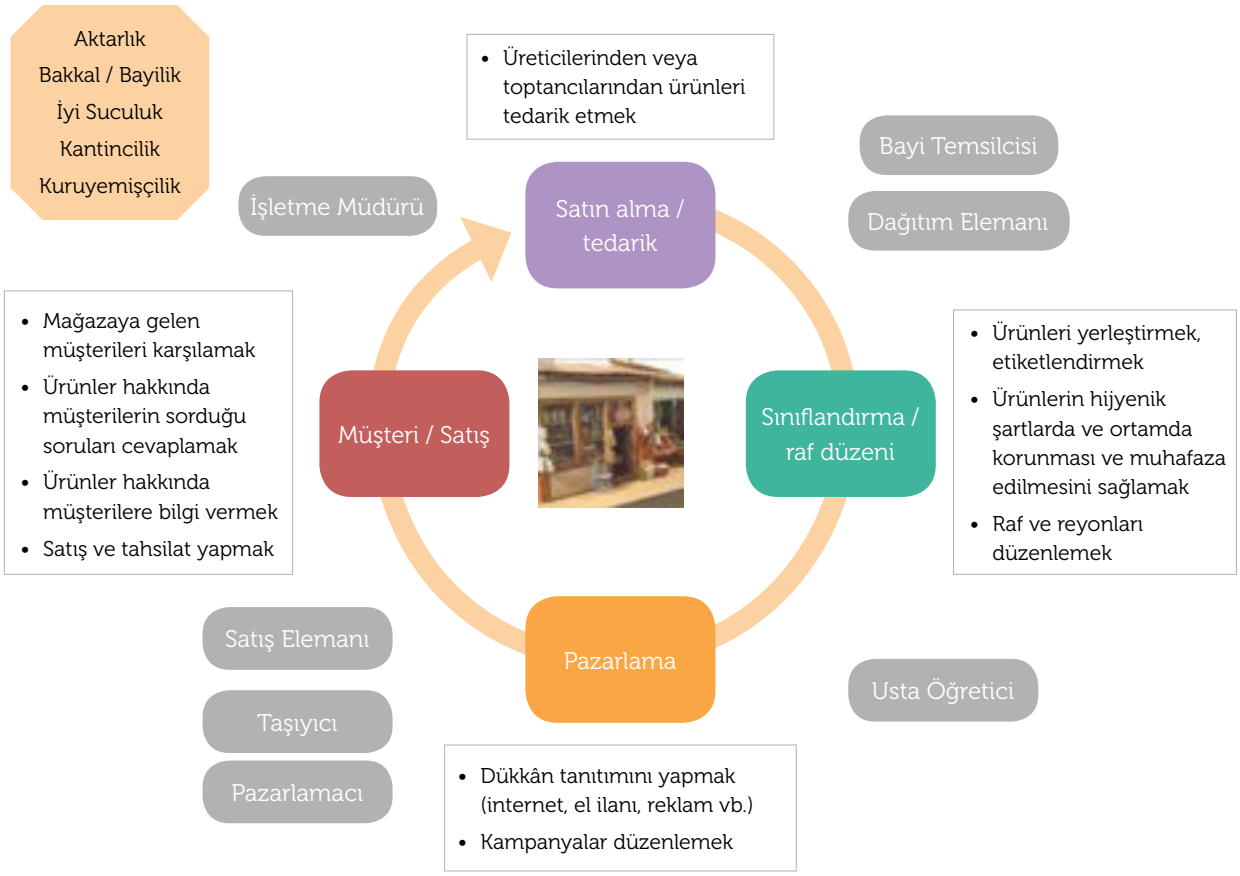
Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı mesleğinde üretilen/satılan başlıca ürünler aşağıda sıralanmıştır:

- Antep fıstığı
- Bisküvi, çikolata, gofret ürünleri
- Badem
- Beyaz leblebi
- Ceviz
- Cevizli sucuk
- Çam fıstığı
- Çekirdek
- Fındık
- Fıstık
- İğde
- Kabak çekirdeği
- Kabuklu fıstık
- Kahve çeşitleri
- Kaju
- Karpuz çekirdeği

- Kavrulmuş fındık
- Kuru üzüm
- Leblebi
- Beyaz leblebi
- Mısır
- Pestil
- Soğuk içecekler
- Soslu fıstık
- Soslu mısır
- Soyalı fıstık
- Şam fıstığı
- Tuzlu fıstık
- Üzüm kurusu
- Üzümlü sucuk

2.6.3. Meslek Süreçleri

Şekil 13. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Meslek Süreçleri



Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik alt sektör grubundaki bir esnafta temel olarak 4 sürecin yönetilmesi gerekmektedir. Bunların ilki, üreticilerden ya da toptancılardan ürünleri tedarik etmeyle ilgili olarak yapılan satın alma işlemleridir. Satın alınan ürünlerin sınıflandırma ve raf düzeninin oluşturulması, ürünlerin hijyenik şartlarda muhafaza edilmesi ikinci aşamadır. Daha sonra ise pazarlama ve reklam yolu ile müşterilere ulaşarak satış işlemi gerçekleştirilmektedir.

2.7. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

2.7.1. Aktarlık ve Baharatçılık

Aktarlık ve Baharatçılık mesleği özelinde inceleme yapıldığında Türkiye genelinde toplam oluşturulan ciro 297 milyon TL, toplam kâr 14,7 milyon TL ve toplam zarar ise 4,2 milyon TL olmuştur. İşletme başına kârlılık ise Türkiye genelinde 4.389 TL olarak gerçekleşmiştir.

Aktarlık ve Baharatçılık mesleğinde işletme başına en çok kâr bildiren il, 13.955 TL ile Kastamonu olurken; işletme başına en çok zarar bildiren il, 49.522 TL ile Bitlis olmuştur.

Tablo 35. Aktarlık ve Baharatçılık İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014

Aktarlık ve Baharatçılık									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ADANA	15.268 ₺	391 ₺	20 ₺	5.802 ₺	K.MARAŞ	6.843 ₺	494 ₺	23 ₺	6.040 ₺
ADIYAMAN	853 ₺	67 ₺	0 ₺	4.480 ₺	KARABÜK	250 ₺	32 ₺	10 ₺	1.752 ₺
AFYON	1.867 ₺	72 ₺	64 ₺	483 ₺	KARAMAN	263 ₺	21 ₺	0 ₺	4.175 ₺
AĞRI	1.061 ₺	30 ₺	0 ₺	4.289 ₺	KARS	27 ₺	17 ₺	0 ₺	5.733 ₺
AKSARAY	1.140 ₺	26 ₺	21 ₺	278 ₺	KASTAMONU	512 ₺	124 ₺	13 ₺	13.955 ₺
AMASYA	1.050 ₺	47 ₺	0 ₺	5.211 ₺	KAYSERİ	9.473 ₺	522 ₺	143 ₺	9.265 ₺
ANKARA	12.628 ₺	523 ₺	452 ₺	675 ₺	KIRIKKALE	310 ₺	27 ₺	20 ₺	859 ₺
ANTALYA	18.191 ₺	810 ₺	334 ₺	3.810 ₺	KIRKLARELİ	918 ₺	37 ₺	25 ₺	916 ₺
ARDAHAN	35 ₺	5 ₺	0 ₺	2.269 ₺	KIRŞEHİR	238 ₺	33 ₺	0 ₺	6.657 ₺
ARTVİN	267 ₺	14 ₺	0 ₺	2.788 ₺	KİLİS	3.299 ₺	99 ₺	0 ₺	5.211 ₺
AYDIN	1.134 ₺	173 ₺	10 ₺	3.716 ₺	KOCAELİ	9.601 ₺	659 ₺	196 ₺	8.568 ₺
BALIKESİR	3.725 ₺	341 ₺	206 ₺	2.135 ₺	KONYA	6.622 ₺	355 ₺	124 ₺	3.567 ₺
BARTIN	918 ₺	38 ₺	0 ₺	9.453 ₺	KÜTAHYA	2.211 ₺	118 ₺	0 ₺	4.534 ₺
BATMAN	26 ₺	2 ₺	0 ₺	860 ₺	MALATYA	2.475 ₺	117 ₺	10 ₺	5.936 ₺
BAYBURT	11 ₺	5 ₺	0 ₺	4.605 ₺	MANİSA	2.861 ₺	323 ₺	14 ₺	5.933 ₺
BİLECİK	559 ₺	41 ₺	18 ₺	2.072 ₺	MARDİN	189 ₺	36 ₺	6 ₺	1.711 ₺
BİNGÖL	13 ₺	4 ₺	0 ₺	1.770 ₺	MERSİN	15.353 ₺	799 ₺	52 ₺	6.218 ₺
BİTLİS	146 ₺	4 ₺	103 ₺	-49.522 ₺	MUĞLA	7.903 ₺	625 ₺	206 ₺	4.817 ₺
BOLU	526 ₺	61 ₺	5 ₺	3.093 ₺	MUŞ	133 ₺	5 ₺	0 ₺	5.180 ₺
BURDUR	485 ₺	36 ₺	6 ₺	1.984 ₺	NEVŞEHİR	305 ₺	23 ₺	0 ₺	1.744 ₺
BURSA	9.214 ₺	855 ₺	334 ₺	4.564 ₺	NİĞDE	2.265 ₺	43 ₺	14 ₺	1.844 ₺
ÇANAKKALE	1.118 ₺	78 ₺	63 ₺	524 ₺	ORDU	240 ₺	36 ₺	0 ₺	5.928 ₺
ÇANKIRI	524 ₺	43 ₺	44 ₺	-158 ₺	OSMANİYE	256 ₺	28 ₺	7 ₺	1.904 ₺
ÇORUM	293 ₺	27 ₺	0 ₺	3.329 ₺	RİZE	780 ₺	24 ₺	0 ₺	3.459 ₺
DENİZLİ	2.324 ₺	280 ₺	11 ₺	4.023 ₺	SAKARYA	4.736 ₺	170 ₺	14 ₺	5.369 ₺
DİYARBAKIR	746 ₺	109 ₺	1 ₺	4.926 ₺	SAMSUN	5.444 ₺	188 ₺	69 ₺	2.420 ₺
DÜZCE	1.286 ₺	73 ₺	9 ₺	5.853 ₺	SİİRT	1.200 ₺	65 ₺	0 ₺	3.636 ₺
EDİRNE	757 ₺	26 ₺	29 ₺	-339 ₺	SİNOP	323 ₺	22 ₺	3 ₺	1.859 ₺
ELAZIĞ	1.511 ₺	87 ₺	48 ₺	1.614 ₺	SİVAS	3.051 ₺	47 ₺	18 ₺	2.976 ₺

Aktarlık ve Baharatçılık									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ERZİNCAN	116 ₺	7 ₺	8 ₺	-198 ₺	ŞANLIURFA	4.170 ₺	215 ₺	0 ₺	4.393 ₺
ERZURUM	1.467 ₺	87 ₺	22 ₺	2.977 ₺	ŞIRNAK	11 ₺	2 ₺	0 ₺	889 ₺
ESKİŞEHİR	681 ₺	70 ₺	14 ₺	2.957 ₺	TEKİRDAĞ	616 ₺	39 ₺	23 ₺	1.633 ₺
GAZİANTEP	22.147 ₺	530 ₺	26 ₺	7.754 ₺	TOKAT	1.148 ₺	73 ₺	13 ₺	4.010 ₺
GİRESUN	918 ₺	48 ₺	0 ₺	3.988 ₺	TRABZON	2.419 ₺	99 ₺	26 ₺	3.472 ₺
GÜMÜŞHANE	114 ₺	5 ₺	0 ₺	1.555 ₺	TUNCELİ	78 ₺	6 ₺	0 ₺	2.874 ₺
HAKKÂRİ	135 ₺	19 ₺	0 ₺	4.709 ₺	UŞAK	470 ₺	35 ₺	5 ₺	1.866 ₺
HATAY	17.674 ₺	460 ₺	0 ₺	9.776 ₺	VAN	2.642 ₺	62 ₺	116 ₺	-2.838 ₺
IĞDIR	1 ₺	2 ₺	0 ₺	767 ₺	YALOVA	835 ₺	47 ₺	26 ₺	1.756 ₺
ISPARTA	860 ₺	86 ₺	0 ₺	4.800 ₺	YOZGAT	606 ₺	63 ₺	2 ₺	2.885 ₺
İSTANBUL	27.186 ₺	1.329 ₺	685 ₺	3.518 ₺	ZONGULDAK	2.501 ₺	160 ₺	0 ₺	8.871 ₺
İZMİR	44.457 ₺	1.926 ₺	506 ₺	6.863 ₺					
Türkiye Toplam						**297.009 ₺**	**14.726 ₺**	**4.214 ₺**	**4.389 ₺**

2.7.2. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik

Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik mesleği özelinde inceleme yapıldığında Türkiye genelinde toplam oluşturulan ciro 35,5 milyar TL, toplam kâr 1,1 milyar TL ve toplam zarar ise 147 milyon TL olmuştur. İşletme başına kârlılık ise Türkiye genelinde 6.724 TL olarak gerçekleşmiştir.

Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik mesleğinde işletme başına en çok kâr bildiren il, 13.828 TL ile Eskişehir olurken; işletme başına en az kâr bildiren il, 2.302 TL ile Aksaray olmuştur.

Tablo 36. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014

Bakkalık, Bayilik ve Büfecilik									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ADANA	1.095.579 ₺	31.182 ₺	2.395 ₺	5.862 ₺	K.MARAŞ	339.488 ₺	13.497 ₺	962 ₺	5.899 ₺
ADIYAMAN	198.386 ₺	4.792 ₺	143 ₺	4.012 ₺	KARABÜK	164.252 ₺	5.753 ₺	567 ₺	9.310 ₺
AFYON	276.555 ₺	10.336 ₺	570 ₺	5.912 ₺	KARAMAN	85.025 ₺	2.974 ₺	439 ₺	4.502 ₺
AĞRI	101.927 ₺	2.756 ₺	529 ₺	3.762 ₺	KARS	93.571 ₺	5.870 ₺	43 ₺	7.471 ₺
AKSARAY	107.149 ₺	2.635 ₺	469 ₺	2.302 ₺	KASTAMONU	277.229 ₺	8.745 ₺	2.294 ₺	7.290 ₺
AMASYA	153.238 ₺	4.803 ₺	176 ₺	5.582 ₺	KAYSERİ	491.944 ₺	15.832 ₺	3.638 ₺	5.132 ₺
ANKARA	1.384.617 ₺	39.744 ₺	8.010 ₺	6.536 ₺	KIRIKKALE	156.843 ₺	3.546 ₺	589 ₺	4.986 ₺
ANTALYA	1.528.546 ₺	46.438 ₺	8.475 ₺	8.166 ₺	KIRKLARELİ	230.921 ₺	8.793 ₺	318 ₺	8.033 ₺

Bakkalık, Bayilik ve Büfecilik									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ARDAHAN	28.692 ₺	1.461 ₺	121 ₺	3.724 ₺	KIRŞEHİR	64.076 ₺	3.848 ₺	109 ₺	8.006 ₺
ARTVİN	91.399 ₺	3.224 ₺	785 ₺	4.576 ₺	KİLİS	20.503 ₺	1.040 ₺	47 ₺	2.403 ₺
AYDIN	564.499 ₺	23.225 ₺	1.159 ₺	7.370 ₺	KOCAELİ	951.882 ₺	31.130 ₺	4.022 ₺	8.400 ₺
BALIKESİR	1.667.056 ₺	38.401 ₺	1.722 ₺	10.294 ₺	KONYA	867.616 ₺	25.508 ₺	1.390 ₺	6.081 ₺
BARTIN	116.570 ₺	4.873 ₺	117 ₺	10.055 ₺	KÜTAHYA	239.702 ₺	7.556 ₺	553 ₺	5.322 ₺
BATMAN	211.949 ₺	1.943 ₺	130 ₺	4.660 ₺	MALATYA	155.330 ₺	8.232 ₺	1.069 ₺	4.141 ₺
BAYBURT	25.180 ₺	1.065 ₺	29 ₺	5.690 ₺	MANİSA	848.265 ₺	37.461 ₺	1.028 ₺	8.587 ₺
BİLECİK	126.644 ₺	4.271 ₺	331 ₺	10.129 ₺	MARDİN	291.672 ₺	4.178 ₺	1.365 ₺	2.427 ₺
BİNGÖL	28.970 ₺	1.483 ₺	60 ₺	3.092 ₺	MERSİN	908.478 ₺	32.424 ₺	1.196 ₺	6.872 ₺
BİTLİS	54.771 ₺	2.428 ₺	72 ₺	4.154 ₺	MUĞLA	741.627 ₺	34.353 ₺	3.763 ₺	11.535 ₺
BOLU	151.261 ₺	5.530 ₺	549 ₺	9.598 ₺	MUŞ	61.672 ₺	1.933 ₺	562 ₺	2.786 ₺
BURDUR	197.884 ₺	6.028 ₺	436 ₺	7.320 ₺	NEVŞEHİR	116.302 ₺	3.716 ₺	312 ₺	4.688 ₺
BURSA	1.598.283 ₺	54.161 ₺	6.082 ₺	9.474 ₺	NİĞDE	163.735 ₺	4.761 ₺	143 ₺	4.891 ₺
ÇANAKKALE	376.868 ₺	14.369 ₺	1.129 ₺	7.904 ₺	ORDU	435.123 ₺	14.333 ₺	995 ₺	6.262 ₺
ÇANKIRI	105.998 ₺	2.388 ₺	549 ₺	4.904 ₺	OSMANİYE	167.321 ₺	7.163 ₺	27 ₺	5.645 ₺
ÇORUM	218.462 ₺	6.755 ₺	374 ₺	6.124 ₺	RİZE	224.341 ₺	8.720 ₺	1.293 ₺	8.144 ₺
DENİZLİ	433.116 ₺	18.674 ₺	786 ₺	6.514 ₺	SAKARYA	737.921 ₺	21.888 ₺	1.664 ₺	8.858 ₺
DİYARBAKIR	271.987 ₺	9.853 ₺	232 ₺	5.751 ₺	SAMSUN	807.527 ₺	22.177 ₺	1.689 ₺	6.626 ₺
DÜZCE	202.197 ₺	5.168 ₺	631 ₺	5.588 ₺	SİİRT	45.988 ₺	1.499 ₺	280 ₺	2.841 ₺
EDİRNE	246.733 ₺	10.195 ₺	1.041 ₺	6.248 ₺	SİNOP	144.160 ₺	5.019 ₺	447 ₺	8.283 ₺
ELAZIĞ	179.011 ₺	5.774 ₺	341 ₺	3.932 ₺	SİVAS	271.843 ₺	7.856 ₺	779 ₺	5.922 ₺
ERZİNCAN	91.369 ₺	3.481 ₺	237 ₺	7.492 ₺	ŞANLIURFA	348.945 ₺	7.799 ₺	205 ₺	4.340 ₺
ERZURUM	175.182 ₺	7.515 ₺	516 ₺	4.654 ₺	ŞIRNAK	48.217 ₺	1.210 ₺	67 ₺	3.651 ₺
ESKİŞEHİR	389.366 ₺	15.337 ₺	624 ₺	13.828 ₺	TEKİRDAĞ	575.467 ₺	20.870 ₺	1.951 ₺	8.102 ₺
GAZİANTEP	635.712 ₺	17.461 ₺	722 ₺	5.764 ₺	TOKAT	279.024 ₺	8.740 ₺	817 ₺	5.375 ₺
GİRESUN	221.488 ₺	7.262 ₺	407 ₺	6.456 ₺	TRABZON	688.909 ₺	17.170 ₺	1.370 ₺	7.685 ₺
GÜMÜŞHANE	47.842 ₺	1.652 ₺	25 ₺	5.442 ₺	TUNCELİ	20.584 ₺	1.130 ₺	8 ₺	4.583 ₺
HAKKÂRİ	132.208 ₺	1.654 ₺	44 ₺	4.835 ₺	UŞAK	187.401 ₺	5.673 ₺	174 ₺	6.199 ₺
HATAY	463.714 ₺	19.004 ₺	963 ₺	4.090 ₺	VAN	102.997 ₺	3.528 ₺	396 ₺	3.386 ₺
IĞDIR	19.211 ₺	762 ₺	68 ₺	2.542 ₺	YALOVA	157.975 ₺	4.820 ₺	1.851 ₺	5.538 ₺
ISPARTA	307.211 ₺	8.924 ₺	693 ₺	8.166 ₺	YOZGAT	154.676 ₺	4.767 ₺	603 ₺	3.961 ₺
İSTANBUL	5.501.825 ₺	152.269 ₺	50.759 ₺	6.581 ₺	ZONGULDAK	289.804 ₺	11.332 ₺	951 ₺	7.811 ₺
İZMİR	2.803.206 ₺	91.063 ₺	14.714 ₺	7.313 ₺					
Türkiye Toplam						**35.490.216 ₺**	**1.127.184 ₺**	**147.194 ₺**	**6.724 ₺**

2.7.3. İyi Suculuk

İyi Suculuk mesleği özelinde inceleme yapıldığında Türkiye genelinde toplam oluşturulan ciro 481 milyon TL, toplam kâr 25 milyon TL ve toplam zarar ise 6 milyon TL olmuştur. İşletme başına kârlılık ise Türkiye genelinde 7.988 TL olarak gerçekleşmiştir.

İyi Suculuk mesleğinde işletme başına en çok kâr bildiren il, 39.628 TL ile Eskişehir olurken; işletme başına en çok zarar bildiren il, 50.575 TL ile Bolu olmuştur.

Tablo 37. İyi Suculuk İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014

İyi Suculuk									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ADANA	8.659 ₺	195 ₺	0 ₺	6.086 ₺	İSTANBUL	71.996 ₺	4.220 ₺	2.355 ₺	3.429 ₺
ADIYAMAN	2.286 ₺	102 ₺	0 ₺	14.505 ₺	İZMİR	94.238 ₺	3.363 ₺	574 ₺	8.036 ₺
AFYON	63 ₺	9 ₺	6 ₺	695 ₺	K.MARAŞ	258 ₺	12 ₺	0 ₺	12.186 ₺
AĞRI	279 ₺	9 ₺	0 ₺	4.585 ₺	KARABÜK	4.185 ₺	69 ₺	24 ₺	5.627 ₺
AKSARAY	1.393 ₺	51 ₺	17 ₺	2.442 ₺	KASTAMONU	273 ₺	6 ₺	0 ₺	6.436 ₺
AMASYA	1.713 ₺	70 ₺	0 ₺	10.027 ₺	KAYSERİ	3.632 ₺	94 ₺	47 ₺	4.672 ₺
ANKARA	24.919 ₺	1.135 ₺	699 ₺	2.370 ₺	KIRIKKALE	512 ₺	28 ₺	17 ₺	687 ₺
ANTALYA	40.416 ₺	1.318 ₺	295 ₺	5.684 ₺	KIRKLARELİ	1.660 ₺	80 ₺	19 ₺	3.828 ₺
ARDAHAN	32 ₺	5 ₺	0 ₺	4.782 ₺	KIRŞEHİR	1.039 ₺	56 ₺	0 ₺	7.974 ₺
ARTVİN	456 ₺	7 ₺	0 ₺	6.986 ₺	KİLİS	436 ₺	21 ₺	0 ₺	10.347 ₺
AYDIN	10.332 ₺	574 ₺	105 ₺	7.329 ₺	KOCAELİ	18.986 ₺	1.450 ₺	176 ₺	17.213 ₺
BALIKESİR	9.897 ₺	536 ₺	6 ₺	15.609 ₺	KONYA	5.046 ₺	118 ₺	44 ₺	3.217 ₺
BARTIN	232 ₺	9 ₺	0 ₺	4.646 ₺	KÜTAHYA	1.749 ₺	36 ₺	25 ₺	1.539 ₺
BATMAN	691 ₺	11 ₺	0 ₺	5.731 ₺	MALATYA	0 ₺	0 ₺	0 ₺	-50 ₺
BİLECİK	2.957 ₺	123 ₺	44 ₺	6.552 ₺	MANİSA	8.061 ₺	557 ₺	56 ₺	12.520 ₺
BİTLİS	16 ₺	1 ₺	0 ₺	1.040 ₺	MERSİN	9.317 ₺	326 ₺	46 ₺	9.330 ₺
BOLU	823 ₺	3 ₺	155 ₺	-50.575 ₺	MUĞLA	23.897 ₺	1.344 ₺	323 ₺	9.370 ₺
BURDUR	2.815 ₺	52 ₺	0 ₺	4.687 ₺	NEVŞEHİR	461 ₺	5 ₺	8 ₺	-1.085 ₺
BURSA	19.554 ₺	882 ₺	88 ₺	10.052 ₺	NİĞDE	2.320 ₺	68 ₺	4 ₺	21.300 ₺
ÇANAKKALE	8.640 ₺	292 ₺	228 ₺	2.893 ₺	ORDU	3.945 ₺	129 ₺	4 ₺	10.406 ₺
ÇANKIRI	380 ₺	0 ₺	15 ₺	-5.015 ₺	OSMANİYE	1.555 ₺	122 ₺	0 ₺	13.578 ₺
ÇORUM	956 ₺	32 ₺	0 ₺	3.558 ₺	RİZE	315 ₺	19 ₺	0 ₺	19.267 ₺
DENİZLİ	4.138 ₺	212 ₺	7 ₺	6.224 ₺	SAKARYA	4.586 ₺	269 ₺	6 ₺	5.586 ₺
DİYARBAKIR	829 ₺	30 ₺	0 ₺	9.899 ₺	SAMSUN	1.953 ₺	35 ₺	4 ₺	3.430 ₺
DÜZCE	1.408 ₺	30 ₺	37 ₺	-662 ₺	SİNOP	2.735 ₺	95 ₺	5 ₺	14.950 ₺
EDİRNE	1.313 ₺	40 ₺	9 ₺	1.949 ₺	SİVAS	1.064 ₺	49 ₺	4 ₺	2.380 ₺
ELAZIĞ	801 ₺	31 ₺	0 ₺	3.930 ₺	ŞANLIURFA	1.915 ₺	69 ₺	0 ₺	8.633 ₺
ERZURUM	400 ₺	10 ₺	0 ₺	3.212 ₺	TEKİRDAĞ	6.613 ₺	324 ₺	108 ₺	4.230 ₺
ESKİŞEHİR	37.334 ₺	5.643 ₺	55 ₺	39.628 ₺	TOKAT	1.795 ₺	49 ₺	0 ₺	3.775 ₺

İyi Suculuk									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
GAZİANTEP	174 ₺	21 ₺	0 ₺	2.954 ₺	TRABZON	3.808 ₺	67 ₺	22 ₺	3.256 ₺
GİRESUN	493 ₺	30 ₺	0 ₺	14.773 ₺	UŞAK	293 ₺	24 ₺	12 ₺	1.306 ₺
HAKKÂRİ	1.280 ₺	32 ₺	0 ₺	32.450 ₺	VAN	492 ₺	13 ₺	0 ₺	6.659 ₺
HATAY	6.406 ₺	207 ₺	51 ₺	4.102 ₺	YALOVA	1.513 ₺	49 ₺	0 ₺	6.149 ₺
IĞDIR	2.806 ₺	42 ₺	0 ₺	20.995 ₺	YOZGAT	1.467 ₺	52 ₺	1 ₺	3.904 ₺
ISPARTA	8 ₺	8 ₺	0 ₺	7.980 ₺	ZONGULDAK	4.292 ₺	137 ₺	27 ₺	4.787 ₺
Türkiye Toplam						**481.306 ₺**	**25.107 ₺**	**5.728 ₺**	**7.988 ₺**

2.7.4. Kantincilik

Kantincilik mesleği özelinde inceleme yapıldığında Türkiye genelinde toplam oluşturulan ciro 774 milyon TL, toplam kâr 39 milyon TL ve toplam zarar ise 35 milyon TL olmuştur. İşletme başına kârlılık ise Türkiye genelinde 446 TL olarak gerçekleşmiştir.

Kantincilik mesleğinde işletme başına en çok kâr bildiren il, 6.873 TL ile Bartın olurken işletme başına en çok zarar bildiren il, 8.839 TL ile Çankırı olmuştur.

Tablo 38. Kantincilik İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014

Kantincilik									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ADANA	37.034 ₺	1.394 ₺	657 ₺	1.843 ₺	K.MARAŞ	3.637 ₺	353 ₺	9 ₺	3.474 ₺
ADIYAMAN	3.555 ₺	260 ₺	61 ₺	3.630 ₺	KARABÜK	2.139 ₺	122 ₺	183 ₺	-1.246 ₺
AFYON	4.242 ₺	228 ₺	9 ₺	5.090 ₺	KARAMAN	703 ₺	41 ₺	73 ₺	-889 ₺
AĞRI	5 ₺	4 ₺	4 ₺	78 ₺	KARS	420 ₺	115 ₺	0 ₺	4.442 ₺
AKSARAY	2.188 ₺	94 ₺	114 ₺	-483 ₺	KASTAMONU	12.400 ₺	305 ₺	196 ₺	2.187 ₺
AMASYA	2.386 ₺	88 ₺	37 ₺	886 ₺	KAYSERİ	7.346 ₺	385 ₺	185 ₺	3.644 ₺
ANKARA	51.358 ₺	2.905 ₺	3.741 ₺	-954 ₺	KIRIKKALE	1.342 ₺	50 ₺	128 ₺	-2.866 ₺
ANTALYA	37.595 ₺	1.227 ₺	1.238 ₺	-37 ₺	KIRKLARELİ	5.058 ₺	188 ₺	130 ₺	986 ₺
ARDAHAN	431 ₺	17 ₺	0 ₺	2.393 ₺	KIRŞEHİR	2.202 ₺	115 ₺	48 ₺	3.179 ₺
ARTVİN	1.746 ₺	158 ₺	64 ₺	2.599 ₺	KİLİS	596 ₺	50 ₺	0 ₺	3.822 ₺
AYDIN	10.292 ₺	742 ₺	210 ₺	4.258 ₺	KOCAELİ	15.662 ₺	862 ₺	672 ₺	779 ₺
BALIKESİR	10.427 ₺	622 ₺	840 ₺	-975 ₺	KONYA	17.595 ₺	529 ₺	550 ₺	-102 ₺
BARTIN	3.273 ₺	328 ₺	19 ₺	6.873 ₺	KÜTAHYA	4.682 ₺	201 ₺	105 ₺	1.326 ₺
BATMAN	5.697 ₺	61 ₺	79 ₺	-358 ₺	MALATYA	5.761 ₺	297 ₺	309 ₺	-116 ₺
BAYBURT	136 ₺	11 ₺	0 ₺	3.584 ₺	MANİSA	10.763 ₺	978 ₺	87 ₺	4.947 ₺

Kantincilik									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
BİLECİK	2.356 ₺	88 ₺	115 ₺	-917 ₺	MARDİN	399 ₺	42 ₺	102 ₺	-1.371 ₺
BİNGÖL	8 ₺	2 ₺	0 ₺	412 ₺	MERSİN	22.884 ₺	1.191 ₺	282 ₺	3.062 ₺
BİTLİS	588 ₺	37 ₺	21 ₺	1.600 ₺	MUĞLA	11.827 ₺	668 ₺	445 ₺	1.476 ₺
BOLU	4.477 ₺	200 ₺	119 ₺	1.556 ₺	MUŞ	169 ₺	25 ₺	20 ₺	338 ₺
BURDUR	2.541 ₺	172 ₺	96 ₺	1.345 ₺	NEVŞEHİR	576 ₺	29 ₺	13 ₺	647 ₺
BURSA	48.814 ₺	2.542 ₺	2.079 ₺	976 ₺	NİĞDE	573 ₺	25 ₺	115 ₺	-3.324 ₺
ÇANAKKALE	5.698 ₺	281 ₺	427 ₺	-1.804 ₺	ORDU	6.500 ₺	407 ₺	26 ₺	5.510 ₺
ÇANKIRI	160 ₺	2 ₺	55 ₺	-8.839 ₺	OSMANİYE	1.656 ₺	223 ₺	362 ₺	-2.570 ₺
ÇORUM	1.330 ₺	86 ₺	93 ₺	-169 ₺	RİZE	4.831 ₺	359 ₺	93 ₺	5.549 ₺
DENİZLİ	6.390 ₺	381 ₺	241 ₺	1.869 ₺	SAKARYA	21.415 ₺	749 ₺	336 ₺	2.209 ₺
DİYARBAKIR	1.796 ₺	247 ₺	70 ₺	3.109 ₺	SAMSUN	18.969 ₺	723 ₺	430 ₺	1.628 ₺
DÜZCE	5.622 ₺	156 ₺	333 ₺	-2.964 ₺	SİİRT	375 ₺	33 ₺	0 ₺	1.738 ₺
EDİRNE	1.579 ₺	50 ₺	44 ₺	335 ₺	SİNOP	2.643 ₺	100 ₺	55 ₺	1.277 ₺
ELAZIĞ	2.898 ₺	167 ₺	85 ₺	928 ₺	SİVAS	582 ₺	41 ₺	46 ₺	-95 ₺
ERZİNCAN	909 ₺	30 ₺	21 ₺	533 ₺	ŞANLIURFA	3.009 ₺	362 ₺	49 ₺	2.773 ₺
ERZURUM	8.976 ₺	317 ₺	262 ₺	929 ₺	ŞIRNAK	172 ₺	9 ₺	1 ₺	869 ₺
ESKİŞEHİR	9.909 ₺	504 ₺	152 ₺	4.049 ₺	TEKİRDAĞ	4.083 ₺	263 ₺	195 ₺	1.196 ₺
GAZİANTEP	14.831 ₺	798 ₺	190 ₺	1.999 ₺	TOKAT	1.086 ₺	122 ₺	21 ₺	2.336 ₺
GİRESUN	2.582 ₺	130 ₺	75 ₺	1.040 ₺	TRABZON	9.354 ₺	305 ₺	338 ₺	-328 ₺
GÜMÜŞHANE	896 ₺	105 ₺	9 ₺	4.369 ₺	TUNCELİ	207 ₺	19 ₺	1 ₺	1.242 ₺
HAKKÂRİ	50 ₺	7 ₺	0 ₺	1.236 ₺	UŞAK	2.972 ₺	187 ₺	96 ₺	1.684 ₺
HATAY	6.034 ₺	532 ₺	77 ₺	3.208 ₺	VAN	2.276 ₺	151 ₺	74 ₺	985 ₺
IĞDIR	199 ₺	15 ₺	17 ₺	-171 ₺	YALOVA	1.053 ₺	21 ₺	123 ₺	-6.391 ₺
ISPARTA	3.982 ₺	146 ₺	219 ₺	-953 ₺	YOZGAT	567 ₺	72 ₺	24 ₺	2.166 ₺
İSTANBUL	171.540 ₺	8.141 ₺	13.498 ₺	-2.851 ₺	ZONGULDAK	7.717 ₺	410 ₺	285 ₺	1.283 ₺
İZMİR	83.712 ₺	4.709 ₺	3.170 ₺	2.044 ₺					
Türkiye Toplam						**774.447 ₺**	**39.114 ₺**	**34.746 ₺**	**446 ₺**

2.7.5. Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı

Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı mesleği özelinde inceleme yapıldığında Türkiye genelinde toplam oluşturulan ciro 1,6 milyar TL, toplam kâr 42 milyon TL ve toplam zarar ise 7 milyon TL olmuştur. İşletme başına kârlılık ise Türkiye genelinde 7.690 TL olarak gerçekleşmiştir.

Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı mesleğinde işletme başına en çok kâr bildiren il, 23.529 TL ile Kastamonu olurken; işletme başına en çok zarar bildiren il, 2.712 TL ile Bilecik olmuştur.

Tablo 39. Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014

Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ADANA	12.300 ₺	692 ₺	9 ₺	13.401 ₺	K.MARAŞ	7.770 ₺	301 ₺	0 ₺	7.711 ₺
ADIYAMAN	4.755 ₺	167 ₺	1 ₺	3.699 ₺	KARABÜK	5.444 ₺	90 ₺	0 ₺	22.403 ₺
AFYON	651 ₺	31 ₺	0 ₺	4.398 ₺	KARAMAN	2.376 ₺	99 ₺	2 ₺	8.783 ₺
AĞRI	6.695 ₺	80 ₺	0 ₺	5.307 ₺	KARS	1.073 ₺	78 ₺	0 ₺	8.649 ₺
AKSARAY	2.512 ₺	57 ₺	0 ₺	6.325 ₺	KASTAMONU	4.435 ₺	188 ₺	0 ₺	23.529 ₺
AMASYA	1.719 ₺	46 ₺	0 ₺	5.118 ₺	KAYSERİ	50.280 ₺	1.560 ₺	173 ₺	10.502 ₺
ANKARA	118.771 ₺	4.190 ₺	1.043 ₺	7.619 ₺	KIRIKKALE	10.433 ₺	198 ₺	42 ₺	3.999 ₺
ANTALYA	20.620 ₺	559 ₺	93 ₺	6.050 ₺	KIRKLARELİ	1.476 ₺	50 ₺	0 ₺	12.414 ₺
ARTVİN	314 ₺	11 ₺	0 ₺	5.545 ₺	KIRŞEHİR	2.901 ₺	86 ₺	0 ₺	9.579 ₺
AYDIN	18.563 ₺	193 ₺	5 ₺	6.285 ₺	KİLİS	125 ₺	9 ₺	0 ₺	4.521 ₺
BALIKESİR	22.417 ₺	841 ₺	102 ₺	13.193 ₺	KOCAELİ	40.838 ₺	1.070 ₺	19 ₺	10.720 ₺
BARTIN	147 ₺	8 ₺	0 ₺	2.805 ₺	KONYA	12.419 ₺	278 ₺	121 ₺	2.909 ₺
BATMAN	4.160 ₺	42 ₺	0 ₺	2.771 ₺	KÜTAHYA	22.753 ₺	573 ₺	16 ₺	6.970 ₺
BİLECİK	1.130 ₺	16 ₺	27 ₺	-2.712 ₺	MALATYA	38.698 ₺	1.197 ₺	167 ₺	4.324 ₺
BİNGÖL	99 ₺	8 ₺	0 ₺	1.699 ₺	MANİSA	28.017 ₺	1.163 ₺	2 ₺	11.062 ₺
BİTLİS	245 ₺	41 ₺	0 ₺	2.565 ₺	MARDİN	374 ₺	43 ₺	0 ₺	1.792 ₺
BOLU	3.994 ₺	45 ₺	0 ₺	8.941 ₺	MERSİN	10.096 ₺	434 ₺	270 ₺	2.128 ₺
BURDUR	1.847 ₺	41 ₺	2 ₺	3.069 ₺	MUĞLA	5.472 ₺	583 ₺	20 ₺	13.105 ₺
BURSA	13.233 ₺	389 ₺	80 ₺	9.077 ₺	MUŞ	739 ₺	18 ₺	0 ₺	2.582 ₺
ÇANAKKALE	2.329 ₺	48 ₺	14 ₺	5.578 ₺	NEVŞEHİR	3.680 ₺	136 ₺	8 ₺	9.850 ₺
ÇANKIRI	1.312 ₺	62 ₺	0 ₺	10.282 ₺	NİĞDE	5.707 ₺	225 ₺	0 ₺	5.476 ₺
ÇORUM	31.942 ₺	725 ₺	74 ₺	6.201 ₺	ORDU	2.831 ₺	61 ₺	0 ₺	15.175 ₺
DENİZLİ	117.057 ₺	3.219 ₺	320 ₺	11.878 ₺	OSMANİYE	27.761 ₺	905 ₺	7 ₺	9.657 ₺
DİYARBAKIR	7.072 ₺	335 ₺	64 ₺	6.462 ₺	RİZE	632 ₺	28 ₺	0 ₺	9.364 ₺
DÜZCE	2.186 ₺	26 ₺	0 ₺	12.799 ₺	SAKARYA	9.483 ₺	186 ₺	60 ₺	5.051 ₺
EDİRNE	773 ₺	45 ₺	0 ₺	14.933 ₺	SAMSUN	10.792 ₺	193 ₺	206 ₺	-342 ₺
ELAZIĞ	10.622 ₺	177 ₺	0 ₺	2.906 ₺	SİİRT	14.000 ₺	319 ₺	108 ₺	4.226 ₺
ERZİNCAN	4.742 ₺	180 ₺	0 ₺	18.031 ₺	SİNOP	722 ₺	80 ₺	36 ₺	14.557 ₺
ERZURUM	1.535 ₺	32 ₺	15 ₺	1.412 ₺	SİVAS	4.372 ₺	89 ₺	19 ₺	11.608 ₺
ESKİŞEHİR	13.732 ₺	418 ₺	22 ₺	19.821 ₺	ŞANLIURFA	2.105 ₺	224 ₺	11 ₺	4.522 ₺
GAZİANTEP	179.655 ₺	3.728 ₺	160 ₺	10.223 ₺	ŞIRNAK	36 ₺	6 ₺	0 ₺	1.408 ₺
GİRESUN	11.558 ₺	115 ₺	1 ₺	6.359 ₺	TEKİRDAĞ	2.869 ₺	55 ₺	9 ₺	7.614 ₺
GÜMÜŞHANE	704 ₺	28 ₺	8 ₺	1.650 ₺	TOKAT	12.283 ₺	515 ₺	2 ₺	10.918 ₺
HAKKÂRİ	677 ₺	25 ₺	2 ₺	2.071 ₺	TRABZON	157.659 ₺	956 ₺	209 ₺	10.381 ₺
HATAY	11.753 ₺	251 ₺	36 ₺	3.075 ₺	UŞAK	3.208 ₺	108 ₺	34 ₺	2.945 ₺
IĞDIR	847 ₺	20 ₺	0 ₺	3.266 ₺	VAN	77 ₺	4 ₺	0 ₺	2.093 ₺
ISPARTA	465 ₺	16 ₺	19 ₺	-658 ₺	YALOVA	718 ₺	26 ₺	1 ₺	8.334 ₺
İSTANBUL	423.470 ₺	11.072 ₺	2.687 ₺	7.686 ₺	YOZGAT	16.569 ₺	366 ₺	10 ₺	5.168 ₺
İZMİR	45.265 ₺	1.141 ₺	224 ₺	6.507 ₺	ZONGULDAK	1.014 ₺	38 ₺	6 ₺	5.246 ₺
Türkiye Toplam						**1.624.109 ₺**	**41.657 ₺**	**6.567₺**	**7.690 ₺**

2.8. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi

Tablo 40. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu Yıllara Göre İstihdam Sayıları 2010-2015

Meslek	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010-2015 Artış
Aktarlık ve Baharatçılık	1.213	1.568	2.130	2.400	2.576	2.428	100%
Bakkallık, Bayilik, Büfecilik	69.915	87.065	108.806	120.149	134.780	130.012	86%
İyi Suculuk	2.481	3.056	3.988	4.351	5.435	5.442	119%
Kantincilik	20.801	23.696	25.665	26.497	28.594	25.680	23%
Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı	2.344	2.700	3.113	3.355	3.690	3.470	48%

En çok istihdam yaratan meslek bakkallık, bayilik ve büfecilik olmuştur. Yıllar itibarıyla artış değerlendirildiğinde ise iyi suculuk %119'luk bir istihdam büyümesi gerçekleştirmiş, bunu %100 ile aktarlık ve baharatçılık takip etmiştir. Bakkallık, bayilik ve büfecilik de büyük bir büyüme kaydederek 2010'da yaklaşık 70 bin olan istihdam sayısını 2015'te 130 binlere çıkarmıştır. Kuruyemiş ve kurukahve satıcılığındaki istihdam rakamları da bu yıllar arasında %48'lik bir büyüme gerçekleştirmiştir. En az oranda büyüme gösteren meslek ise %23 ile kantincilik olmuştur. Hatta 2014 senesine oranla 2015 yılında kantinlerde istihdam edilen personel sayısında azalma gerçekleşmiştir.

2.9. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri

Tablo 41. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubunun Dış Ticaret Verileri -2015

Meslekler	İhracat Sayısı	İhracat Tutarı	İthalat Sayısı	İthalat Tutarı
Aktarlık ve Baharatçılık	97	$2.026.996	86	$1.913.215
Bakkallık, Bayilik, Büfecilik	2680	$250.980.447	671	$20.667.758
İyi Suculuk	1	$46.531	8	$142.332
Kantincilik	21	$432.008	17	$113.145
Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı	31	$400.225	207	$8.819.270

Dış ticaret verileri değerlendirildiğinde en çok ihracatı bakkallık, bayilik ve büfecilik mesleğinin gerçekleştirdiği görülmektedir. Burada dikkat çekici hususlardan biri, bu ihracatın 239 milyon dolarlık bir kısmının Hakkâri ilinde gerçekleştirilmiş olmasıdır. Türkiye genelinde ise ihracat oranı düşük kalmıştır. İthalatın da yine yaklaşık 6,5 milyon dolarlık bir kısmı bu ilimizde gerçekleşmiştir.

Kuruyemiş ve kurukahve satıcılığı mesleğinde ithalatın yüksek olduğu gözlemlenirken, iyi suculuk ve kantincilikte dış ticaretin az olduğu görülmektedir. Aktarlık ve baharatçılık mesleğinde de birbirine yakın rakamlarda ihracat ve ithalat gerçekleşmiştir.

2.10. Müşteri Memnuniyet Durumu

Müşterilere, bazı başlıklara göre esnaf ve sanatkârlardan memnuniyet düzeyleri sorulduğunda aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir:

Tablo 42. Müşterilerin Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu Esnaflarından Memnuniyet Düzeyi

Müşterilerin Esnaflardan Memnuniyet Düzeyleri					
	Hiç memnun değilim	Memnun değilim	Ne memnunum ne memnun değilim	Memnunum	Çok memnunum
Ürün/hizmet kalitesi	15	41	96	338	47
Ürünün tazeliği	19	52	90	290	86
Ürün/hizmet çeşitliliği	9	63	134	243	88
Pazarlık etme	9	44	121	242	121
Fiyatların ucuzluğu	11	53	121	243	109
Güvence	14	37	104	278	104
Tüketici hakları(ürün değiştirme,tadilat,vb.)	16	47	117	255	102
Müşteriye gösterilen ilgi	5	32	92	269	139
Tercihlere uygun özel ürün bulabilme olanağı	12	65	133	237	90
İş yerinin fiziksel şartları(temizlik,hijyen,görünüm,vs.)	19	42	116	265	95
Orijinal / marka ürün temini	15	59	117	243	103
İnsan ilişkileri / nezaket	7	15	79	315	121
İş ahlakı	10	16	78	306	127

Toplamda 537 katılımcının verdiği cevaplar değerlendirildiğinde, müşterilerin genel anlamda esnaflardan memnun olduğu ortaya çıkmıştır. En çok memnuniyet esnafların iş ahlakı ve insan ilişkileri üzerine (%81) olurken, en az memnuniyet ise ürün hizmet çeşitliliği (%62) ve tercihlere uygun özel ürün bulabilme (%61) konularında ortaya çıkmıştır. Bu sonuç da esnafların sosyal yönlerinin müşteri memnuniyetinde teknik yönlerden daha kuvvetli olduğunu ortaya koymaktadır.

Esnaf Sözcüğünün Müşteriler için İfade Ettikleri

Müşterilere "esnaf" kelimesinin kendilerine ne ifade ettiği sorulduğunda verilen cevaplar aşağıdaki tabloda sunulmuştur. Bu sonuçlara göre çok büyük bir kısım tanınırlık/bilinirlik, güven ve saygınlığı vurgulamıştır. Bu da esnafların sosyal ilişkiler ile ne kadar özdeşleştiğini göstermektedir. Bununla birlikte, müşterilerin çoğu esnafın bir alışkanlık olduğunu ve garanti hissettiklerini de belirtmişlerdir. Ürün seçeneklerinin fazla olması ve ürünlerin kalitesi de vurgulanan özelliklerden olmuştur.

Tablo 43. Esnaf Sözcüğünün Müşteriler için İfade Ettikleri

Esnaf Sözcüğü Müşteriler için Ne İfade Ediyor?			
Tanınırlık/Bilinirlik	226	Para	2
Güven	207	Üretici	2
Saygınlık	176	Veresiye vermek	2
Alışkanlık	159	Nezaketliler	1
Garanti	115	Emekçi	1
Ürün seçeneklerinin fazla olması	85	Güvensizlik	1
Ürünlerin kalitesi	68	Esnaf devri kapandı	1
Sıcaklık/Samimiyet/Aile gibi	6	Memnuniyete önem veren	1
Dürüstlük/Güvenilir	6	Ürün çeşitliliği	1
Küçük işletme	4	Ürün kalitesizliği	1
Evime yakın olması	3	Öğrenci dostu	1
Ucuzluk	3	Çözüm sunan	1
Kolay alışveriş	3	Güleryüzlü personel	1
Tanıdık	2	Sıra beklemiyor	1

Müşterilerin Esnaflarla İlgili Düşünceleri

Müşterilere tabloda sıralanan ifadelere katılma durumları sorulduğunda alınan cevaplar aşağıda sıralanmıştır. Genel anlamda müşteriler ifadelere yüksek oranlarda katılmışlardır. Bununla birlikte, esnaflarda satın almak istedikleri ürün ve markaları bulma ve fiyat uygunluğu konularında katılım diğer ifadelere nazaran daha az olmuştur. Esnaflardan genel memnuniyet oranı %70 gibi yüksek bir oran olarak gerçekleşmiştir. Bu sorulara verilen cevaplar daha önceki cevaplarla birlikte değerlendirildiğinde burada da esnafların sosyal ilişki yönlerinin kuvvetli olduğu görülmüştür.

Tablo 44. Müşterilerin Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu Esnafları Hakkındaki Düşünceleri

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıuyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Esnaftan satın almak istediğim her ürünü bulabiliyorum.	7%	19%	23%	42%	10%
Esnaftan satın almak istediğim markaları bulabiliyorum.	5%	17%	30%	38%	11%
Esnaf benim için güven göstergesidir.	1%	9%	24%	52%	15%
Esnaflarda fiyatlar diğer marketlere göre daha uygundur.	4%	13%	29%	39%	14%
Esnaflar müşteriye geri iade, taksitli satış, vadeli satış vb. çeşitli olanaklar sağlamaktadır.	2%	13%	25%	36%	23%
Esnaflar ihtiyaç duyduğum bilgileri bana sağlamaktadır.	2%	10%	27%	44%	16%

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıuyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Esnaflar müşterilere karşı saygılıdır.	1%	7%	17%	54%	21%
Esnaflar müşterilere karşı ilgilidir.	1%	5%	22%	47%	25%
Esnaflardan satın aldığım ürünlerde herhangi bir problem ile karşılaştığımda muhatap bir kişi bulabiliyorum.	1%	9%	20%	53%	17%
Yaşamış olduğum problem kısa zamanda çözülüyor.	3%	8%	28%	44%	17%
Sunulan hizmetten ve satılan ürünlerden genel olarak memnunum.	1%	7%	23%	50%	20%

Müşterilerden esnaflardan alışveriş yapma nedenlerini bir cümle ile ifade etmeleri istendiğinde aşağıdaki yanıtları vermişlerdir:

Tablo 45. Müşterilerin Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu Esnafları Tercih Etme Nedenleri

Eve yakın olması	153	Hizmeti iyi	9
Güvenilir	110	Ürünleri taze	9
Alışkanlık	75	İnsan ilişkileri iyi	7
Tanıdık olması	53	Her yerde olması	5
Uygun fiyat	51	Temiz olması	3
Samimi olması	34	Pazarlık yapılması	3
İlgili olması	33	İndirim yapılması	3
Ürün çeşitliliği	29	Nostaljik	3
Saygılı	26	Geç saatlere kadar açık olması	2
Kolay alışveriş	20	Hızlı alışveriş	2
Küçük esnaf kazansın diye	18	Kalıcı olması	1
Veresiye vermesi	14	Esnafları sevdiğimden	1
İade kolaylığı	10		

Bu yanıtların da ortaya koyduğu üzere bakkalın eve yakın olması ve güvenilir olması en çok ifade edilen nedenlerden olmuştur. Bununla birlikte alışkanlık ve tanıdık olması, samimiyet, saygılı ve ilgili davranması da ifade edilmiştir. Bu tabloda da sosyal ilişkilerin önemi ön plana çıkmıştır.

2.11. Mesleğin Rekabet Analizi

2.11.1. Girdi Koşulları

1) Ham Madde;

Bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubunda yer alan işletmeler üretim yapmadıkları ve toptan aldıkları ürünleri dağıtım zincirinin son halkası olarak tüketicilere sundukları

için ham madde açısından herhangi bir girdi koşuluna sahip değildir. Ancak, son tüketiciye sundukları ve özellikleri açısından hızlı tüketilen ürünlerin yer aldığı ürün gamları için tedarik sağlamak durumundadırlar. Hızlı tüketim malları kategorisinde her türlü gıda, kişisel bakım ve ev temizliği ürünleri yer almaktadır ve bu ürünler stok devir ve nakit dönüş süresi yüksek olan ürünlerdir.

Bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubunda yer alan işletmeler ürün tedarikini ağırlıklı olarak üretici firmaların bölge distribütörlerinden sağlamaktadır. Bununla birlikte doğrudan üreticilerden veya toptancılardan da ürün temini yapılabilmektedir.

Belirli bir kalem ürün temini, ihale yönteminden ziyade doğrudan alım yöntemiyle yapılmaktadır. Bu durumun oluşmasında faaliyet gösterilen illerde az sayıda tedarikçi bulunmasının da payı vardır. Satışı yapılan temel gıda maddeleri; meşrubat, temizlik ve diğer temel ihtiyaç maddeleri olmak üzere işletmelerin büyüklüğüne göre 1.000-6.000 kalem arasında değişmektedir. Ayrıca özellikle büfelerde ve bazı bakkallarda tütün mamulleri ve alkollü içkiler satışı da gerçekleştirilmektedir. Ürün çeşit sayısı, genel olarak sabit olmakla birlikte mevsimsel dalgalanmalar olabilmektedir. Üreticiler tarafından piyasaya yeni bir ürün sürüldüğünde söz konusu ürün genellikle satış portföyüne eklenmektedir. Sonuç olarak bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubunda yer alan işletmelerin ürün tedariki açısından rekabet dezavantajı yaratacak herhangi bir sorunu yoktur. Distribütörler ve toptancılar aracılığı ile tedariki sağlanan ürünler marka, kalite ve fiyat dengesi açısından çok farklı seçenekler ile işletmelere sunulmaktadır.

2) Enerji;

Diğer meslek gruplarında olduğu gibi bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubunda yer alan esnafların da özellikle bozulma riski olan ve hızlı tüketilmesi gereken gıda ürünleri ile meşrubatların muhafaza edildiği buzdolaplarının, enerji tüketimi açısından maliyetleri yükselmektedir. Daha önce belirtildiği gibi Türkiye'de enerji hemen hemen tüm meslek dallarında rekabet dezavantajı olarak ortaya çıkmaktadır. Enerji maliyetleri AB ülkelerine göre %40-%80 oranında daha yüksek maliyetle kullanılmaktadır.

3) Sermaye Kaynakları;

Bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubundaki esnafların, diğer meslek gruplarında olduğu gibi sermaye kaynaklarının neredeyse tamamı öz kaynaklardan oluşmaktadır. Dolayısıyla sabit ve yenileme yatırımları için öz kaynakların yetersiz olduğu durumlarda daha çok aile ve akrabadan fon temin edilmekte ya da bu yatırımlara finansman yetersizliği nedeni ile öncelik verilememektedir.

4) İnsan Kaynakları;

Bu alt sektör grubunda yer alan işletmelerde diğer alt meslek gruplarına göre usta-kalfa ve çırak ihtiyacı, bir diğer deyiş ile nitelikli iş gücü ihtiyacı daha sınırlıdır. Nitekim emekli olan ve daha önce bu meslek dalı ile iştigal etmemiş kişilerin ve özellikle kadınların Türkiye'de en fazla tercih ettiği meslek kolu olarak ön plana çıkmaktadır. Genel olarak bu meslek dalında

faaliyet gösteren işletmeler incelendiğinde tek kişilik işletmeler olduğu; bakkal, büfe ve bayinin, hem iş yeri sahibi hem de çalışanı konumunda olduğu görülmektedir.

5) Altyapı ve Üretim;

Esnafların faaliyetlerini sürdürmek için ileri teknoloji gerektiren bir altyapıya sahip olması gerekmemektedir. Ancak özellikle stok kontrolünün ve takibinin ön plana çıktığı bu işletmelerde bilgisayarlı stok kontrol sistemlerinin ve/veya barkod sistemlerinin kullanılmadığı ve stokların geleneksel yöntemler ile takip edildiği görülmektedir. Bu işletmelerin, rekabet avantajı yaratabilmeleri için öncelikle stok kontrol sistemlerini ve barkod sistemlerini kullanarak satışlarını ve maliyetlerini kontrol altında tutmaları gerekmektedir. Sonuç olarak etkin bir bilgi işlem yönetimi oluşturulması, bu meslek grubunda faaliyet gösteren işletmelerin faaliyetlerini verimli bir şekilde yönetebilmeleri açısından önem taşımaktadır. Siparişlerin takibi, stok yönetimi, ürün sayımı, ödemeler gibi ana süreçler başta olmak üzere oluşabilecek tüm istisnai durumlar göz önüne alınarak tasarlanan bir bilgi sistemi, yatırım maliyeti yüksek olsa da, sunacağı kolaylıklarla kısa sürede geri dönüşümünü sağlayacak ve rekabet avantajı oluşturacaktır.

2.11.2. İşletme Stratejisi ve Rekabet Yapısı

1) İşletmelerin Yapısı;

Diğer meslek gruplarında olduğu gibi bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubunda yer alan işletmelerin yapıları rekabet avantajı yaratamayacak kadar zayıftır. Bu işletmelerin küçük hatta mikro ölçekte yapılanması, çağdaş işletmecilik anlayışına uygun profesyonel bir yönetim yaklaşımı sergilemelerinin önündeki en büyük engellerden biridir.

Ayrıca ülkemizde özellikle 1990'lı yılların başından itibaren perakende ticaret alanında önemli değişikliklerin olması ile birlikte uzun yıllardan beri geleneksel kesim olarak tabir edilen esnaf kesiminin büyük ağırlığa sahip olduğu sektörde, organize perakende temsilcileri de faaliyet göstermeye başlamışlardır. 2011 yılı itibarıyla perakende ticaret hacminin dağılımı süpermarketler, hipermarketler ve cep marketlerin öne çıktığı bir şekilde değişmiştir. Bunun en önemli nedeni, ölçekleri ve yönetim fonksiyonlarının yetersizliği ile bu meslek grubunda yer alan işletmelerin büyük ölçekli marketlere göre ölçek ekonomilerinden fayda sağlayamamalarıdır. Bu durum da önemli bir rekabet dezavantajı olarak ön plana çıkmaktadır.

2) Kuruluş Yeri Seçimi;

Kuruluş yeri, bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubunda yer alan işletmeler açısından önemli rol oynamaktadır. Çünkü kuruluş yeri, faaliyette bulunulan coğrafik alanı sınırlamaktadır. Tüketici odaklılık, ekonomik koşullar, toplu ulaşım olanakları, rakiplerin konumu, tüketicilerin özellikleri, diğer mağazalara yakınlık, mağazanın büyüklüğü vb. unsurlar kuruluş yeri seçiminde dikkate alınmaktadır. Ancak daha önce belirtildiği gibi ülkemizde perakende ticaret alanında yaşanan değişimler ile birlikte süpermarketlerin ve özellikle cep

marketlerin mahalle aralarına kadar girmesi, kuruluş yeri açısından kendine coğrafik bir sınırlama getiren bakkal, bayi ve büfelerin rekabet avantajlarını ortadan kaldırmıştır.

3) İşletmelerin Hizmet Kalitesi;

Bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubunda yer alan işletmeler için rekabet avantajı yaratacak bir diğer faktör hizmet kalitesini etkileyen unsurlardır. Ancak, ölçekleri ve yetersiz öz sermayeleri nedeni ile büyük marketlerin sunduğu otopark hizmeti, ücretsiz servis hizmeti, kredi kartıyla satış, paketleme, ürün teslimi, satış iadeleri gibi temel müşteri hizmetlerini sunamayan işletmeler, rekabet güçlerini günden güne kaybetmektedir. Aynı zamanda günümüz tüketicilerinin beklentilerine yönelik mağaza atmosferinin yaratılamaması, satış noktası ve satış sonrası hizmetlerdeki yetersizlikler, perakendeci imajı ve ürün yerleştirmelerinin yapılamaması da ayrı bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır.

2.11.3. Talep Koşulları

1) İç Talep;

Bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubunda yer alan işletmelerin en büyük avantajı sayısal çokluğudur. Bu sayısal çokluk aynı zamanda cirolara da yansımıştır. Ülkemizde bakkal esnafının genel cirodaki payı % 82 civarındadır.

Ülkemizde esnaflarımızın hipermarketler karşısında uyum yasaları olmadığı için, 400 metrekare üzerindeki süpermarketlerin ve hipermarketlerin perakende pazardaki payları 1995'de % 10 iken, 1997'de % 14'e ulaşmıştır; ileride herhangi bir düzenleme ve sınırlama getirilmez ise bu pay % 35'lere kadar ulaşacaktır.

Ülkemizde hipermarketlerin tercih edilmesinin temel nedeni haksız rekabetin doğurduğu fiyat indirimidir ve bu durum, tüketicilerin alışverişlerini hafta sonlarına kaydırmasına yöneltmiş, hafta içi bakkallardan sadece çok temel maddeleri almasına yol açmıştır. Bu bağlamda tüketicilerin bakkal, büfe ve bayi işletmelerine olan taleplerini azaltan faktörler;

- Seçenek azlığı: Süpermarketlerde aynı ürünün daha çok markada bulunabilmesi sonucu seçme hakkı ve kıyaslama imkânının olması,
- Sürat: Az personelin çalışması sebebiyle hizmette yavaşlık olması,
- Teşhir: İç dizayn eksikliğinden dolayı, müşterinin sadece ihtiyacı olan ürünü alması,
- Alan: 30-50 m2'lik mağazalarda müşterinin ürünle direkt temas edememesi, siparişini sadece tezgâhın arkasından verebilmesi,
- İmaj: Yanlış bilgi, bilinçsizlik ve psikolojik etkenlerden dolayı müşterilerin bakkallar hakkındaki olumsuz imajı,
- Fiyat: Süpermarketlerin, toptancılardan daha kârlı mal almalarıyla düşük fiyatlarla satış yapmaları,

- Çalışma saatleri: Süpermarketlerin geç saatlere kadar açık olmasının çalışan kesime büyük kolaylıklar sağlaması,
- Çeşitli hizmetler: Süpermarketlerde alışverişin yanında oyun bölümleri, otopark, kafe gibi hizmetlerden de yararlanılabilmesi.

Sonuç olarak bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubunda yer alan işletmelerin rekabet avantajı kazanabilmeleri için öncelikle hipermarket-grosmarket ve bunların oluşturduğu mağazalar zinciri şehir merkezi dışına kurulmalıdır. Bu büyük mağazaların sayısına bir sınırlama getirilmelidir. Ayrıca şehir merkezine kurulan hiper ve grosmarketlerin vergi oranları yüksek tutulmalı, şehir dışına kurulmaları teşvik edilmelidir. Bakkal ve market gibi küçük esnafın büyük mağazalarla rekabet edeceği, eşit şartlarda mal alım imkânının sağlandığı, yani haksız rekabetin önlendiği bir ortam sağlanmalıdır. Bunun yanında büyük mağazaların çalışma saatlerine bir sınırlama getirilmeli ve haftanın bir günü esnaf günü olarak ilan edilmelidir.

Ayrıca aynı sokakta pazarın kaldırabileceğinden fazla bakkal bulunması, bu işletmelerin kendi içlerinde de rekabet dezavantajı yaratmaktadır. Bu nedenle bakkalların birbirine rakip olmamaları için mesafe sınırlaması koyulması gereklidir. 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun çerçevesinde bazı firmaların bakkallar için ayrı, süper/hipermarketler için ayrı fiyat uygulamaları ortadan kaldırılmalı, buna aykırı hareket edenlere yasal prosedür uygulanmalıdır.

2) Özel Markalı Ürünlere Talep

Üreticiden çok perakende işletme tarafından sahiplenilen ve kontrol edilen markalar özel markalı ürünler olup, büyük gıda perakendecileri tüketici ihtiyaçlarını göz önüne alarak özel markalı ürünlerini oluşturmaktadır. Örneğin Migros'un "Migros", Real marketlerinin "Real" ve "Tip" markalı ürünleri gibi. Stratejik pazarlama planlarının bir parçası olarak özel markalar, tüketicilere daha iyi odaklanmayı ve perakendecilerin rakiplerinden farklılaşmalarını sağlamaktadır. Bu bağlamda bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubunda yer alan işletmelerin marka tekniklerini kullanarak özel markalarını sunan büyük marketler karşısında rekabet avantajı olamamaktadır.

3) Dış Talep;

Bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubunda yer alan işletmelerin satış yaptıkları ürünler kapsamında dış ticaret (ihracat) olanakları bulunmamakta ve sadece iç pazarlarda satış yapmaktadır.

2.11.4. İlgili ve Destekleyici Kurumlar

1) Üniversite-Sektör İş Birliği;

Daha önce belirtildiği gibi ülkemizde özellikle üniversite-sanayi iş birliği kapsamında son yıllarda önemli gelişmeler kaydedilmesine rağmen, esnaf ve sanatkârlara yönelik bu tür çalışmalar henüz istenilen düzeyde gerçekleşmemiştir. Bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör

grubunda yer alan işletmeler özelinde ise esnaf ve sanatkârlar meslek kuruluşları aracılığı ile bazı üniversiteler ile eğitim ve danışmanlık hizmetleri sağlamak adına protokoller imzalanmış olsa da yaygın bir üniversite-esnaf iş birliği mevcut değildir.

2) Ana ve Yan Sektör İlişkisi;

Bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubunda yer alan işletmelerin yer aldığı gıda perakende ticarette, yıllar içinde piyasada rekabet arttıkça paydaşlar ortak faaliyetlerde bulunma eğilimi sergilemişlerdir. Üreticiler, tedarikçiler, toptancılar ve perakendeciler arasında dikey ve yatay iş birliği modelleri ortaya çıkmıştır. Perakende ortaklıklar paydaşlarına çok sayıda fayda sağlamaktadır. Bunlar arasında çıkarların daha güçlü temsili, ölçek ekonomisi, artan alıcı gücü ile daha iyi satın alma koşullarına ulaşma, marka ve imaj transferi, yeni yetenekler ve yeterlilikler kazandırma, tutundurma faaliyetleri ve ortaklığın bilgi teknolojisi imkânları sayılabilir. Ortaklık ayrıca üyelerini piyasaya yeni giren oyunculara karşı korumakta ve rekabetçiliği artırmaktadır. Türkiye'de bu konuda son yıllarda önemli gelişmeler kaydedilmekle birlikte yaygın bir ortaklık sistemi ya da başka bir deyiş ile ortak satın alma birliklerinden bahsetmek mümkün değildir.

Örnek olması açısından son yıllarda zincir mağazaların piyasadaki ağırlığını artırması üzerine, çeşitli illerdeki bakkal meslek odaları tarafından üyelerinin avantajlı fiyattan ürün tedarik etmesini sağlamak amacıyla "öde-götür" formatı (müşterinin kendi aracı ile gelip, toptan nitelikli satın almayı kendi başına gerçekleştirip aldığı ürünleri kendi aracı ile taşıdığı satış biçimi) ile hizmet veren işletmeler açılmıştır. Bu işletmeler temel olarak bakkal, büfe vb. iş yerlerini müşteri kitlesi olarak belirlemişlerse de bazıları zamanla restoran, otel, kahvehane gibi ev dışı tüketim yapan ve vergi numarasına sahip girişimlere de satış yapmaya başlamışlardır. Bu işletmelerde perakende satış gerçekleştirilmemektedir.

Trabzon'da "Bakkalım A.Ş.", Bursa'da "Bursa Bakkalım A.Ş." ve İzmir'de "İZBAKBAY A.Ş." olmak üzere üç örneği bulunan bu işletmelerde yukarıda bahsedilen yönetim fonksiyonlarından satın alma, pazarlama, muhasebe gibi birimler ortak olarak bulunmaktadır. Personel sayısı 13 ila 50 arasında değişmektedir. İzmir'de kurulu İZBAKBAY Eşrefpaşa, Buca, Bayraklı, Karşıyaka olmak üzere 4 şubeye sahip olduğu için personel sayısı diğerlerinden daha fazladır.

Söz konusu işletmeler bulundukları iller bazında faaliyet göstermektedir. Karadeniz Bölgesi'nin kıyı boyunca devam eden kesintisiz yerleşiminden ve kişisel ilişkilerden kaynaklanan sebeplerle istisnai olarak Trabzon'daki birliğin Giresun'da da 2 üyesi bulunmaktadır. Şirketlerin hepsi anonim şirket olmakla birlikte, ortaklığa katılım ve ortaklıktan ayrılma konularında kurallar farklılık göstermektedir.

3) AR-GE Çalışmaları;

Genel olarak değerlendirildiğinde ve Türkiye'nin AR-GE harcamalarına ayırdığı bütçe göz önünde bulundurulduğunda bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubunda yer alan işletmelerin yenilikçi uygulamalardan ve AR-GE çalışmalarından bahsetmek pek mümkün gözükmemektedir.

4) Diğer Kurum ve Kuruluşlar ile İlişkiler;

Diğer alt sektör gruplarında olduğu gibi bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubunda yer alan işletmelerin genel anlamda kamu kurumları ile olan ilişkilerinde bir karmaşıklık hâkimdir. Yetki karmaşaları, yetki sınırları, siyasetin etkisi, bürokrasi ve denetim eksikliği bu sorunların başında gelmektedir.

İşletmelerin resmî olarak yükümlü olduğu birden fazla kamu kurumu bulunmaktadır. Vergi ile ilgili olarak Maliye Bakanlığı, ticaret ile ilgili olarak Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, personel açısından Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, denetim açısından ise yerel yönetimler ve Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı yetkilidir. Bu kurumların birbirinden bağımsız politikalar benimsemeleri ve yürütmeleri, işletmeler açısından olumsuz sonuçlar doğurmaktadır.

2.11.5. Devlet

1) Denetim;

Bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubunda yer alan işletmeler için de diğer meslek gruplarında olduğu gibi denetim eksikliği ve ceza uygulamalardaki eksiklikler, sigortasız eleman çalıştırma, merdiven altı kayıtsız satış yerlerinin fazlalığı, yasa dışı ham madde, gramajlarda yapılan haksızlıklar, katkı maddesi ve koruyucu madde kullanma gibi nedenlerden dolayı haksız rekabet ön plana çıkmaktadır. Bu konuda yerel yönetimler ile bakanlıkların denetim sayılarını ve bu denetimlerin etkinliğini arttırması önem taşımaktadır.

2) Vergiler ve Teşvikler;

Ülkemizde varlığını sürdüren veresiye uygulaması, bakkalların nakit akışlarını düzenlemelerinde sorunlar çıkarabilmektedir. Geciken müşteri ödemelerinin yanı sıra, bazı durumlarda borçlu müşterilerin başka adreslere taşınarak ödeme yapmaktan kaçındıkları da bilinen bir gerçektir. Buna karşın vergi ve SGK primi borçları, tedarikçilere yapılacak ödemeler gibi vadesi belli ödemeler, düzenli nakit geliri gerektiren yükümlülüklerdir. Küçük esnafın birikmiş borçlarının ödenebilmesi, dükkândaki raf ve buzdolabı gibi demirbaşın yenilenebilmesi, barkod sistemi gibi yeniliklerin uygulanabilmesi için düşük faizli finansmana ihtiyaç duyulmaktadır.

3) Danışmanlık Hizmetleri;

Bakkallık, bayilik ve büfecilik alt sektör grubunda yer alan işletmeleri, hem daha büyük hacim oluşturup tedarikçilerle yapılacak pazarlıklarda daha avantajlı konuma geçirmek, hem de operasyonel maliyetleri düşürmek için bölgesel hatta ulusal çapta birliklerin kurulması gerekmektedir. Şirketin ölçeği büyüdükçe lojistik, depolama gibi konular başta olmak üzere çeşitli alanlarda yönetim danışmanlığına ihtiyaç duyulabilecektir. Kurulan birliklerin daha verimli çalışmalarını sağlamak amacıyla birlik yöneticileri ve üyelerine yol gösterici eğitimler ve danışmanlık hizmeti sağlanması faydalı olacaktır.

2.12. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
• Pazarlama ve satışlardaki yeni tekniklerin sektörde uygulanması • Esnafın halkla birebir muhatap olması, müşteri ilişkileri • Lokasyon olarak her yerde bulunmaları, kolay ulaşılabilir olmaları	• Kooperatif, oda ve birlikler arasında iletişim eksikliği • Ürün gamının yetersizliği • Denetim eksikliği • Pazarlama&tanıtım eksikliği • Esnaflar arası iş birliği eksikliği • Mali yetersizlikler • İş yeri büyüklüklerinin sınırlılığı
Fırsatlar	**Tehditler**
• Teknolojik gelişmelere adaptasyon • Artan nüfus • Kültürel yakınlık • Yeni hipermarketlerin çalışma saatlerinin yasa ile kısıtlanma olasılığı, • Hipermarket açılışının yasa ile zorlaştırılma olasılığı	• AVM'ler ve süpermarketler ile rekabet edememe • Finansman sağlanmasında yaşanan güçlükler • AVM, süpermarket ve cep marketlerin hızla çoğalması

2.13. Mesleğe Özgü Sorunlar

Bakkallık, bayilik ve büfecilik mesleği özelinde yer alan sorunların hemen hemen tamamı esnaf ve sanatkârların genel sorunları ile birebir örtüşmektedir. Bunun yanında, bakkal açmanın kolay olması sonucu bakkal sayısındaki hızlı artışın zaten AVM ve cep marketler ile savaşan esnafı daha da zor duruma düşürdüğü bir gerçektir. Bu nedenle iş yeri açma konusunda lokasyona göre ruhsat verilmesi ve bakkal açma gerekliliklerinin belirli standartlara bağlanması konusu meslek özelinde öne çıkan önemli sorunlardan biridir.

Bakkallık, bayilik ve büfecilik mesleği özelinde belirlenen diğer sorunlar aşağıda sıralanmıştır:

1. Turizm bölgelerinde faaliyet gösteren esnaflar, saat 22.00'den itibaren başlayan alkol satış yasağı (4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu md.6) nedeniyle sıkıntı yaşamaktadır. Turistik bölgelerde faaliyet gösteren esnafların müşteri portföyü, günün geç saatlerinde ilgili satış yerlerinden alışveriş yapmaktadır. Ayrıca söz konusu yasağın bazı belediyelerce 22.00'den sonra iş yeri kapatılması şeklinde genişletilmesi ve yasak kapsamında ağır para cezalarının uygulanması esnafın mali açıdan zorluk yaşamasına sebebiyet vermektedir.

2. Tekel ürünlerinin satışında hem alkol hem de tütün ürünleri için iki ayrı ruhsat alınması maliyetleri artırmaktadır.

3. AVM, zincir marketler ve özellikle cep marketlerin lokasyon sınırı olmaksızın kontrolsüz bir şekilde sayılarının artması; çalışma saatlerine ve kurallarına yönelik düzenleme olmaması sektördeki başlıca sorunlardandır.

4. Büyük marketlerin yanıltıcı pazarlama stratejileri sonucunda tüketicinin küçük işletmeler yerine büyük işletmeleri tercih etmesi, esnaf açısından haksız rekabet koşulları oluşturmaktadır. Örnek olarak küçük esnaftaki standart gramajlardan daha

düşük gramajlarda üretim yaptıran marketler ucuza ürün satma algısı oluşturmakla beraber daha az gramajda ürün vermektedir.

5. Özellikle tütün ve alkol satan bakkallar, finansman açısından oldukça zor durumda kalmakta; ilgili ürünlere periyodik olarak gelen zamlar kârlılığı olumsuz yönde etkilemektedir.
6. Gelir vergisi ve stopaj rakamlarının çok yüksek olması, 17 ayrı vergi ödemeleri, devletin e-haciz uygulamasına geçmesi, vergi borçlarının 1,000 TL'yi geçmesi hâlinde vergi uyarı sistemi olmadığı için hesaplarına hemen haciz koyulması esnafı zor durumda bırakmaktadır.
7. Esnaf siciline kayıt olduktan sonra NACE kodlarına göre odalara bağlanması ve Bakkal-Büfe-Bayi adı altında tüp, loto ve su bayilerinin de aynı kapsamda değerlendirilmesi; diğer bir deyiş ile karma odaların mevcudiyeti hem esnaf açısından hem de odalar açısından sıkıntı yaratmaktadır.

Kantincilik özelinde çalışan esnafların ise en önemli sorunu birden fazla bakanlığa tabi denetimlerle ve yaptırımlarla muhatap olmak zorunda kalmalarıdır. Buna bağlı olarak her ne kadar Okul Aile Birliği Yönetmeliği'ne tabi olsalar da okul müdürlerinin inisiyatiflerine bağlı olarak kazanç sağlamaya çalışan esnafın bu konuda yoğun şikâyetleri bulunmaktadır.

Hem üretim yapan hem de hizmet sunan bir esnaf kesimi olan kantinciler, aynı zamanda çocuklara ve gençlere yönelik hizmet sundukları için oldukça hassas bir konumda bulunmaktadır. Kantincilik belgesi alımlarında uygulanmayan denetimler ve kantin ihalelerinin bazı kesimler tarafından tekele dönüştürülmesi esnafın karşı karşıya kaldığı diğer sorunlar arasında yer almaktadır.

Kantincilik mesleği ile ilgili diğer sorunlar aşağıda sıralanmıştır:

1. Okul-Aile Birliği Yönetmeliği'nin güncel olmaması; Okul-Aile Birliği Yönetmeliği'nden ayrı, kantincilik mesleği ile ilgili bir yönetmeliğin oluşturulması ihtiyacı,
2. Kantin işletmeciliği ile ilgili alınan belgelerin kiralanması ve vekâlet uygulamalarının olması,
3. Kantin ihalelerine giren kişilerden ve kantinlerde çalışacak kişilerden belirli koşullara sahip olmalarının istenmemesi,
4. Kantinlerde bazı ürünlerin (çikolata, cips, kola vb.) satışının yasak olması, ancak yasaklanan bu ürünlerin kurulan kermeslerde ve yerli malı haftası kutlamalarında okul içinde satışlarına olanak verilmesi,
5. İhale usullerinin kanun hükümlerine ve yönetmeliğe uygun yapılması için gerekli yaptırımların planlanmaması,
6. Kantincilik meslek tanımının net olmaması,
7. Okul kantinlerinde personel olarak çalışacak kişilerin işe başlamadan önce beslenme, hijyen, sanitasyon, gıda sağlığı ve ilk yardım konularında temel eğitime tabi tutulmamaları,

8. Mevcut kantinlerin fiziki koşullarının kötülüğü ve yeni açılacak kantinler için koşulların net bir şekilde belirli olmaması.

İyi suculuk mesleğinde ortaya çıkan sorunlar ise aşağıda sıralanmıştır:

1. Kaçak su satıcılarının ve su membalarının sayısının artması,
2. Sağlık Bakanlığının 20.08.2014 tarih ve 29094 sayı ile Resmî Gazete'de yayımlanan "Ambalajlı Su Satış Yerleri ile Ambalajlı Su Nakil Araçlarının Tabi Olacağı Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ" ile ilgili olarak yaşanan sıkıntılar, (*Esnaf, kazancı sınırlı olduğu için genelde iş yeri olmadan sadece nakil aracıyla satış yaparken, Tebliğ ile belirli şartlara uyan iş yeri gösterme zorunluluğu getirilmiştir.)*
3. Bazı bölgelerde tüp satışı yapan kişilerin aynı zamanda su satışı da yapması,
4. Sağlık Bakanlığının su kaynakları ve kaçak su satıcıları ile ilgili yeterli denetim yapmaması.

Tedarik unsurunun büyük önem taşıdığı kuruyemiş ve kurukahve satıcılığı mesleğinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlar ise sattıkları ürünlerin tamamını toptancı firmalardan almaktadır. Bu durum, küçük ölçekli satış yapan esnafın ürünlerde tazelik ve kalite konularında sorunlarla karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır. Piyasada yer alan büyük ölçekli işletmelerin ürünleri direkt üreticiden alarak işledikten sonra tüketiciye sunması bu sektörde yer alan esnaf açısından rekabet dezavantajı yaratmaktadır.

Kuruyemiş ve kurukahve satıcılığı mesleğinde yer alan diğer sorunlar aşağıda sıralanmıştır:

1. Kuruyemiş ürünleri toptancıdan %1 KDV ödenerek alınmakta, %8 KDV ile de satılmaktadır. KDV'si ödenerek alınan ürünlerin fire vermesi, bozulması gibi sebeplerden dolayı satışı yapılamaması, haksız yere alınan KDV anlamına gelmektedir. Bu durum fiyatların yükselmesine yol açtığı gibi vergiden kaçınma yoluyla kayıt dışı ekonomiye de neden olmaktadır.
2. Meslek erbabı olmayan kişiler bu meslek dalında iş yapmaktadırlar.
3. Piyasada satılan ürünlerde belirli bir kalite standardı bulunmamaktadır.
4. Kayıt dışılık ve seyyar satıcıların varlığı sonucu esnaf haksız rekabetle karşı karşıya kalmaktadır.

2.14. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Esnaf ve sanatkârlar denildiğinde akla gelen ilk meslek gruplarından olan bakkallar, değişen ekonomik ve sosyal koşullara uyum sağlama noktasında sıkıntılar yaşamaktadırlar. Bakkallar, günümüzde hâlâ veresiye mal satan, bir başka ifadeyle faizsiz kredi kullandıran, yerine göre evlere kadar servis yapan, en olmadık zamanda ihtiyaç arz eden malları tüketicinin satın alabildiği yerlerdir. Bu özellikleri yanı sıra, girişimci olmak ve ticaret tecrübesi edinmek isteyenlerin aklına ilk gelen mesleklerden biri olma özelliğini de taşımaktadır. Bakkallar,

toplumumuzun temel direklerinden biridir. Son ekonomik gelişmelerden en ağır biçimde etkilenen, en çok bunalan kesimlerin başında bakkalların geldiği muhakkaktır.

Bu sorunların çözümüne yönelik bir politika, strateji ve planlamanın yapılarak köklü değişimlerin gerçekleştirilmesi sektörün geleceği açısından bir zorunluluk hâlini almıştır. Aşağıdaki çözüm önerilerinin hayata geçmesi mesleğin geleceği açısından önem arz etmektedir:

- Açılan süper, hiper ve cep marketler ile AVM'lerin sayılarının denetim altında tutulması, ortaya çıkan haksız rekabet koşullarının Rekabet Kurumu tarafından değerlendirilerek esnaf ve sanatkârı koruyucu tedbirlerin alınması,
- Özellikle 300 m² ve altındaki ulusal marketlerin her sokakta açılmasının engellenerek lokasyon sınırlandırılmasının getirilmesi,
- Her ilde eczane uygulamasında olduğu gibi ESNAF HARİTALARI çıkarılması, çıkarılan bu haritalara göre yeni iş yeri, cep market ve süper market açma izinlerine sınırlandırma getirilmesi,
- Özellikle turistik yerlerde alkol ürünlerine uygulanan saat uygulamasının yeniden düzenlenmesi,
- Tekel ruhsat işlemlerinin TAPDK'dan alınarak eskisi gibi odalara verilmesi,
- Esnaf ve sanatkârlar ile ilgili bakanlığın öncülüğünde eğitim ve reklam çalışmalarının yapılması,
- Esnaf olmak ve yeni iş yeri açmak isteyen kişilerin ruhsat almadan önce hijyen, iş güvenliği, pazarlama vb. gibi belirli eğitimlere tabi tutulması,
- Yenilikçi uygulamalar konusunda bilgi sahibi olmayan esnafa yönelik eğitimlerin ve pilot uygulamaların yaygınlaştırılması (Bu konuda öncelikli olarak her esnafın BARKOD sistemine geçmesi, kamera ve alarm sistemlerini kurması için Bakanlığın destek sağlaması),
- Yerel yönetimlerin iş yeri açma ve çalışma ruhsatı prosedürlerini daha hızlı bir şekilde sistematik hâle getirmesi,
- Esnafın uygun teknoloji okuryazarlığının iyileştirilmesine imkân verecek düzenlemelerin yapılması.

2.14.1. İyi Suculuk

Günümüz koşullarında özellikle büyük ölçekli firmaların piyasa koşullarında rekabet üstünlüğü yaratması ile birlikte yok olmak üzere olan ve iyi suculuk meslek dalında faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların yüz yüze kaldığı birçok sorundan bahsetmek mümkündür. En önemli sorun, 20 Ağustos 2014 tarih ve 29094 sayılı Resmî Gazete' de yayımlanan Sağlık Bakanlığına ait "Ambalajlı Su Satış Yerleri ile Ambalajlı Su Nakil Araçlarının Tabi Olacağı Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğ" ile ilgili olarak su satışı yapan esnafa iş yeri gös-

terme zorunluluğunun getirilmiş olması görülmektedir. Bu alt meslekte, kaçak su satıcıları sayısındaki artış ise bir diğer sorun olarak ön plana çıkmaktadır.

Aşağıdaki çözüm önerilerinin hayata geçmesi mesleğin geleceği açısından önem arz etmektedir:

- Kaçak su satıcılarının ve su membalarının denetlenerek kapatılması,
- Ticaret odasına kayıtlı su satıcılarının belirlenerek esnaf ve sanatkârlar odasına kayıtlarının yapılması,
- "Ambalajlı Su Satış Yerleri ile Ambalajlı Su Nakil Araçlarının Tabi Olacağı Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ" ile ilgili olarak yaşanan sıkıntıların giderilmesi,
- Sağlık Bakanlığının su kaynakları ve kaçak su satıcıları ile ilgili yeterli denetimi sağlaması ve bunu oda ile koordineli şekilde yapması,
- Tüp satışı yapan kişilerin aynı zamanda su satışı yapmasının engellenmesi.

2.14.2. Kantincilik

Kantincilik, gıda sektöründe bir meslek olmasına rağmen geleceğimizin teminatı olan çocuklarımızın sağlıklı beslenmesinde, sosyalleşmesinde, kendilerini ifade edebilmelerinde ve alışveriş sürecini öğrenmelerinde onların gelişimlerine sundukları katkı ile mevcut gıda işletmelerinden farklı bir yapıya sahiptirler.

Hem üretim yapan hem de hizmet sunan bir esnaf kesimi olan kantinciler, aynı zamanda çocuklara ve gençlere yönelik hizmet sundukları için oldukça hassas bir konumda bulunmaktadır. Kantincilik belgesi alımlarında uygulanmayan denetimler ve kantin ihalelerinin bazı kesimler tarafından tekele dönüştürülmesi bu meslek açısından önemli sorunları teşkil etmektedir.

Kantincilik mesleği ile iştigal eden esnaf ve sanatkârların en önemli sorunu birden fazla bakanlığa tabi denetimlerle ve yaptırımlarla muhatap olmak zorunda kalmalarıdır. Buna bağlı olarak her ne kadar Okul Aile Birliği Yönetmeliğine tabi olsalar da okul müdürlerinin inisiyatiflerine bağlı olarak kazanç sağlamaya çalışan esnafın bu konuda yoğun şikâyetleri bulunmaktadır.

Aşağıdaki çözüm önerilerinin hayata geçmesi, mesleğin geleceği açısından önem arz etmektedir:

- Okul kantinlerinde personel olarak çalışacak kişilerin işe başlamadan önce beslenme, hijyen, sanitasyon, gıda sağlığı ve ilk yardım konularında temel eğitime alınmaları,
- Kantin ihalelerine giren ve kantinlerde çalışacak kişilerden işe başlamadan önce alınacak Cumhuriyet Savcılığı arşiv kaydının yanı sıra, ilgili emniyet müdürlüklerinden bilgi mahiyetinde GBT (Genel Bilgi Tarama) durumlarının alınması,
- Okul kantinlerinin denetimlerinin valilikler bünyesinde oluşturulacak bir komisyon aracılığı ile (İl Sağlık Müdürlüğü, İl Tarım Müdürlüğü, İl Millî Eğitim Mü-

dürlüğü, Kantinciler Odası Temsilcisi) yürütülmesi ve sözleşmelerin yenilenmesi sırasında söz konusu denetim raporlarının dikkate alınması,

- Mevcut kantinlerin fiziki koşullarının iyileştirilmesi ve yeni yapılan okullarda kantin olarak belirlenen yerlerin bodrum haricinde belirli standartlarda planlanması,
- Kantin işletmeciliği ile ilgili alınan belgelerin kiralanması ve vekâlet uygulamalarının kaldırılması; her isteyen kişiye bu belgelerin verilmemesi,
- Okul-Aile Birliği Yönetmeliği'nin güncellenmesi,
- Kantincilik Yönetmeliği'nin Okul-Aile Birliği Yönetmeliği'nden ayrı olarak yapılandırılması,
- İhale usullerinin kanun hükümlerine ve yönetmeliğe uygun yapılması için gerekli yaptırımların planlanması,
- Kantincilerin faaliyetlerinin birden çok bakanlığa bağlı denetimlere tabi tutulmasının önlenmesi ve bakanlıklar arasındaki koordinasyon eksikliğinin giderilmesi,
- Kantincilik meslek tanımının yapılarak mesleki eğitim süreçlerinin bu tanıma göre yeniden belirlenmesi.

2.14.3. Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı

Tedarik zincirinin büyük önem taşıdığı kuruyemiş ve kurukahve satıcılığı mesleğinde faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlar sattıkları ürünlerin tamamını toptancı firmalardan almaktadır. Bu durum küçük ölçekli satış yapan esnafın ürünlerde tazelik ve kalite konularında sorunlarla karşı karşıya kalmasına neden olmaktadır. Piyasada yer alan büyük ölçekli işletmelerin, ürünleri direkt üreticiden alarak işledikten sonra tüketiciye sunması, bu sektörde yer alan esnaf açısından rekabet dezavantajı yaratmaktadır.

Aşağıdaki çözüm önerilerinin hayata geçmesi mesleğin geleceği açısından önem arz etmektedir:

- Mesleği icra edeceklerin ticaret odalarına kayıt olmamaları, sadece esnaf odalarına kayıt olmaları,
- Kayıt dışı iş yerlerinin kapatılması,
- Seyyar satıcılar ile etkin mücadele,
- AVM ve zincir marketlerin kapanış saatlerinin 22.00 yerine 21.00 olması ve esnafın kapanış saatinin 23.00 olması,
- Saat 22.00'den sonra yapılan alkollü içecek satışlarına yüksek miktarlarda ceza verilmesinin sonlandırılması,
- Nüfus yoğunluğuna göre yeni iş yeri açma izinlerinin verilmesi,
- Esnafın mal alırken ve satarken ödediği KDV miktarının sabit olması ve mevcut KDV oranlarının düşürülmesi,
- Tütün ve alkollü içecek satmak için ödenen harçların miktarının düşürülmesi,
- Belediyelerin işgaliye parasını almasının önüne geçilmesi.

3. Kasaplık Alt Sektör Grubu

3.1. Meslek Tanımları

Kasaplık alt sektör grubunda tanımlanan meslekler ve tanımları aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:

Tablo 46. Kasaplık Alt Sektör Grubu Meslek Tanımları

Meslek	Tanım
Balıkçılık	Perakende ticaret yapmak amacıyla mevsimine göre deniz balıklarının ve deniz ürünlerinin toptan alım ve satımının yapılmasıdır.
Celeplik	Köylerden, hayvan pazarlarından koyun, keçi, sığır vb. hayvanları toplayarak ticaretinin yapılması mesleğidir.
Kasaplık	Et ve tavuk ürünlerini temin etme, ürünleri satışa hazırlama ve satışını gerçekleştirme mesleğidir.
Sakatatçılık	Böbrek, yürek, ciğer vb. sakatat çeşitlerinin satışını yapma mesleğidir
Şarkütericilik	Çoğunlukla peynir, süt-süt ürünleri, bal vb. gıdaların bulunduğu şarküteri ürünlerinin tanıtımının ve satışının gerçekleştirilmesidir.
Tavukçuluk ve Yumurtacılık	Tavuk ürünleri ve yumurtaların satışının yapılması mesleğidir.

Bu tanımlar mevcut durum analizi neticesinde İŞKUR tanımları dikkate alınarak yapılmış tanımlardır. İŞKUR tarafından meslek değil, mesleği icra eden kişi tanımlandığı için, raporun gerektirdiği doğrultuda bu tanımlar baz alınarak küçük revizeler yapılmıştır. MYK'nın bu alt meslek grubundaki meslekler için hazırlamış olduğu herhangi bir meslek standardı ya da tanımı bulunmamaktadır.

3.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi

Kasaplık mesleği dünyanın en eski mesleklerinden biri olup geçmişi ilk besi hayvanlarının evcilleştirilmesine kadar dayanır. Ancak kasaplığa dair ilk resmî kayıtlar, 1272'de İngiltere'de ilk kasaplık loncasının kurulmasına dayanmaktadır. Bu meslek kolu farklı coğrafyalarda bulunan hayvan türleri ve ülkelerin dini ve kültürel yapılarına göre değişkenlik göstererek birbirlerinden farklı şekilde gelişmiştir. Bu sebepten ötürü kullanılan yöntemler de birbirinden farklıdır. Ayrıca bu kültürel ve dini farklılıklardan kaynaklı olarak devletler bu meslek alanı üzerinde önemli politikalar geliştirmiş ve sıkı denetlemelere tabi tutmuştur. Halkın sağlıklı, dini kurallara uygun et ve sakatat ihtiyacının hızlı bir şekilde karşılanması yönündeki politikalar, bu meslek alanında bir etik ve uzmanlık gelişimine katkı sağlamış ve mesleğin saygınlığını artırmıştır. Bu meslek dalında önceleri, halkın yoğun olarak kullandığı pazarlarda et kesilip açık alanlarda satışa sunulsa da sonradan kasapların kendi aralarında uzmanlaştıkları alanlara yönelmesiyle birincil (eti veya sakatatı satışa hazırlayan kişi) ve ikincil (hayvanın kesimini yapan kişi) kasap kavramları ortaya çıkmıştır. Etin taşınması ve uzun süre saklanmasına imkân sağlayan teknolojik gelişmelerden sonra ise bu kavramlar neredeyse tamamen birbirinden ayrılmış ve 2 ayrı meslek gibi sürdürülmeye başlanmıştır.

Kasaplık tarihi çok eski zamanlara dayanmakla birlikte mesleğin, Türkler için ayrı bir önemi vardır. En eski zamanlardan beri, -göçebe yaşamlarından dolayı- Türklerin en önemli

uğraşı hayvancılık, en önemli besini ise et olmuştur. Kültürümüzdeki mezbaha ile ilgili ilk terim Uygur Türklerince kullanılan "ölütlük etlik"tir. Ölütlük etlik, bugünkü anlamında kesim yeri olarak ifade edilebilen, hayvanların kesildiği ve sadece etiyle derisinin değerlendirildiği bir yapıdır. Arapça olan "kasap" kelimesi, hayvan kesme işini devamlı surette yapan, bunu meslek edinen kimseler için kullanılmaktadır. Hayvancılıkla geçinen bozkır toplumlarında herkes kendi hayvanını kesebildiği için kasaplık meslek olarak yerleşik düzene geçmeden önce ortaya çıkmamıştır. Bu yaşam tarzıyla birlikte Türklerin yaşamında yeni meslek grupları ortaya çıkmıştır. Bunun doğal bir sonucu olarak da "kasaplık", bir meslek olarak şekillenmiştir. Yüzyıllar boyunca bu meslekle ilgili edinilen bilgilerin tümü, usta-çırak eğitimiyle nesilden nesile aktarılmıştır.

Gerek temizlik gerekse çalışma şartları nedeniyle mezbahalar ve tabakhaneler su kenarlarında kurulmuştur. Müslüman kasap esnafı, koyun ve sığır kasapları olarak iki farklı gruba ayrılmış; sakatat satan esnaf ise kasap esnafından ayrı tutulmuştur. 16. yüzyılda İstanbul'da çok sayıda kasap dükkânı olduğu bilinmektedir. Evliya Çelebi zamanında İstanbul'da 999 kasap dükkânı ve çoğu yeniçeri olan 1700 kasap olduğu bilinmektedir. Günümüzde büyük kentlerde, marketlerin hızla yayılması nedeniyle tipik kasap dükkânları, genellikle küçük kentler ve az gelişmiş bölgelerde bulunmaktadır. Büyük marketler ikincil kasaplardan aldıkları etleri, ambalaj imalathanelerinde satışa hazır hâle getirip et için hazırlanmış özel reyonlarında satmaktadır.

Tarih içerisinde kasaplık mesleği hayvancılıktan ve celeplikten ayrı düşünülemez. Eski Türklerin en önemli geçim kaynağının hayvancılık olması nedeniyle Osmanlı Dönemi'nde de hayvancılık ve ***celeplik*** genel ekonominin önemli unsurlarından birisi olmuştur.

Osmanlıların İstanbul'un et temini için geliştirdikleri yöntemlerden ilki, "celepkeşan sistemi" idi. Bu sistemin ortaya çıkışını teşvik eden sebepler, fetihten sonra İstanbul nüfusunun hızlı artışı ve buna bağlı olarak tayinat tahsis edilen kitlenin genişlemesiydi. Celepkeşan sistemi,[15] Osmanlı Devleti'nin, İstanbul sakinleri ve tayinat sahiplerine düşük fiyattan et temin etmek için uyguladığı bir yöntemdi. Sistemin özünde, İstanbul kasaplarına satmak için her sene belirli miktarda koyunu sağlamakla yükümlü bir grup bulunuyordu. Sistemin merkezinde yer alan devlet, koyunların toplanmasından, başkentteki tüketicilere satışına kadarki sürece nezaret ederek bir yandan et arzının istikrarını, bir yandan da fiyatların genel nüfusun ekonomik gücünü aşmayacak düzeyde kalmasını sağlıyordu.

Cumhuriyet Dönemi'ne gelindiğinde, İstanbul'da bir hayvan borsası kurulması fikri 1926 yılında tartışılmaya başlandı. Hayvan borsası, 1928 yılı içinde kuruluş sürecini tamamlayıp nisan ayından itibaren Sütlüce, Karaağaç mevkisinde çalışmalarına başladı. 1954 yılına kadar çalışmalarını Karaağaç'ta sürdüren İstanbul Ticaret Borsası Kasaplık İşleri Şubesi'nde; öküz, inek, boğa, manda, dana, malak, beyaz ve kızıl karaman, dağlıç, kıvırcık, karayaka, ot kuzusu, süt kuzusu, tiftik keçisi, karakeçi, oğlak satışları yapıldı.

Tüm bu tarihsel süreç hayvancılığın her dönemde ülke ekonomimiz için önemli bir yeri olduğunu, devlet tarafından sürekli düzenlemelere tabi tutulduğunu ve celeplik mesleğinin önemini ortaya koymaktadır.

---

[15] İstanbul TicaretBorsası 1924-2014 Prof. Dr. UfukGülsoy link: http://www.istib.org.tr/resim/siteici/files/Yayinlar/04_%C4%B0stanbul%20Ticaret%20Borsas%C4%B1%201924-2014.pdf

Balıkçılık da tarihsel açıdan gıda ihtiyacını karşılamada önemli bir yere sahip olmuştur. Yeryüzünün yaklaşık olarak yüzde 71'ini su alanları kaplamaktadır. Bu alanların büyük bir bölümü çok sayıdaki değişik su canlılarının yaşamasına elverişli özelliklere sahiptir. İnsanlar, başta balıklar olmak üzere suda yaşayan canlılardan besin kaynağı olarak yararlanmışlar, hâlâ daha yararlanmaktadırlar. Su ürünleri üretimi ülkemizde 1980'li yıllarda konuşulmaya başlanmış olmakla beraber gerçek uygulaması nerede ise insanlık tarihi kadar eskidir.

Klasik Osmanlı sisteminde[16] ***balıkçı*** esnafı kendi içinde iki kısma ayrılmıştı. Bunlar balıkçı dükkânı olan ve balık satan esnaf ile balık avcılığı yapan ve "sayyâd taifesi" olarak isimlendirilen esnaf gurubu idi. Sayyâdların dükkânlarda balık satmaları yasaktı. Bu nedenle sayyâd esnafı ile dükkân sahipleri arasında sık sık anlaşmazlıklar ortaya çıkardı. Devlet bu anlaşmazlıkları ortadan kaldırmak için erken dönemlerden itibaren kanunlar yayımlamıştı. İlke olarak, tutulan her balık öncelikle balıkhaneye getirilmek ve vergisi ödendikten sonra yine balıkhane emini gözetiminde esnafa tevzi edilmek zorundaydı. Bu vergi 18. yüzyılın ortalarına kadar 1/3 oranında aynî olarak alınırdı.

Burada balıkçı esnafını yakından ilgilendiren iki esnaf grubundan da kısaca bahsetmek yerinde olacaktır. Bunlar balık tuzlayıcı esnafı ile iplikçi esnafıdır. Kurutulmuş balık önemli bir gıda olduğundan bu işle uğraşan esnaf da gedik usulü örgütlenmişti. 18. yüzyılın sonlarında balık tuzlayıcı esnafı, İstanbul ve Galata'da yerleşmiş 29 adet dükkânda faaliyet gösteriyordu. 1912 verilerine göre İstanbul Balık Pazarı'nda faaliyette bulunan 200 havyarcı ve balık tuzlayıcı esnafı vardı. İstanbul dışından gelen havyar ile tuzlu balığın satışı 1180/1766-67 senesinde bu esnafın tekeline verilmişti. Fakat daha sonra tekel hakkı bu maddelerin "ekvâd-ı zaruriye-i yevmiyeden" olmadığı gerekçesiyle 1210/1795-96 tarihinde çıkan bir ferman ile kaldırıldı.

Balık avcılığının vazgeçilmez aracı olan ağların imalatı da önemli bir faaliyet alanı idi. Balık ağlarının örülmesi için iplikçi esnafının kullandığı iplikler genelde Karadeniz'den gelirdi. Bu bölgeden gelen iplikler önce İstanbul gümrüğüne gelir, daha sonra boyanmak için iplikçi esnafına dağıtılırdı. Balık ağı için gelen ipler ise, Galata'da bu işle uğraşan, iplik bükücü esnafı tarafından örülerek balıkçı esnafına satılırdı.

Günümüzde ise Türkiye, 8 bin 333 km deniz kıyısına ve su ürünleri üretim alanı olarak kullanılabilecek 178 bin km uzunluğunda akarsu, yüzey alanları 200 bin hektarın üzerinde olan yaklaşık 200 adet doğal göl ve 3 bin 442 km² genişliğinde baraj gölüne sahiptir. Avrupa Birliği'ne hindi, et ve tavuk mamulleri ihracatı, belli kalemler dışında yasaktır. Hayvansal ürün olarak sadece balık mamulleri ihracatı yapılabilmektedir. İhraç edilebilen tek hayvansal ürün olduğu için de su ürünlerine olan önem artmaktadır. Su ürünlerinin iç talepte de önemli bir yeri vardır; burada balıkçı esnafları önemli bir konuma sahiptir.

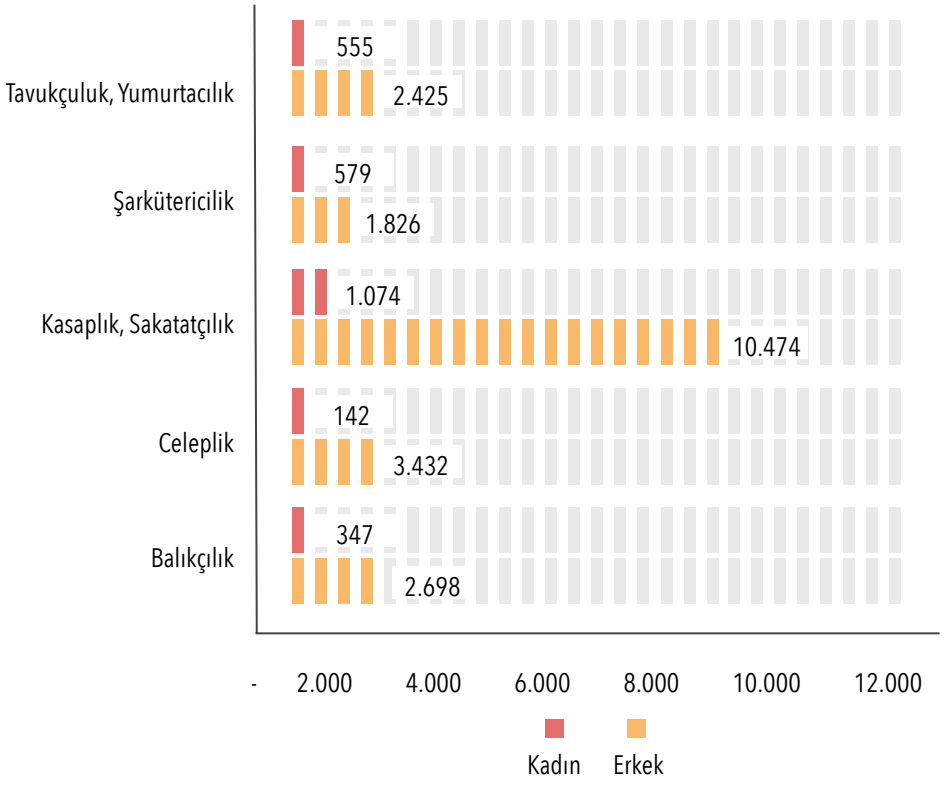
19. yüzyıla girerken yerleşim alanlarında nüfus artışı ve av hayvanlarının sayısında tedrici bir azalma sonucu tavuk eti ve yumurtaya olan talep artmıştır. Bunun sonucunda aile işletmelerinde tavuk sayısında artış görülmüştür. 1842 yılında ABD'de ilk kuluçka makinası kayıtlara geçmiştir. 1870'li yıllarda yetiştiriciler yumurta kalitesi konusuna ilgi göstermeye başlamışlar; ABD'de ıslah programlarında ilk kez ayak numarası kullanılmaya başlanmış ve

[16] DOĞAN, F. (2011). OSMANLI'DA BOĞAZİÇİ'NDE BALIKÇILIK (18. YÜZYIL-20. YÜZYIL). *Tarih Okulu Dergisi*, *2011*

ilk ticari kuluçkahane kurulmuştur. 20. yüzyılın başlarında tavukçuluk alanındaki gelişmeler hızlanmıştır. Daha önce başlayan gelişmeler genişleyerek devam etmiştir. Günümüzde ise teknolojinin de yardımıyla çok büyük ölçekli tavukçuluk yapılmaktadır. Bunların bir yansıması olarak da Türkiye ***tavukçuluk*** endüstrisinin gelişimi özellikle son 25 yıla rastlamaktadır. Bu dönemde, düşük üretim kapasiteli köy tavukçuluğundan modern girdilerin daha yoğun biçimde kullanıldığı teknik tavukçuluğa geçilmiş, çoğunluğu köylerde olan düşük verimli tavuk popülasyonunun yerini modern ticari sürüler almaya başlamışlardır.[17] Gıda sektöründe faaliyet gösteren tavukçu ve yumurtacı esnafları da yıllar içerisinde bu endüstriyel gelişmelerden etkilenerek kendilerini sektöre adapte etmeye çalışmaktadır.

3.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler

Tablo 47. Kasaplık Alt Sektör Grubu Mesleklere Göre Esnaf Sayısı ve Cinsiyet Dağılımı

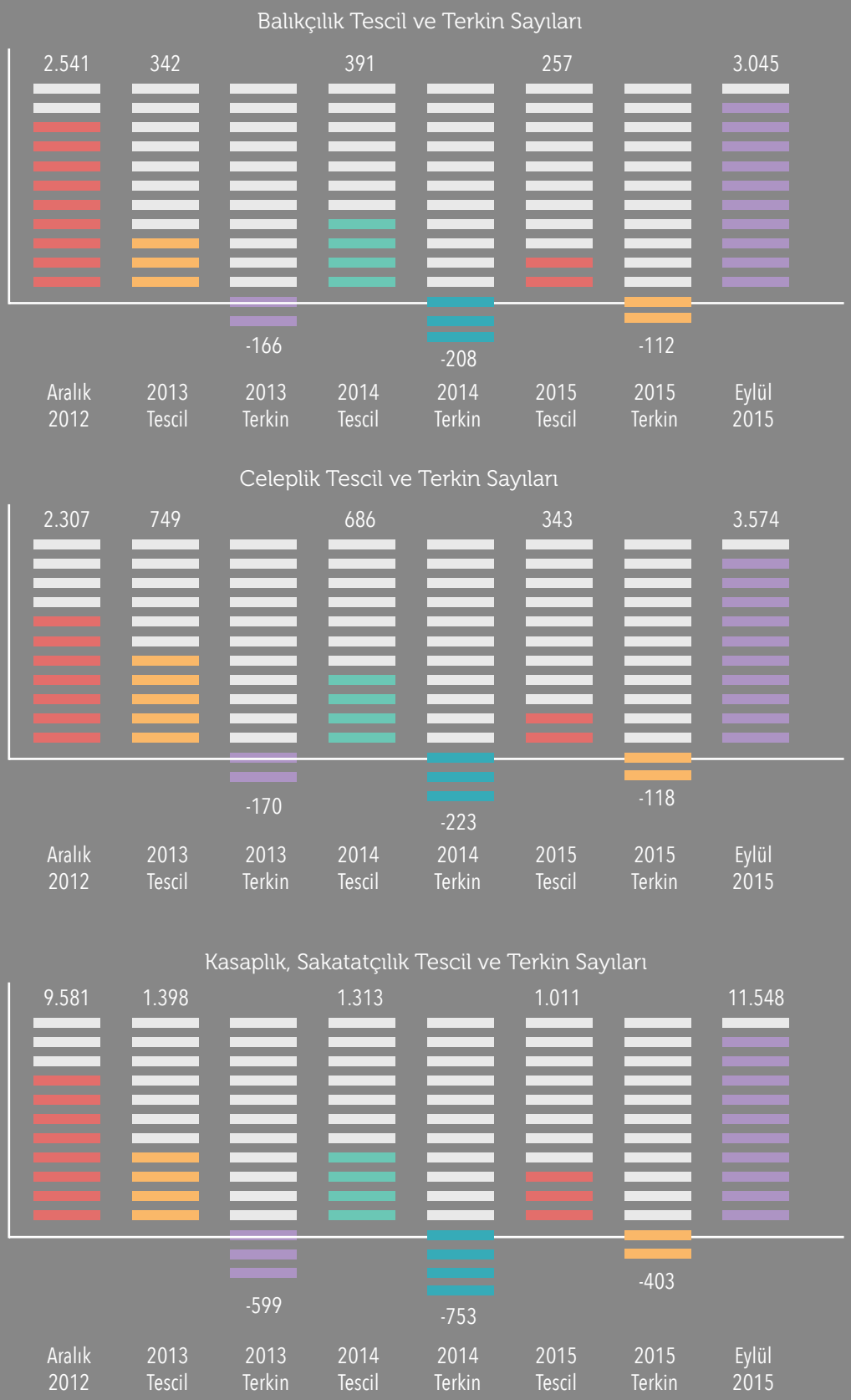


Türkiye genelinde mesleklerdeki esnaf sayıları incelendiğinde kasaplık ve sakatatçılığın en yaygın meslek olduğu görülmektedir. Bunu celeplik ve balıkçılık takip etmektedir. Alt meslek grubu genelinde kadınların erkeklere oranı %13 olarak gerçekleşirken, şarkütericilik mesleğinde bu oran %32 ile en yüksek değere sahiptir. Grubun en kalabalık mesleğini oluşturan kasaplarda ise bu oran %10 olarak gerçekleşmiştir. Celeplik mesleğinde ise %4'le en düşük seviyede kadın esnaf bulunmaktadır.

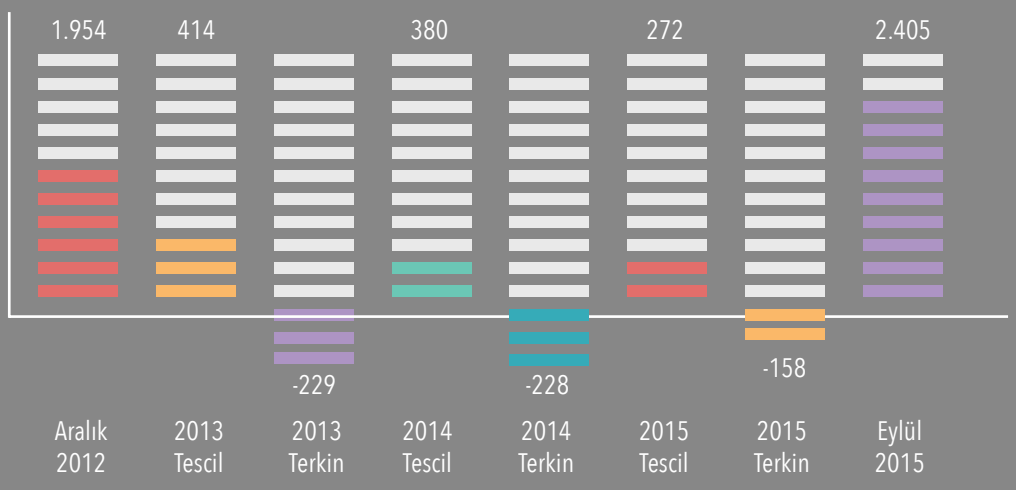
Mesleklerin yıllara göre tescil terkin sayıları da aşağıdaki şekilde gerçekleşmiştir:

[17] http://www.gencveteriner.com/tavukculugun-tarihi-gelisimi-t843.0.html

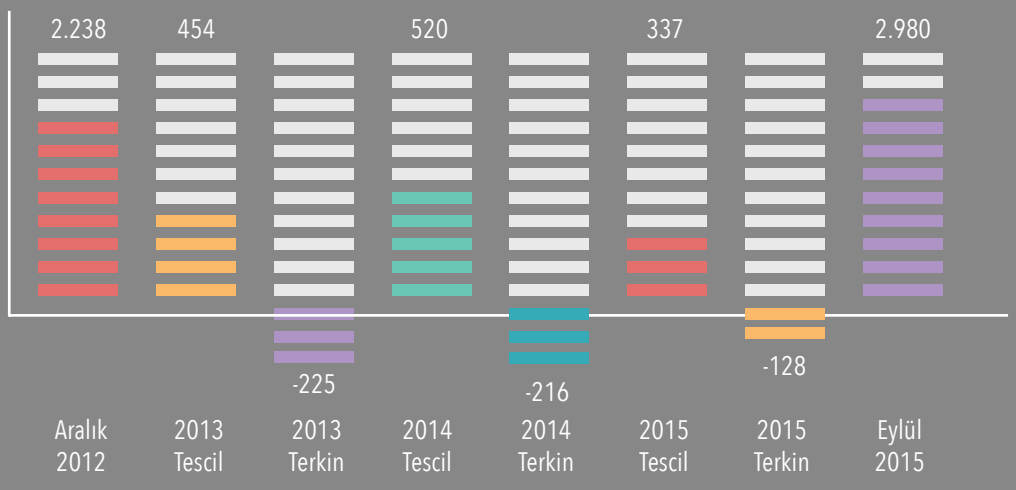
Şekil 14. Kasaplık Alt Sektör Grubu Tescil ve Terkin Sayıları



Şarkütericilik Tescil ve Terkin Sayıları

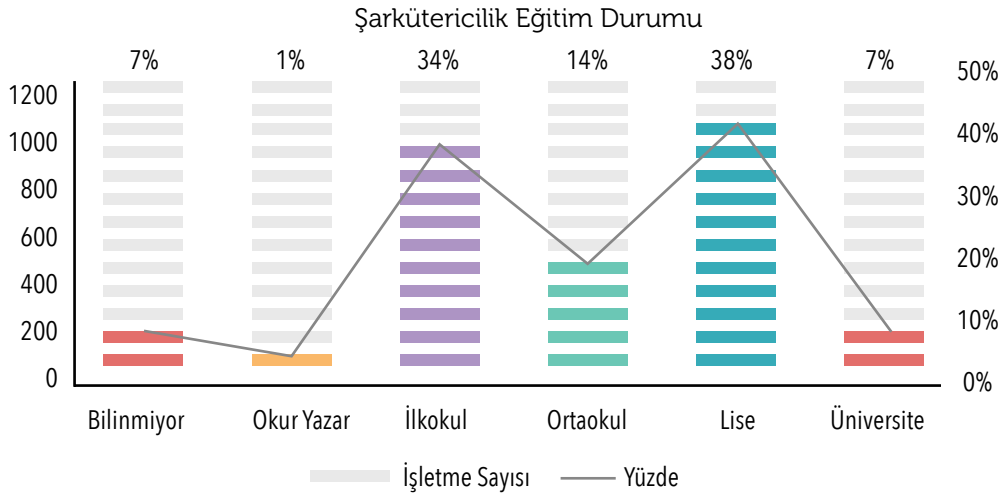


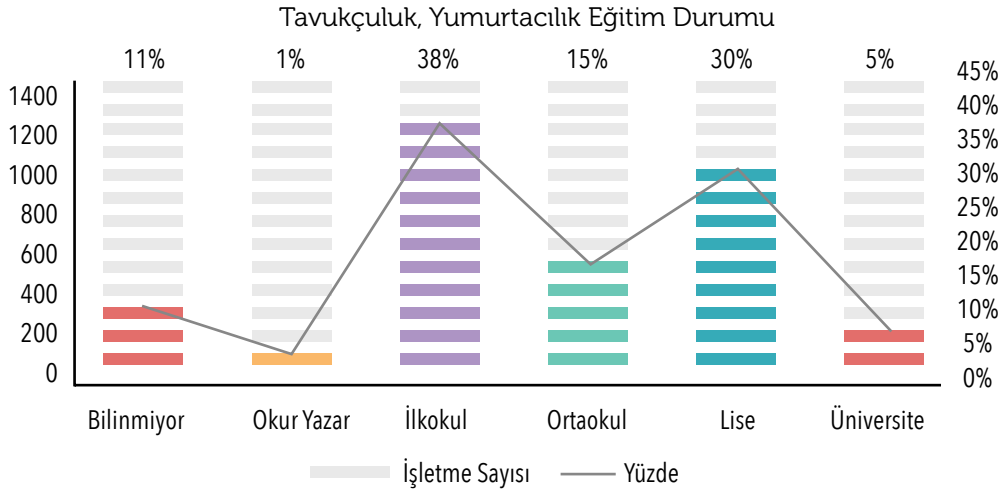
Tavukçuluk, Yumurtacılık Tescil ve Terkin Sayıları



Bu mesleklerde faaliyet gösteren esnafların eğitim durumu ise aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:

Şekil 15. Kasaplık Alt Sektör Grubu Eğitim Durumu





3.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı

3.4.1. Balıkçılık

Tablo 48. Balıkçılık Mesleği Bölgesel Dağılımları

BÖLGELER	KAYITLI ESNAF SAYISI
MARMARA BÖLGESİ	806
EGE BÖLGESİ	648
AKDENİZ BÖLGESİ	506
DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ	305
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	277
BATI KARADENİZ BÖLGESİ	159
ORTA KARADENİZ BÖLGESİ	157
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	117
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	70

3.4.2. Celeplik

Tablo 49. Celeplik Mesleği Bölgesel Dağılımları

BÖLGELER	KAYITLI ESNAF SAYISI
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	1.063
EGE BÖLGESİ	863
MARMARA BÖLGESİ	712
AKDENİZ BÖLGESİ	321
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	258
ORTA KARADENİZ BÖLGESİ	189
BATI KARADENİZ BÖLGESİ	132
DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ	18
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	18

3.4.3. Kasaplık, Sakatatçılık

Tablo 50. Kasaplık, Sakatatçılık Mesleği Bölgesel Dağılımları

BÖLGELER	KAYITLI ESNAF SAYISI
MARMARA BÖLGESİ	2.760
AKDENİZ BÖLGESİ	1.935
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	1.678
EGE BÖLGESİ	1.573
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	1.300
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	948
ORTA KARADENİZ BÖLGESİ	529
DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ	437
BATI KARADENİZ BÖLGESİ	388

3.4.4. Şarkütericilik

Tablo 51. Şarkütericilik Mesleği Bölgesel Dağılımları

BÖLGELER	KAYITLI ESNAF SAYISI
EGE BÖLGESİ	617
MARMARA BÖLGESİ	576
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	283
AKDENİZ BÖLGESİ	280
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	238
DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ	167
ORTA KARADENİZ BÖLGESİ	99
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	80
BATI KARADENİZ BÖLGESİ	65

3.4.5. Tavukçuluk, Yumurtacılık

Tablo 52. Tavukçuluk, Yumurtacılık Mesleği Bölgesel Dağılımları

BÖLGELER	KAYITLI ESNAF SAYISI
EGE BÖLGESİ	868
MARMARA BÖLGESİ	568
AKDENİZ BÖLGESİ	524
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	343
ORTA KARADENİZ BÖLGESİ	186
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	175
BATI KARADENİZ BÖLGESİ	139
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	115
DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ	62

3.5. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri

3308 sayılı Kanun gereğince çıraklık eğitimi uygulama kapsamındaki meslek dallarında iş yeri açacakların Millî Eğitim Bakanlığınca düzenlenmiş ustalık belgesine sahip olması ya da bu belgeye sahip olanları iş yerinde çalıştırması gerekmektedir.

Ayrıca taşımacılık ve benzeri faaliyetlerde bulunacak esnaf ve sanatkârların yapacakları faaliyetlere uygun olan K2 yetki belgesini almaları zorunludur. Ayrıca, "Hijyen Eğitimi Yönetmeliği"ne göre bu alt meslek grubuna dâhil esnafların iş yerlerinde, Millî Eğitim Bakanlığı tarafından verilen hijyen eğitim sertifikasına sahip olmayan kişiler çalıştırılamamaktadır.

Kasaplık mesleğinde ustalık belgesinin yanı sıra amatör hayvan kesimlerinde (özellikle Kurban Bayramlarında) ortaya çıkan olumsuz sonuçları engellemek için belediyelerin öncülüğünde kasaplık kursları açılmıştır ve kesim sertifikaları verilmektedir. Bu kurslara katılım gönüllü olmakla beraber kurslar, kasaplığı meslek edinmek isteyen esnaf adayları ve hâlihazırdaki kasaplarda çalışacak işçilerin eğitimi için önemli katkı sunmaktadır. Her kesimden kasaplıkla ilgilenenlere açık olan ve genelde 40 saat süren bu kurslarda kesim yeri hazırlama, küçük-büyük baş hayvan kesme, deri yüzme, iç organları çıkartma, etleri parçalama ve deriyi tuzlama ve muhafaza etme gibi konularda pratik ve teorik eğitimler sunulmaktadır.

19.06.2002 tarihli ve 24790 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Su Ürünleri Toptan ve Perakende Satış Yerleri Yönetmeliği'ne göre perakende satış yerlerinde (balıkçı esnafında), satılan ve sergilenen ürünlerin toptan satış yerlerinden ***Nakil ve Sağlık Koşullarının Kontrol Edilerek Geldiğini Gösterir Belgeler*** ile ***Menşe Belgesi'***nin bulundurulması zorunludur.

12.09.2015 tarih ve 29473 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Küçük Miktarlardaki Yumurtanın Doğrudan Arzına Dair Yönetmelikle Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, kendi kümesindeki tavuklardan elde ettiği yumurtaları doğrudan tüketiciye satan küçük esnaf için yeni standartlar getirmiştir. Bu Yönetmelikle birlikte küçük miktarlarda yumurta satan esnafın da Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'ndan ***Satış Öncesi İzin Belgesi*** alması gerekmektedir.

18 Ocak 2012 tarihli 28177 sayılı Canlı Hayvan Ticareti Yapan Satıcıların Çalışma ve Denetlenmesi ile İlgili Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik'e göre canlı hayvan ticareti ile uğraşan satıcılara hayvan alım satım işlerini devam ettirebilmeleri için Çalışma İzin Belgesi alma zorunluluğu getirilmiştir. Buna göre doğrudan ya da dolaylı olarak sığır cinsi hayvanlar, koyun ve keçi türü hayvanlar ile domuz türü hayvanların alım ve satımını yapan satıcıların, işletmelerinin bağlı bulunduğu Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı il/ilçe müdürlüğüne müracaatta bulunmaları gerekmektedir. Bu müracaat değerlendirildikten sonra ilgili hayvan refahın ve asgari teknik ve hijyenik şartların sağlanması koşuluyla canlı hayvan ticaretine izin verilmektedir.

Ayrıca bu alt sektör grubundaki esnafları yakından ilgilendiren helal gıda belgelendirmesi vardır. Bu kapsamda Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından üç çeşit sertifika sunulmaktadır:

1. ***Helal Uygunluk Belgesi:*** TSE tarafından yürütülen helal belgelendirmesi işlemleri neticesinde ürün ve hizmet için düzenlenen ve geçerlilik süresi 1 (bir) yıl olan dokümandır.
2. ***Helal Kesim Belgesi***: TSE tarafından kesimhaneler ve et parçalama tesislerinden elde edilen ürünler (karkas, parçalanmış et ve sakatat) için belirli bir partiyi temsil etmek üzere düzenlenen dokümandır. Bu belge, TSE'den Helal Uygunluk Belgesine sahip olup kuruluş tarafından ayrıca talep edilmesi hâlinde belirli bir miktar ve partiye esas olmak üzere TSE uzmanlarınca üretim yerinde yapılan tespitler neticesinde düzenlenir. TSE'den Helal Uygunluk Belgesine sahip olmayan kuruluşların Helal Kesim Belgesi taleplerinde Helal Uygunluk Belgelendirme şartları aynen aranır. Et parçalama tesislerinin yapacakları Helal Kesim Belgesi taleplerinde girdi olarak kullanılan karkaslarda, Helal Uygunluk Belgesi veya Helal Kesim Belgesi'ne sahip olma şartı aranır.
3. ***Helal Parti Malı Uygunluk Belgesi:*** TSE tarafından gıda ve kozmetik ürünleri kapsamında yürütülen helal belgelendirme işlemleri neticesinde aynı ürün grubu içinde yer alan gıda veya kozmetik ürünleri için düzenlenen dokümandır. Bu belge belirli bir miktar ve partiye ait olmak üzere düzenlenir. Karkas, parçalanmış et ve sakatat dışında kalan et ürünleri için yapılacak olan Helal Parti Malı Uygunluk Belgesi taleplerinde Helal Uygunluk Belgesi veya Helal Kesim Belgesine sahip olma şartı aranır.

Herhangi bir yasal zorunluluk olmasa da hizmet kalitesini artırmak ve tüketici güvenini sağlamak açısından kasaplık alt meslek grubu esnaflarının, TSE Helal Belgelendirmelerinden (örneğin kasap, celep vb.lerinin kesim işlemlerinde) edinmeleri gelecek için önem arz edecek hususlardandır.

3.6. Meslekteki Üretim Eğilimleri

3.6.1. Kullanılan Gereçler, Teknoloji

Tablo 53. Kasaplık Alt Sektör Grubu Kullanılan Araç & Gereçler

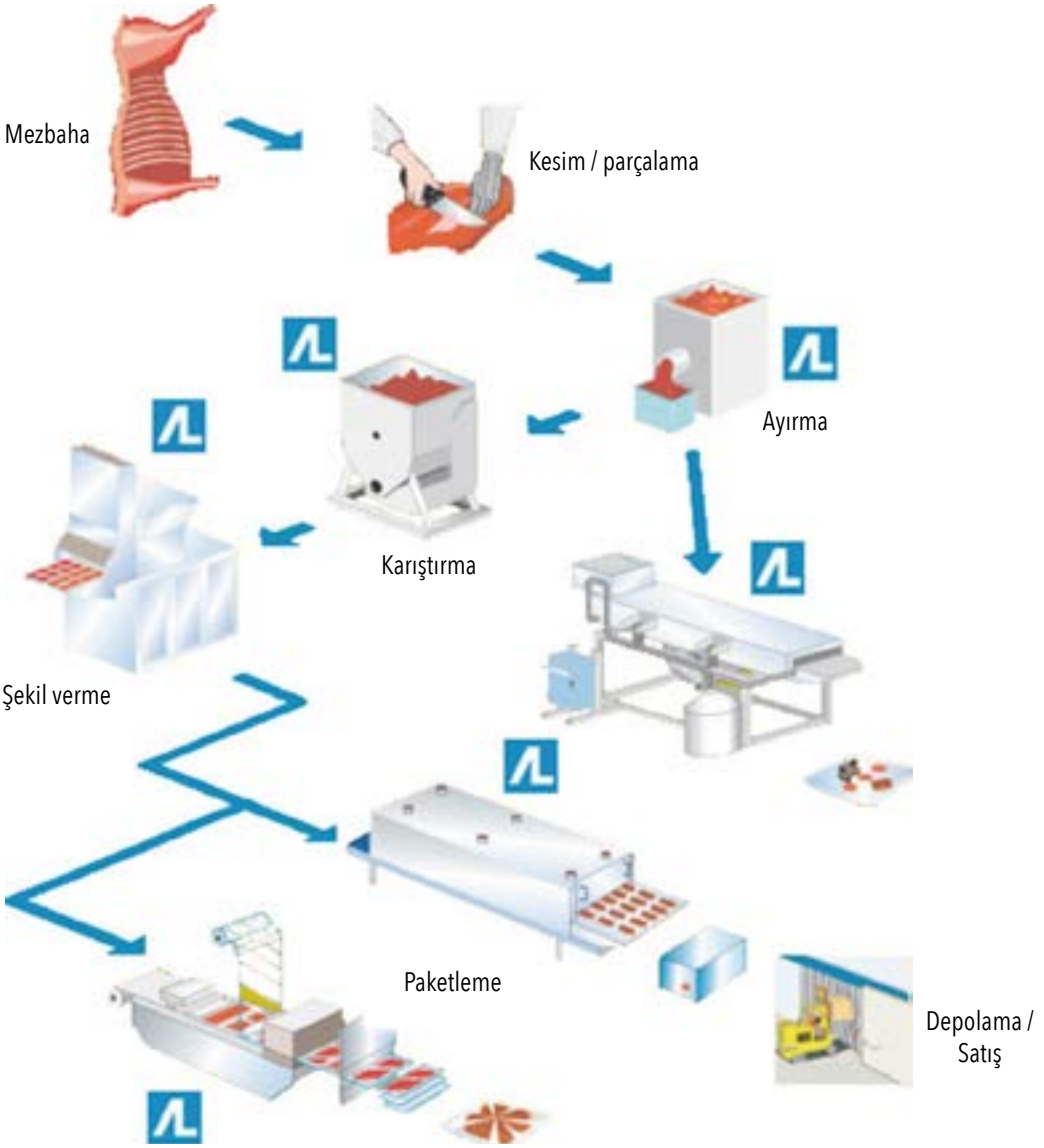
Meslek	Kullanılan Araç & Gereçler
Balıkçılık	Ağ, Balık tezgâhı, Balıkçı çizmeleri, Balıkçı kıyafetleri Balıkçı önlüğü, Balıkçı pantolonu, Bıçaklar Balık temizleme tezgâhı, Buz, Buzluk, Buzdolabı Dipfriz, Çanta ve kutular, Çöp kovası, Çöp torbası Eldiven, Kova, Lavabolar, Maske ve boneler Olta malzemeleri (iğne, misina, kamış, şamandıra, kurşun vb.) Önlük, Sulama ekipmanları, Tartı Temizlik araç ve gereçleri (çekçek, dezenfektanlar, fırça çeşitleri, kâğıt havlu, sabun, sünger, temizlik bezleri ve deterjanları) Torba, Yazar kasa
Celeplik	Ayak banyo havuzu, Barınak, Büyükbaş ayak ve tırnak havuzu Çizme temizleme fırçası, Çöp kovası, Çöp torbaları, Danametre Dezenfeksiyon düzenekleri, El kantarı Eldiven, Hayvan altlıkları, Hayvan taşıma araçları Işıklandırma, İp, Kasap bıçakları, Kova, Musluk, Lavabo, Özel kıyafetler Sıyırgaç, Silaj taşıma aracı, Su yalağı, Tulum elbise Yem kırma makinesi, Yem, Yem çuvalları, Yemlik Zemin kazıma demiri
Kasaplık, Sakatatçılık	Ambalaj ve paketler, Buzdolabı, Çelik eldiven, Çöp torbası Dipfriz, Eldiven, Et döveceği, Et tokmağı, Kanca, Kantar Kasap bıçakları, Kebap dolabı, Kesim tahtası, Kıyma makinesi Kıyma makinesi bıçakları, Köfte hunisi, Kütüklük ahşap Masatlar, Pirzola kırıcı, Sinir öldürme aparatı Soğuk hava deposu, Sucuk dolum makinesi Şarküteri dolabı, Tartı, Temizlik araç ve gereçleri Torba, Yazarkasa
Şarkütericilik	Ambalaj ve paketler, Bakliyat kutuları, Bakliyat sepetleri Ballık, Buzdolabı, Çöp kovası, Çöp torbası, Derin dondurucu Eldiven, Maske ve boneler, Elektronik terazi, Et&tavuk reyon dolapları Hesap makinesi, İlk yardım dolabı, İş kıyafetleri, Lavabolar Raf etiketleri, Raflar, Reyonlar, Reçellik, Saklama kapları Salam doğrama makinesi, Streç makinesi, Sütlük Şarküteri dolabı, Şarküteri küvet Telefon, Temizlik araç ve gereçleri, Terazi/tartı Tezgâhlar, Torba ve poşetler, Turşuluk Ürün teşhir tezgâhı, Vakum makinesi, Yangın tüpü Yazarkasa, Zeytinlik
Tavukçuluk, Yumurtacılık	Ambalaj ve paketler, Ambalajlar, Buzdolabı, Canlı tavuk nakil kafesi, Civciv sepetleri, Çöp torbası Dipfriz, Eldiven, Et döveceği, Et tokmağı, Kafesler Kanca, Kantar, Kasap bıçakları, Kebap dolabı, Kesim tahtası Kuluçka ekipmanları, Kuluçka makinesi, Piliç çevirme makinesi, Soğuk hava deposu, Suluk Şarküteri dolabı, Tartı, Temizlik araç ve gereçleri Torba, Vitrinli dolaplar, Yazarkasa, Yem kırma makinesi Yemlik, Yumurta kasası

3.6.2. Meslekte Üretilen Başlıca Ürünler

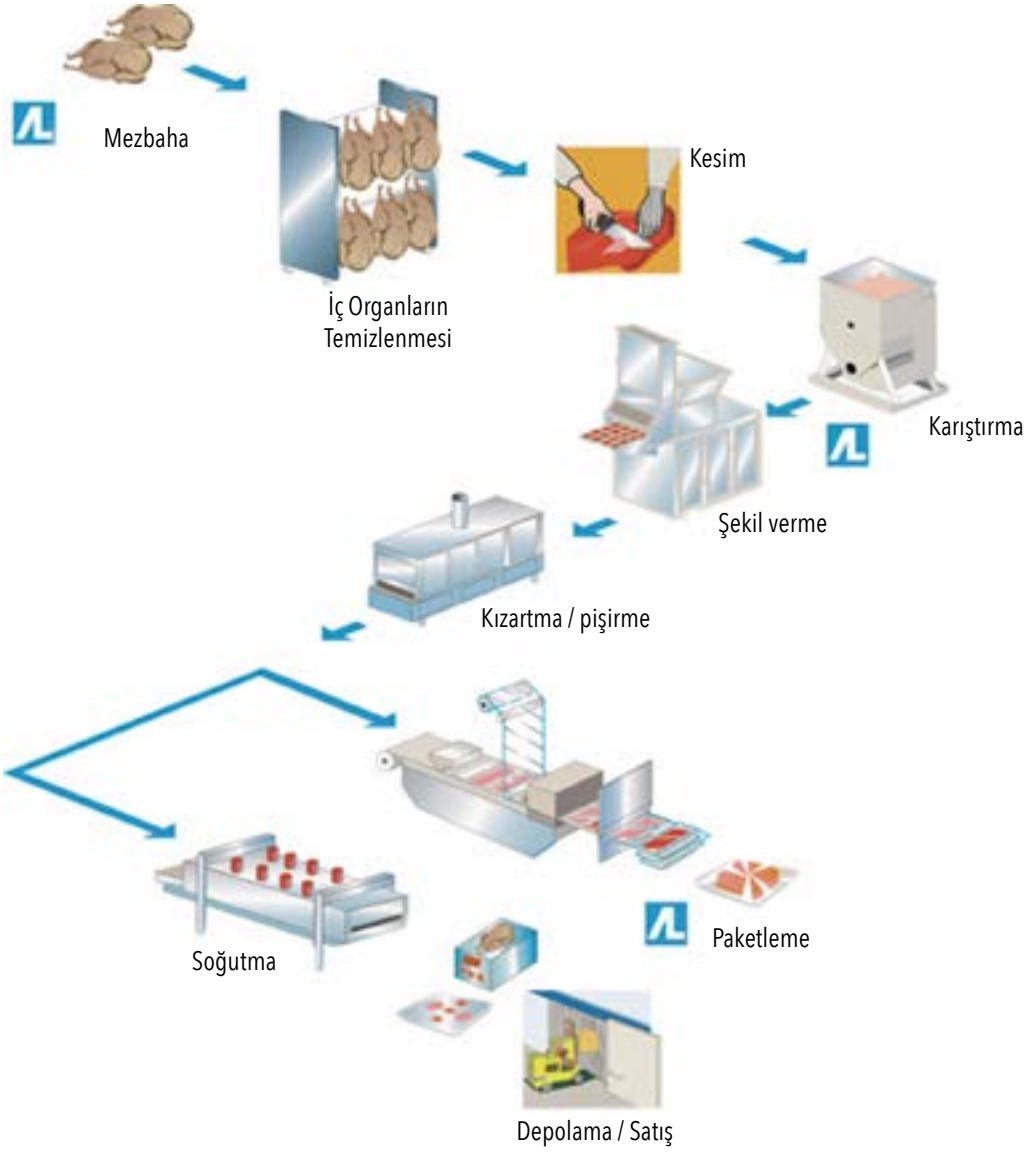
Balıkçılık mesleğinde başlıca balık ürünleri satılırken, celeplik mesleğinde canlı hayvan ticareti yapılmaktadır. Kasaplık, sakatatçılık mesleğinde her türlü kırmızı et ve sakatat; şarkütericilik mesleğinde süt ve süt ürünleri ağırlıklı olarak kahvaltılık ürünler; tavukçuluk, yumurtacılık mesleğinde ise tavuk ve yumurta ticareti gerçekleştirilmektedir.

3.6.3. Meslek Süreçleri

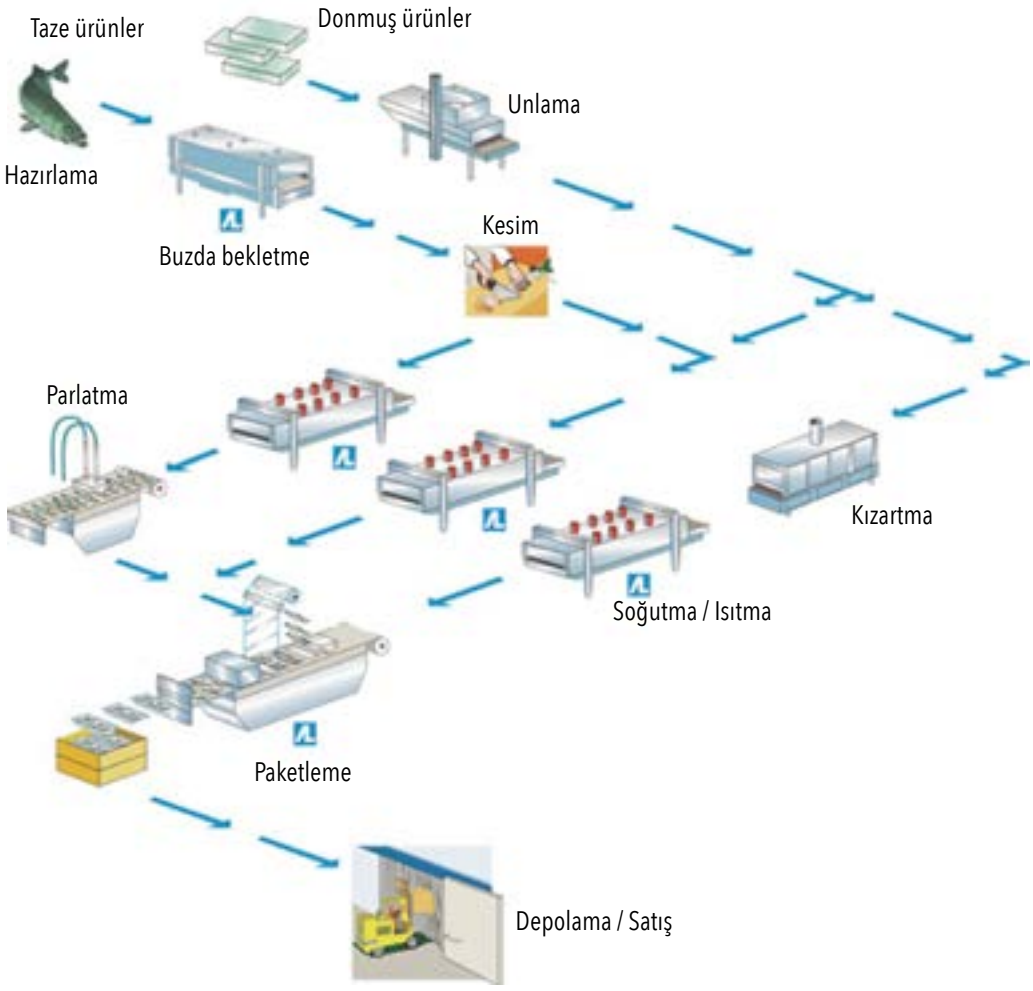
Şekil 16. Et Ürünleri Üretim Süreci



Şekil 17. Tavuk Ürünleri Üretim Süreci



Şekil 18. Balık Ürünleri Üretim Süreci



Şekil 19. Kasaplık Meslek Süreçleri

3.7. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

3.7.1. Balıkçılık

Balıkçılık mesleği özelinde inceleme yapıldığında Türkiye genelinde toplam oluşturulan ciro 456 milyon TL, toplam kâr 25 milyon TL ve toplam zarar ise 5 milyon TL olmuştur. İşletme başına kârlılık ise Türkiye genelinde 7.321 TL olarak gerçekleşmiştir.

Balıkçılık mesleğinde işletme başına en çok kâr bildiren il, 40.596 TL ile Kayseri olurken; işletme başına en çok zarar bildiren il, 7.466 TL ile Sivas olmuştur.

Tablo 54. Balıkçılık İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014

Balıkçılık									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ADANA	18.882 ₺	1.047 ₺	28 ₺	13.229 ₺	K.MARAŞ	4.061 ₺	185 ₺	0 ₺	10.256 ₺
ADIYAMAN	214 ₺	34 ₺	0 ₺	3.384 ₺	KARABÜK	1.164 ₺	45 ₺	6 ₺	3.571 ₺
AFYON	635 ₺	121 ₺	19 ₺	4.610 ₺	KARAMAN	572 ₺	19 ₺	0 ₺	3.168 ₺
AĞRI	214 ₺	16 ₺	5 ₺	1.713 ₺	KARS	925 ₺	59 ₺	0 ₺	11.814 ₺
AKSARAY	948 ₺	27 ₺	21 ₺	360 ₺	KASTAMONU	1.918 ₺	125 ₺	44 ₺	2.682 ₺
AMASYA	1.331 ₺	42 ₺	0 ₺	3.199 ₺	KAYSERİ	9.226 ₺	358 ₺	33 ₺	40.596 ₺
ANKARA	33.850 ₺	945 ₺	334 ₺	5.935 ₺	KIRIKKALE	2.194 ₺	10 ₺	10 ₺	21 ₺
ANTALYA	16.980 ₺	851 ₺	35 ₺	9.060 ₺	KIRKLARELİ	1.339 ₺	84 ₺	21 ₺	4.245 ₺
ARDAHAN	17 ₺	2 ₺	4 ₺	-890 ₺	KIRŞEHİR	1.015 ₺	72 ₺	0 ₺	9.005 ₺
ARTVİN	1.051 ₺	197 ₺	0 ₺	13.159 ₺	KİLİS	13 ₺	5 ₺	0 ₺	2.380 ₺
AYDIN	2.389 ₺	187 ₺	88 ₺	1.936 ₺	KOCAELİ	11.000 ₺	510 ₺	88 ₺	7.162 ₺
BALIKESİR	10.032 ₺	3.132 ₺	111 ₺	19.245 ₺	KONYA	7.770 ₺	278 ₺	52 ₺	3.531 ₺
BARTIN	1.076 ₺	66 ₺	47 ₺	1.346 ₺	KÜTAHYA	4.454 ₺	149 ₺	53 ₺	3.217 ₺
BATMAN	268 ₺	11 ₺	30 ₺	-2.258 ₺	MALATYA	3.855 ₺	301 ₺	2 ₺	6.106 ₺
BAYBURT	42 ₺	5 ₺	0 ₺	2.749 ₺	MANİSA	3.014 ₺	504 ₺	0 ₺	5.478 ₺
BİLECİK	459 ₺	27 ₺	0 ₺	6.801 ₺	MARDİN	493 ₺	46 ₺	0 ₺	7.602 ₺
BİNGÖL	172 ₺	9 ₺	0 ₺	2.836 ₺	MERSİN	12.388 ₺	586 ₺	33 ₺	6.214 ₺
BİTLİS	190 ₺	6 ₺	0 ₺	3.013 ₺	MUĞLA	13.876 ₺	1.272 ₺	163 ₺	12.458 ₺
BOLU	431 ₺	97 ₺	5 ₺	13.173 ₺	MUŞ	224 ₺	7 ₺	0 ₺	3.257 ₺
BURDUR	3.400 ₺	94 ₺	0 ₺	5.852 ₺	NEVŞEHİR	57 ₺	6 ₺	1 ₺	773 ₺
BURSA	15.970 ₺	666 ₺	121 ₺	8.020 ₺	NİĞDE	239 ₺	12 ₺	13 ₺	-184 ₺
ÇANAKKALE	6.515 ₺	656 ₺	70 ₺	8.259 ₺	ORDU	1.469 ₺	161 ₺	37 ₺	4.776 ₺
ÇANKIRI	2 ₺	1 ₺	0 ₺	1.000 ₺	OSMANİYE	150 ₺	42 ₺	0 ₺	4.693 ₺
ÇORUM	1.306 ₺	62 ₺	0 ₺	4.417 ₺	RİZE	1.045 ₺	142 ₺	15 ₺	3.033 ₺
DENİZLİ	5.342 ₺	235 ₺	0 ₺	3.560 ₺	SAKARYA	6.482 ₺	304 ₺	24 ₺	8.477 ₺
DİYARBAKIR	219 ₺	14 ₺	0 ₺	6.981 ₺	SAMSUN	13.913 ₺	941 ₺	23 ₺	12.928 ₺
DÜZCE	2.797 ₺	196 ₺	20 ₺	11.023 ₺	SİİRT	1.508 ₺	35 ₺	0 ₺	6.953 ₺
EDİRNE	825 ₺	85 ₺	0 ₺	3.711 ₺	SİNOP	1.082 ₺	269 ₺	249 ₺	785 ₺
ELAZIĞ	459 ₺	47 ₺	7 ₺	1.861 ₺	SİVAS	870 ₺	20 ₺	109 ₺	-7.466 ₺
ERZİNCAN	512 ₺	40 ₺	0 ₺	10.012 ₺	ŞANLIURFA	6.209 ₺	144 ₺	0 ₺	18.011 ₺
ERZURUM	8 ₺	9 ₺	0 ₺	4.390 ₺	ŞIRNAK	2.614 ₺	195 ₺	42 ₺	3.922 ₺
ESKİŞEHİR	1.119 ₺	37 ₺	11 ₺	2.205 ₺	TOKAT	2.579 ₺	105 ₺	115 ₺	-523 ₺
GAZİANTEP	2.878 ₺	86 ₺	25 ₺	3.583 ₺	TRABZON	23.383 ₺	753 ₺	453 ₺	1.939 ₺
GİRESUN	3.967 ₺	252 ₺	84 ₺	3.904 ₺	TUNCELİ	114 ₺	5 ₺	0 ₺	1.315 ₺
GÜMÜŞHANE	4.373 ₺	273 ₺	0 ₺	19.502 ₺	UŞAK	1.415 ₺	37 ₺	0 ₺	4.604 ₺
HAKKÂRİ	4 ₺	0 ₺	0 ₺	28 ₺	VAN	551 ₺	18 ₺	45 ₺	-6.727 ₺
HATAY	20.131 ₺	537 ₺	98 ₺	3.887 ₺	YALOVA	491 ₺	38 ₺	17 ₺	1.221 ₺

Balıkçılık									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ISPARTA	24.366 ₺	697 ₺	17 ₺	21.924 ₺	YOZGAT	10.281 ₺	110 ₺	156 ₺	-6.476 ₺
İSTANBUL	73.580 ₺	3.568 ₺	1.429 ₺	9.257 ₺	ZONGULDAK	2.484 ₺	262 ₺	52 ₺	5.136 ₺
İZMİR	42.957 ₺	2.361 ₺	552 ₺	7.934 ₺					
K.MARAŞ	4.061 ₺	185 ₺	0 ₺	10.256 ₺					
Türkiye Toplam						**456.351 ₺**	**24.951 ₺**	**5.016 ₺**	**7.321₺**

3.7.2. Celeplik

Celeplik mesleği özelinde inceleme yapıldığında Türkiye genelinde toplam oluşturulan ciro 707 milyon TL, toplam kâr 19 milyon TL ve toplam zarar ise 5 milyon TL olmuştur. İşletme başına kârlılık ise Türkiye genelinde 4.648 TL olarak gerçekleşmiştir.

Celeplik mesleğinde işletme başına en çok kâr bildiren il, 27.422 TL ile Batman olurken; işletme başına en çok zarar bildiren il, 6.380 TL ile Iğdır olmuştur.

Tablo 55. Celeplik İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014

Celeplik									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ADIYAMAN	11 ₺	5 ₺	0 ₺	508 ₺	İZMİR	10.925 ₺	597 ₺	17 ₺	5.855 ₺
AFYON	17.539 ₺	881 ₺	196 ₺	4.503 ₺	K.MARAŞ	369 ₺	43 ₺	0 ₺	5.336 ₺
AĞRI	276 ₺	65 ₺	1 ₺	9.131 ₺	KARABÜK	2.891 ₺	96 ₺	19 ₺	3.676 ₺
AKSARAY	15.077 ₺	447 ₺	1.188 ₺	-3.512 ₺	KARAMAN	1.620 ₺	36 ₺	123 ₺	-5.460 ₺
AMASYA	7.394 ₺	159 ₺	12 ₺	8.665 ₺	KARS	27.352 ₺	569 ₺	1 ₺	16.244 ₺
ANKARA	33.774 ₺	633 ₺	305 ₺	2.144 ₺	KASTAMONU	5.563 ₺	274 ₺	92 ₺	3.444 ₺
ANTALYA	5.970 ₺	247 ₺	54 ₺	4.110 ₺	KAYSERİ	12.072 ₺	191 ₺	10 ₺	4.882 ₺
ARTVİN	878 ₺	6 ₺	0 ₺	5.592 ₺	KIRIKKALE	2.814 ₺	55 ₺	71 ₺	-778 ₺
AYDIN	46.949 ₺	1.196 ₺	132 ₺	5.911 ₺	KIRKLARELİ	2.571 ₺	125 ₺	24 ₺	3.753 ₺
BALIKESİR	68.730 ₺	1.748 ₺	661 ₺	5.939 ₺	KIRŞEHİR	50.817 ₺	548 ₺	1 ₺	16.108 ₺
BARTIN	195 ₺	6 ₺	0 ₺	1.444 ₺	KOCAELİ	6.396 ₺	222 ₺	10 ₺	15.140 ₺
BATMAN	2.180 ₺	27 ₺	0 ₺	27.422 ₺	KONYA	45.503 ₺	799 ₺	49 ₺	8.614 ₺
BAYBURT	0 ₺	0 ₺	0 ₺	-150 ₺	KÜTAHYA	3.321 ₺	80 ₺	79 ₺	17 ₺
BİLECİK	1.943 ₺	66 ₺	0 ₺	9.477 ₺	MALATYA	5 ₺	12 ₺	0 ₺	2.950 ₺
BİNGÖL	1.310 ₺	53 ₺	0 ₺	17.522 ₺	MANİSA	15.248 ₺	1.067 ₺	9 ₺	8.074 ₺
BOLU	1.161 ₺	170 ₺	21 ₺	7.428 ₺	MERSİN	14.726 ₺	282 ₺	55 ₺	5.146 ₺
BURDUR	18.575 ₺	639 ₺	82 ₺	5.804 ₺	MUĞLA	18.765 ₺	444 ₺	63 ₺	7.050 ₺

BURSA	55.220 ₺	1.225 ₺	260 ₺	8.461 ₺	NEVŞEHİR	5.614 ₺	127 ₺	11 ₺	1.744 ₺
ÇANAKKALE	19.686 ₺	400 ₺	27 ₺	4.710 ₺	NİĞDE	8.459 ₺	284 ₺	4 ₺	9.642 ₺
ÇANKIRI	2.005 ₺	64 ₺	44 ₺	421 ₺	ORDU	1.607 ₺	128 ₺	0 ₺	4.913 ₺
ÇORUM	17.594 ₺	407 ₺	63 ₺	3.591 ₺	OSMANİYE	15.689 ₺	249 ₺	3 ₺	7.694 ₺
DENİZLİ	9.430 ₺	362 ₺	133 ₺	2.402 ₺	SAKARYA	14.672 ₺	319 ₺	113 ₺	3.430 ₺
DİYARBAKIR	442 ₺	6 ₺	0 ₺	5.798 ₺	SAMSUN	3.165 ₺	79 ₺	3 ₺	5.044 ₺
DÜZCE	3.028 ₺	34 ₺	17 ₺	5.627 ₺	SİNOP	698 ₺	42 ₺	0 ₺	7.025 ₺
EDİRNE	17.540 ₺	506 ₺	93 ₺	6.557 ₺	SİVAS	24.476 ₺	335 ₺	161 ₺	4.061 ₺
ELAZIĞ	904 ₺	6 ₺	0 ₺	6.137 ₺	TEKİRDAĞ	7.004 ₺	181 ₺	51 ₺	3.026 ₺
ERZİNCAN	147 ₺	9 ₺	0 ₺	4.293 ₺	TOKAT	257 ₺	4 ₺	1 ₺	626 ₺
ERZURUM	3.939 ₺	165 ₺	69 ₺	2.989 ₺	TRABZON	5.641 ₺	92 ₺	6 ₺	8.552 ₺
ESKİŞEHİR	19.431 ₺	596 ₺	3 ₺	12.101 ₺	TUNCELİ	22 ₺	3 ₺	0 ₺	3.275 ₺
GİRESUN	2 ₺	3 ₺	0 ₺	1.425 ₺	UŞAK	2.310 ₺	136 ₺	24 ₺	3.848 ₺
GÜMÜŞHANE	0 ₺	0 ₺	0 ₺	0 ₺	VAN	1.118 ₺	34 ₺	0 ₺	4.874 ₺
HATAY	132 ₺	31 ₺	14 ₺	1.203 ₺	YALOVA	159 ₺	19 ₺	0 ₺	9.609 ₺
IĞDIR	0 ₺	1 ₺	32 ₺	-6.380 ₺	YOZGAT	5.314 ₺	590 ₺	70 ₺	4.336 ₺
ISPARTA	5.376 ₺	265 ₺	38 ₺	6.318 ₺	ZONGULDAK	793 ₺	56 ₺	15 ₺	3.441 ₺
İSTANBUL	11.723 ₺	213 ₺	207 ₺	157 ₺					
Türkiye Toplam						**706.518 ₺**	**18.756 ₺**	**4.741 ₺**	**4.648₺**

3.7.3. Kasaplık, Sakatatçılık

Kasaplık, Sakatatçılık mesleği özelinde inceleme yapıldığında Türkiye genelinde toplam oluşturulan ciro 3,5 milyar TL, toplam kâr 111 milyon TL ve toplam zarar ise 36 milyon TL olmuştur. İşletme başına kârlılık ise Türkiye genelinde 7.370 TL olarak gerçekleşmiştir.

Kasaplık, Sakatatçılık mesleğinde işletme başına en çok kâr bildiren il, 28.126 TL ile Muğla olurken; işletme başına en çok zarar bildiren il, 216.703 TL ile Eskişehir olmuştur.

Tablo 56. Kasaplık, Sakatatçılık İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014

Kasaplık, Sakatatçılık									
Şehir	**Ciro (Bin TL)**	**Kâr (Bin TL)**	**Zarar (Bin TL)**	**İşletme Başı Kârlılık (TL)**	**Şehir**	**Ciro (Bin TL)**	**Kâr (Bin TL)**	**Zarar (Bin TL)**	**İşletme Başı Kârlılık (TL)**
ADANA	68.478 ₺	2.799 ₺	414 ₺	7.206 ₺	K.MARAŞ	37.335 ₺	1.607 ₺	11 ₺	8.400 ₺
ADIYAMAN	14.873 ₺	538 ₺	32 ₺	5.744 ₺	KARABÜK	7.577 ₺	373 ₺	19 ₺	13.607 ₺
AFYON	122.096 ₺	2.744 ₺	236 ₺	12.730 ₺	KARAMAN	5.325 ₺	172 ₺	21 ₺	5.212 ₺
AĞRI	6.044 ₺	273 ₺	805 ₺	-7.495 ₺	KARS	9.977 ₺	415 ₺	1 ₺	11.512 ₺
AKSARAY	24.472 ₺	666 ₺	53 ₺	8.067 ₺	KASTAMONU	17.866 ₺	1.054 ₺	20 ₺	12.309 ₺
AMASYA	10.437 ₺	393 ₺	23 ₺	13.216 ₺	KAYSERİ	78.527 ₺	1.273 ₺	62 ₺	10.620 ₺
ANKARA	210.378 ₺	4.479 ₺	689 ₺	9.475 ₺	KIRIKKALE	30.899 ₺	676 ₺	195 ₺	9.434 ₺
ANTALYA	149.326 ₺	3.588 ₺	536 ₺	10.451 ₺	KIRKLARELİ	20.328 ₺	931 ₺	179 ₺	11.061 ₺
ARDAHAN	4.196 ₺	146 ₺	1 ₺	9.025 ₺	KIRŞEHİR	13.777 ₺	530 ₺	5 ₺	14.173 ₺

Kasaplık, Sakatatçılık									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ARTVİN	3.581 ₺	260 ₺	4 ₺	11.125 ₺	KİLİS	2.551 ₺	194 ₺	5 ₺	3.579 ₺
AYDIN	37.566 ₺	2.020 ₺	60 ₺	16.333 ₺	KOCAELİ	92.507 ₺	2.991 ₺	363 ₺	11.678 ₺
BALIKESİR	71.583 ₺	3.910 ₺	1.091 ₺	11.553 ₺	KONYA	147.793 ₺	3.066 ₺	1.126 ₺	6.159 ₺
BARTIN	6.183 ₺	320 ₺	0 ₺	11.051 ₺	KÜTAHYA	15.224 ₺	710 ₺	30 ₺	6.601 ₺
BATMAN	8.383 ₺	228 ₺	5 ₺	6.045 ₺	MALATYA	23.419 ₺	1.248 ₺	111 ₺	7.335 ₺
BAYBURT	3.351 ₺	134 ₺	43 ₺	6.032 ₺	MANİSA	70.921 ₺	3.237 ₺	14 ₺	14.135 ₺
BİLECİK	11.034 ₺	321 ₺	33 ₺	11.990 ₺	MARDİN	5.876 ₺	255 ₺	51 ₺	2.101 ₺
BİNGÖL	4.174 ₺	159 ₺	104 ₺	1.825 ₺	MERSİN	93.234 ₺	3.370 ₺	386 ₺	7.423 ₺
BİTLİS	4.544 ₺	258 ₺	2 ₺	7.312 ₺	MUĞLA	72.031 ₺	2.914 ₺	129 ₺	28.126 ₺
BLU	10.289 ₺	449 ₺	37 ₺	10.308 ₺	MUŞ	7.308 ₺	450 ₺	16 ₺	12.377 ₺
BURDUR	24.479 ₺	493 ₺	189 ₺	9.509 ₺	NEVŞEHİR	7.314 ₺	261 ₺	116 ₺	2.740 ₺
BURSA	153.268 ₺	5.960 ₺	825 ₺	14.630 ₺	NİĞDE	13.343 ₺	279 ₺	184 ₺	1.592 ₺
ÇANAKKALE	16.769 ₺	841 ₺	282 ₺	5.644 ₺	ORDU	7.038 ₺	296 ₺	88 ₺	4.332 ₺
ÇANKIRI	7.002 ₺	187 ₺	153 ₺	1.067 ₺	OSMANİYE	37.472 ₺	807 ₺	56 ₺	11.039 ₺
ÇORUM	54.144 ₺	943 ₺	75 ₺	9.338 ₺	RİZE	15.233 ₺	695 ₺	0 ₺	11.773 ₺
DENİZLİ	37.144 ₺	1.230 ₺	22 ₺	11.288 ₺	SAKARYA	31.422 ₺	1.278 ₺	398 ₺	7.713 ₺
DİYARBAKIR	38.696 ₺	1.617 ₺	44 ₺	8.596 ₺	SAMSUN	63.041 ₺	1.748 ₺	151 ₺	8.676 ₺
DÜZCE	3.884 ₺	255 ₺	20 ₺	9.823 ₺	SİİRT	9.114 ₺	319 ₺	0 ₺	7.400 ₺
EDİRNE	13.481 ₺	438 ₺	148 ₺	5.784 ₺	SİNOP	13.367 ₺	636 ₺	1 ₺	10.585 ₺
ELAZIĞ	22.594 ₺	644 ₺	42 ₺	5.020 ₺	SİVAS	35.896 ₺	1.080 ₺	254 ₺	5.660 ₺
ERZİNCAN	8.092 ₺	350 ₺	49 ₺	6.015 ₺	ŞANLIURFA	16.297 ₺	872 ₺	22 ₺	4.360 ₺
ERZURUM	12.354 ₺	498 ₺	90 ₺	4.483 ₺	ŞIRNAK	1.573 ₺	93 ₺	122 ₺	-1.794 ₺
ESKİŞEHİR	93.651 ₺	1.134 ₺	17.387 ₺	-216.703 ₺	TEKİRDAĞ	34.821 ₺	1.263 ₺	148 ₺	15.926 ₺
GAZİANTEP	56.397 ₺	2.355 ₺	35 ₺	6.107 ₺	TOKAT	27.853 ₺	800 ₺	89 ₺	7.259 ₺
GİRESUN	9.573 ₺	412 ₺	179 ₺	2.258 ₺	TRABZON	43.583 ₺	1.321 ₺	182 ₺	7.347 ₺
GÜMÜŞHANE	4.423 ₺	159 ₺	1 ₺	5.124 ₺	TUNCELİ	1.323 ₺	84 ₺	0 ₺	5.988 ₺
HAKKÂRİ	2.502 ₺	86 ₺	0 ₺	2.687 ₺	UŞAK	9.744 ₺	382 ₺	12 ₺	11.934 ₺
HATAY	61.478 ₺	2.781 ₺	314 ₺	7.194 ₺	VAN	9.134 ₺	339 ₺	51 ₺	3.888 ₺
IĞDIR	1.173 ₺	54 ₺	33 ₺	1.008 ₺	YALOVA	22.236 ₺	476 ₺	301 ₺	3.073 ₺
ISPARTA	25.849 ₺	711 ₺	29 ₺	11.000 ₺	YOZGAT	12.945 ₺	346 ₺	104 ₺	3.316 ₺
İSTANBUL	695.682 ₺	17.966 ₺	5.933 ₺	10.052 ₺	ZONGULDAK	13.229 ₺	499 ₺	103 ₺	5.201 ₺
İZMİR	252.220 ₺	8.906 ₺	1.244 ₺	14.819 ₺					
Türkiye Toplam						**3.544.296 ₺**	**111.041 ₺**	**36.388 ₺**	**7.370 ₺**

3.7.4. Şarkütericilik

Şarkütericilik mesleği özelinde inceleme yapıldığında Türkiye genelinde toplam oluşturulan ciro 705 milyon TL, toplam kâr 20 milyon TL ve toplam zarar ise 3 milyon TL olmuştur. İşletme başına kârlılık ise Türkiye genelinde 7.735 TL olarak gerçekleşmiştir.

Şarkütericilik mesleğinde işletme başına en çok kâr bildiren il, 33.307 TL ile Bilecik olurken; işletme başına en çok zarar bildiren il, 27.568 TL ile Çankırı olmuştur.

Tablo 57. Şarkütericilik İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014

Şarkütericilik									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ADANA	5.992 ₺	209 ₺	95 ₺	2.590 ₺	K.MARAŞ	6.612 ₺	143 ₺	0 ₺	13.016 ₺
ADIYAMAN	1.805 ₺	54 ₺	0 ₺	4.510 ₺	KARABÜK	2.219 ₺	51 ₺	0 ₺	7.337 ₺
AFYON	915 ₺	56 ₺	1 ₺	4.234 ₺	KARAMAN	1.167 ₺	22 ₺	56 ₺	-3.419 ₺
AĞRI	538 ₺	34 ₺	2 ₺	4.604 ₺	KARS	1.803 ₺	231 ₺	0 ₺	10.503 ₺
AKSARAY	1.355 ₺	26 ₺	1 ₺	1.924 ₺	KASTAMONU	3.317 ₺	103 ₺	7 ₺	8.745 ₺
AMASYA	5.412 ₺	86 ₺	2 ₺	4.694 ₺	KAYSERİ	8.485 ₺	343 ₺	18 ₺	7.240 ₺
ANKARA	3.103 ₺	168 ₺	41 ₺	6.310 ₺	KIRIKKALE	296 ₺	4 ₺	0 ₺	2.058 ₺
ANTALYA	19.476 ₺	561 ₺	131 ₺	7.811 ₺	KIRKLARELİ	2.109 ₺	96 ₺	9 ₺	8.698 ₺
ARDAHAN	1.210 ₺	43 ₺	6 ₺	3.734 ₺	KIRŞEHİR	1.510 ₺	38 ₺	0 ₺	6.316 ₺
ARTVİN	1.708 ₺	41 ₺	14 ₺	2.510 ₺	KİLİS	82 ₺	12 ₺	0 ₺	4.034 ₺
AYDIN	5.250 ₺	202 ₺	46 ₺	5.023 ₺	KOCAELİ	35.672 ₺	1.104 ₺	23 ₺	16.382 ₺
BALIKESİR	11.839 ₺	288 ₺	84 ₺	5.103 ₺	KONYA	5.339 ₺	174 ₺	165 ₺	303 ₺
BARTIN	266 ₺	8 ₺	0 ₺	4.127 ₺	KÜTAHYA	12.166 ₺	246 ₺	142 ₺	5.455 ₺
BATMAN	182 ₺	8 ₺	0 ₺	2.650 ₺	MALATYA	3.997 ₺	190 ₺	0 ₺	7.587 ₺
BAYBURT	1.505 ₺	65 ₺	9 ₺	6.998 ₺	MANİSA	24.691 ₺	818 ₺	47 ₺	7.792 ₺
BİLECİK	7.312 ₺	67 ₺	0 ₺	33.307 ₺	MARDİN	31 ₺	8 ₺	0 ₺	2.513 ₺
BİNGÖL	55 ₺	9 ₺	0 ₺	4.260 ₺	MERSİN	14.993 ₺	662 ₺	64 ₺	10.859 ₺
BİTLİS	295 ₺	40 ₺	0 ₺	5.657 ₺	MUĞLA	26.427 ₺	962 ₺	28 ₺	15.312 ₺
BOLU	3.003 ₺	119 ₺	0 ₺	13.175 ₺	MUŞ	2.191 ₺	54 ₺	0 ₺	4.510 ₺
BURDUR	5.750 ₺	105 ₺	5 ₺	4.738 ₺	NEVŞEHİR	1.226 ₺	33 ₺	22 ₺	904 ₺
BURSA	61.227 ₺	1.452 ₺	117 ₺	16.682 ₺	NİĞDE	3.917 ₺	88 ₺	0 ₺	5.848 ₺
ÇANAKKALE	5.061 ₺	208 ₺	136 ₺	2.269 ₺	ORDU	2.553 ₺	59 ₺	0 ₺	11.803 ₺
ÇANKIRI	517 ₺	4 ₺	59 ₺	-27.568 ₺	OSMANİYE	4.906 ₺	148 ₺	8 ₺	7.798 ₺
ÇORUM	142 ₺	0 ₺	2 ₺	-2.182 ₺	RİZE	7.681 ₺	342 ₺	26 ₺	12.623 ₺
DENİZLİ	4.131 ₺	99 ₺	6 ₺	6.159 ₺	SAKARYA	14.796 ₺	498 ₺	39 ₺	10.680 ₺
DİYARBAKIR	241 ₺	60 ₺	0 ₺	4.584 ₺	SAMSUN	19.661 ₺	472 ₺	21 ₺	8.829 ₺
DÜZCE	1.051 ₺	153 ₺	29 ₺	12.394 ₺	SİNOP	4.056 ₺	122 ₺	77 ₺	4.534 ₺
EDİRNE	14.240 ₺	214 ₺	16 ₺	21.908 ₺	SİVAS	548 ₺	14 ₺	52 ₺	-5.403 ₺
ELAZIĞ	10.958 ₺	239 ₺	30 ₺	3.427 ₺	ŞANLIURFA	52 ₺	10 ₺	0 ₺	3.352 ₺
ERZİNCAN	9.561 ₺	336 ₺	5 ₺	22.048 ₺	ŞIRNAK	97 ₺	8 ₺	0 ₺	4.235 ₺
ERZURUM	4.833 ₺	212 ₺	26 ₺	5.640 ₺	TEKİRDAĞ	1.570 ₺	101 ₺	0 ₺	8.379 ₺
ESKİŞEHİR	3.220 ₺	101 ₺	0 ₺	12.537 ₺	TOKAT	3.530 ₺	106 ₺	8 ₺	6.539 ₺
GAZİANTEP	11.186 ₺	172 ₺	0 ₺	6.372 ₺	TRABZON	11.707 ₺	363 ₺	93 ₺	4.427 ₺
GİRESUN	3.089 ₺	123 ₺	5 ₺	3.827 ₺	TUNCELİ	7.363 ₺	319 ₺	47 ₺	8.000 ₺
GÜMÜŞHANE	2.261 ₺	48 ₺	78 ₺	-4.875 ₺	UŞAK	1.953 ₺	37 ₺	0 ₺	6.086 ₺
HAKKÂRİ	7 ₺	3 ₺	0 ₺	896 ₺	VAN	2.078 ₺	51 ₺	0 ₺	4.284 ₺
HATAY	6.435 ₺	143 ₺	13 ₺	3.818 ₺	YALOVA	2.412 ₺	34 ₺	68 ₺	-5.709 ₺
IĞDIR	15 ₺	2 ₺	0 ₺	2.100 ₺	YOZGAT	5.214 ₺	171 ₺	2 ₺	5.276 ₺
ISPARTA	1.495 ₺	61 ₺	6 ₺	4.987 ₺	ZONGULDAK	2.856 ₺	161 ₺	0 ₺	17.835 ₺
İSTANBUL	156.514 ₺	3.127 ₺	523 ₺	11.622 ₺					
İZMİR	80.758 ₺	2.494 ₺	894 ₺	5.230 ₺					
Türkiye Toplam						**705.198 ₺**	**19.838 ₺**	**3.409 ₺**	**7.735 ₺**

3.7.5. Tavukçuluk, Yumurtacılık

Tavukçuluk, Yumurtacılık mesleği özelinde inceleme yapıldığında Türkiye genelinde toplam oluşturulan ciro 988 milyon TL, toplam kâr 25 milyon TL ve toplam zarar ise 7 milyon TL olmuştur. İşletme başına kârlılık ise Türkiye genelinde 7.058 TL olarak gerçekleşmiştir.

Tavukçuluk, Yumurtacılık mesleğinde işletme başına en çok kâr bildiren il, 39.711 TL ile Hakkâri olurken; işletme başına en çok zarar bildiren il, 77.342 TL ile Ardahan olmuştur.

Tablo 58. Tavukçuluk, Yumurtacılık İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014

Tavukçuluk, Yumurtacılık									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ADANA	54.096 ₺	900 ₺	29 ₺	8.709 ₺	İZMİR	122.450 ₺	2.346 ₺	468 ₺	9.027 ₺
ADIYAMAN	6.359 ₺	96 ₺	13 ₺	5.917 ₺	K.MARAŞ	1.961 ₺	78 ₺	61 ₺	2.184 ₺
AFYON	27.287 ₺	824 ₺	0 ₺	14.712 ₺	KARABÜK	1.099 ₺	163 ₺	4 ₺	26.424 ₺
AĞRI	2.273 ₺	17 ₺	0 ₺	5.641 ₺	KARS	3.600 ₺	105 ₺	0 ₺	14.968 ₺
AKSARAY	1.595 ₺	26 ₺	5 ₺	1.911 ₺	KASTAMONU	5.217 ₺	145 ₺	28 ₺	5.579 ₺
AMASYA	1.302 ₺	20 ₺	0 ₺	5.085 ₺	KAYSERİ	6.207 ₺	178 ₺	12 ₺	6.624 ₺
ANKARA	24.105 ₺	878 ₺	394 ₺	6.814 ₺	KIRIKKALE	9.850 ₺	119 ₺	0 ₺	14.823 ₺
ANTALYA	16.910 ₺	488 ₺	3 ₺	9.322 ₺	KIRKLARELİ	1.324 ₺	52 ₺	12 ₺	3.268 ₺
ARDAHAN	81 ₺	0 ₺	77 ₺	-77.342 ₺	KIRŞEHİR	1.568 ₺	42 ₺	0 ₺	8.390 ₺
ARTVİN	1.213 ₺	46 ₺	0 ₺	7.743 ₺	KİLİS	2.428 ₺	77 ₺	0 ₺	12.867 ₺
AYDIN	34.408 ₺	1.208 ₺	70 ₺	11.490 ₺	KOCAELİ	29.972 ₺	887 ₺	49 ₺	19.946 ₺
BALIKESİR	26.517 ₺	1.164 ₺	502 ₺	7.884 ₺	KONYA	46.161 ₺	625 ₺	12 ₺	12.517 ₺
BARTIN	391 ₺	84 ₺	7 ₺	8.511 ₺	KÜTAHYA	17.741 ₺	496 ₺	238 ₺	5.263 ₺
BATMAN	6.644 ₺	57 ₺	0 ₺	6.325 ₺	MALATYA	4.376 ₺	93 ₺	47 ₺	2.710 ₺
BAYBURT	1 ₺	0 ₺	0 ₺	202 ₺	MANİSA	39.825 ₺	1.764 ₺	131 ₺	12.961 ₺
BİLECİK	646 ₺	23 ₺	0 ₺	7.567 ₺	MARDİN	9.555 ₺	131 ₺	3 ₺	3.999 ₺
BİNGÖL	246 ₺	7 ₺	16 ₺	-1.751 ₺	MERSİN	25.533 ₺	823 ₺	142 ₺	6.683 ₺
BİTLİS	2.746 ₺	50 ₺	0 ₺	24.863 ₺	MUĞLA	12.077 ₺	324 ₺	0 ₺	18.021 ₺
BOLU	7.091 ₺	579 ₺	48 ₺	19.650 ₺	MUŞ	1.257 ₺	24 ₺	0 ₺	3.040 ₺
BURDUR	4.538 ₺	55 ₺	138 ₺	-3.739 ₺	NEVŞEHİR	7.538 ₺	168 ₺	22 ₺	5.600 ₺
BURSA	28.872 ₺	1.451 ₺	920 ₺	5.366 ₺	NİĞDE	10.991 ₺	253 ₺	0 ₺	13.328 ₺
ÇANAKKALE	5.963 ₺	197 ₺	53 ₺	6.256 ₺	ORDU	9.972 ₺	212 ₺	38 ₺	7.217 ₺
ÇANKIRI	1.754 ₺	134 ₺	541 ₺	-25.423 ₺	OSMANİYE	16.342 ₺	177 ₺	0 ₺	8.434 ₺
ÇORUM	19.003 ₺	353 ₺	96 ₺	5.459 ₺	RİZE	2.102 ₺	48 ₺	0 ₺	11.905 ₺
DENİZLİ	12.212 ₺	532 ₺	52 ₺	2.756 ₺	SAKARYA	20.939 ₺	603 ₺	383 ₺	3.724 ₺
DİYARBAKIR	8.822 ₺	128 ₺	0 ₺	9.138 ₺	SAMSUN	21.661 ₺	748 ₺	362 ₺	5.011 ₺
DÜZCE	11.961 ₺	408 ₺	59 ₺	18.363 ₺	SİİRT	2.090 ₺	76 ₺	0 ₺	4.773 ₺
EDİRNE	1.869 ₺	48 ₺	0 ₺	6.907 ₺	SİNOP	99 ₺	9 ₺	0 ₺	3.115 ₺
ELAZIĞ	4.267 ₺	89 ₺	238 ₺	-14.887 ₺	SİVAS	7.947 ₺	180 ₺	69 ₺	3.237 ₺

ERZİNCAN	5.544 ₺	26 ₺	699 ₺	-74.818 ₺	ŞANLIURFA	21.052 ₺	288 ₺	0 ₺	8.226 ₺
ERZURUM	10.411 ₺	198 ₺	3 ₺	13.042 ₺	ŞIRNAK	2.796 ₺	40 ₺	0 ₺	39.760 ₺
ESKİŞEHİR	1.159 ₺	16 ₺	160 ₺	-24.100 ₺	TEKİRDAĞ	11.858 ₺	326 ₺	71 ₺	4.801 ₺
GAZİANTEP	18.318 ₺	213 ₺	25 ₺	9.409 ₺	TOKAT	8.109 ₺	125 ₺	0 ₺	6.578 ₺
GİRESUN	5.260 ₺	95 ₺	4 ₺	7.525 ₺	TRABZON	8.526 ₺	161 ₺	38 ₺	4.742 ₺
HAKKÂRİ	3.524 ₺	40 ₺	0 ₺	39.711 ₺	UŞAK	10.887 ₺	331 ₺	0 ₺	10.343 ₺
HATAY	40.489 ₺	891 ₺	198 ₺	4.687 ₺	VAN	1.848 ₺	29 ₺	0 ₺	4.781 ₺
IĞDIR	522 ₺	15 ₺	0 ₺	2.075 ₺	YALOVA	925 ₺	15 ₺	40 ₺	-4.902 ₺
ISPARTA	3.009 ₺	17 ₺	108 ₺	-18.210 ₺	YOZGAT	9.287 ₺	209 ₺	0 ₺	5.495 ₺
İSTANBUL	63.846 ₺	1.258 ₺	465 ₺	7.695 ₺	ZONGULDAK	5.683 ₺	371 ₺	6 ₺	11.065 ₺
Türkiye Toplam						**988.104 ₺**	**25.472 ₺**	**7.164 ₺**	**7.058 ₺**

3.8. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi

Tablo 59. Kasaplık Alt Sektör Grubu Yıllara Göre İstihdam Sayıları 2010-2015

Meslek	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010-2015 Artış
Balıkçılık	2.690	3.573	4.707	5.298	5.435	5.418	101%
Celeplik	998	1.282	1.462	1.794	2.206	2.197	120%
Kasaplık, Sakatatçılık	8.791	10.687	13.965	16.211	18.519	17.389	98%
Şarkütericilik	1.698	2.162	2.840	3.375	4.076	3.992	135%
Tavukçuluk, Yumurtacılık	2.055	2.631	3.532	4.017	4.591	4.069	98%

Mesleklerin istihdama olan katkısı değerlendirildiğinde ilk sırada kasaplık, sakatatçılık mesleğinin geldiği görülmektedir (17.389). Bunu 5.418 kişi ile balıkçılık, 4.069 kişi ile tavukçuluk, yumurtacılık takip etmektedir. Şarkütericilik mesleğinde 3.992 kişi istihdam edilirken en az istihdam 2.197 kişi ile celeplik mesleğinde gerçekleşmiştir. 2010 yılına göre istihdam rakamlarındaki farklılık incelendiğinde ise gruptaki tüm mesleklerin %100 oranlarında bir istihdam artışı gerçekleştirdiği görülmektedir.

3.9. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri

Tablo 60. Kasaplık Alt Sektör Grubunun Dış Ticaret Verileri -2015

Meslekler	İhracat Sayısı	İhracat Tutarı	İthalat Sayısı	İthalat Tutarı
Balıkçılık	139	$3.859.773	86	$1.572.983
Celeplik	0	$0	63	$7.588.215
Kasaplık, Sakatatçılık	30	$373.335	165	$16.391.653
Şarkütericilik	2	$208.422	4	$8.305
Tavukçuluk, Yumurtacılık	6	$29.031	29	$1.060.606

Mesleklerin dış ticaret performansı incelendiğinde ithalat tutarının kasaplık, sakatatçılık, tavukçuluk, yumurtacılık ve celeplik mesleklerinde ihracattan daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Balıkçılık mesleğinde ihracat ithalattan daha fazla iken, şarkütericilikte yalnızca 2 adet ihracat işlemi gerçekleştirilmiştir. Kasaplık mesleğindeki 16 milyon doların üstündeki ithalat ile celeplik mesleğindeki 7,5 milyon dolarlık ithalatın Türkiye'nin kırmızı ette yurt dışına bağlı oluşunun, az sayıda olsa da esnafları etkilediğini göstermektedir. Kasaplar tarafından gerçekleştirilen ithalatın 11 milyon dolarlık kısmı Bursa ilinde gerçekleştirilmiştir.

3.10. Müşteri Memnuniyet Durumu

Müşterilerin Esnaflardan Memnuniyet Düzeyi

Kasaplık alt sektör grubundaki esnaflardan alışveriş yapan müşterilere bazı başlıklara göre esnaf ve sanatkârlardan memnuniyet düzeyleri sorulduğunda aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir:

Tablo 61. Müşterilerin Kasaplık Alt Sektör Grubu Esnaflarından Memnuniyet Düzeyi

Müşterilerin Esnaflardan Memnuniyet Düzeyleri							
	Hiç memnun değilim	Memnun değilim	Ne memnunum ne memnun değilim	Memnunum	Çok memnunum	Memnun	Memnun değil
Ürün/hizmet kalitesi		1	12	48	10	82%	1%
Ürünün tazeliği		1	15	39	16	77%	1%
Ürün/hizmet çeşitliliği			19	39	13	73%	0%
Pazarlık etme		1	11	42	17	83%	1%
Fiyatların ucuzluğu		2	14	40	15	77%	3%
Güvence	1	1	14	41	14	77%	3%
Tüketici hakları (ürün değiştirme,tadilat,vb.)		1	16	42	12	76%	1%
Müşteriye gösterilen ilgi		2	12	38	19	80%	3%
Tercihlere uygun özel ürün bulabilme olanağı	1		21	31	18	69%	1%
İş yerinin fiziksel şartları (temizlik,hijyen,görünüm,vs.)		1	19	30	21	72%	1%
Orijinal / marka ürün temini		3	22	38	8	65%	4%
İnsan ilişkileri / nezaket		1	12	44	14	82%	1%
İş ahlakı			10	39	22	86%	0%

Müşterilerin, yukarıda ifade edilen özelliklere göre esnaflardan memnuniyet düzeyleri genel anlamda yüksektir. Müşteriler en çok iş ahlakı (%86), pazarlık (%83), ürün kalitesi (%82) ve insan ilişkileri (%82) ile müşteriye gösterilen ilgi (%80) açısından esnaflardan memnundur.

Esnaf Sözcüğünün Müşteriler için İfade Ettikleri

Tablo 62. Esnaf Sözcüğünün Müşteriler için İfade Ettikleri

Esnaf Sözcüğü Müşteriler İçin Ne İfade Ediyor?	
Tanınırlık/Bilinirlik	29
Saygınlık	26
Alışkanlık	26
Güven	24
Ürünlerin kalitesi	16
Garanti	14
Ürün seçeneklerinin fazla olması	10
Alışveriş	1
Samimiyet	1

Müşterilere "esnaf" kelimesinin kendilerine ne ifade ettiği sorulduğunda verilen cevaplar yukarıdaki tabloda sunulmuştur. Bu sonuçlara göre çok büyük bir kısım, tanınırlık / bilinirlik, alışkanlık, güven ve saygınlığı vurgulamıştır. Bu da esnafların sosyal ilişkiler ile ne kadar özdeşleştiğini göstermektedir. Bununla birlikte, müşterilerin çoğu esnaflardaki ürünlerin kalitesini ve sunduğu garantiyi de belirtmişlerdir. Ürün seçeneklerinin fazla olması ve samimiyet de vurgulanan özelliklerden olmuştur.

Müşterilerin Esnaflarla İlgili Düşünceleri

Müşterilere tabloda sıralanan ifadelere katılma durumları sorulduğunda alınan cevaplar aşağıda sıralanmıştır. Genel anlamda müşteriler ifadelere yüksek oranlarda katılmışlardır. Bununla birlikte, esnaflarda satın almak istedikleri ürün ve markaları bulma ve fiyat uygunluğu konularında katılım, diğer ifadelere nazaran daha az olmuştur. Esnaflardan genel memnuniyet, %85 gibi yüksek bir oran olarak gerçekleşmiştir. Bu sorulara verilen cevaplar daha önceki cevaplarla birlikte değerlendirildiğinde, burada da esnafların sosyal ilişki yönlerinin onları kuvvetlendirdiği görülmüştür.

Tablo 63. Müşterilerin Kasaplık Alt Sektör Grubu Esnafları Hakkındaki Düşünceleri

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Esnaftan satın almak istediğim her ürünü bulabiliyorum.	1%	10%	25%	51%	13%
Esnaftan satın almak istediğim markaları bulabiliyorum.	1%	13%	31%	38%	17%
Esnaf benim için güven göstergesidir.	0%	1%	25%	54%	20%
Esnaflarda fiyatlar diğer marketlere göre daha uygundur.	0%	4%	32%	42%	21%

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Esnaflar müşteriye geri iade, taksitli satış, vadeli satış vb. çeşitli olanaklar sağlamaktadır.	3%	10%	25%	44%	18%
Esnaflar ihtiyaç duyduğum bilgileri bana sağlamaktadır.	0%	8%	13%	52%	27%
Esnaflar müşterilere karşı saygılıdır.	0%	1%	15%	55%	28%
Esnaflar müşterilere karşı ilgilidir.	0%	0%	13%	69%	18%
Esnaflardan satın aldığım ürünlerde herhangi bir problem ile karşılaştığımda muhatap bir kişi bulabiliyorum.	0%	4%	25%	46%	24%
Yaşamış olduğum problem kısa zamanda çözülüyor.	0%	0%	20%	55%	25%
Sunulan hizmetten ve satılan ürünlerden genel olarak memnunum.	0%	3%	13%	55%	30%

Müşteriler, esnaflardan alışveriş yapma nedenlerini bir cümle ile ifade etmeleri istendiğinde aşağıdaki yanıtları vermişlerdir:

Tablo 64. Müşterilerin Kasaplık Alt Sektör Grubu Esnafları Tercih Etme Nedenleri

Güvenilir	21
Tanıdık	13
Eve yakın olması	12
Ucuzluk	11
Ürünleri taze	10
Alışkanlık	9
Anlayışlı/ Duyarlı	6
Samimiyet	5
Ürünlerin kalitesinden memnun olmam	2
Saygılı	2
Temiz olması	2
Rahat ortam	1
Tek kişinin hizmetiyle hızlı alışveriş	1
Ürün çeşitliliği	1

Bu yanıtların da ortaya koyduğu üzere kasapların güvenilir ve tanıdık olması, eve yakınlığı, ucuz ve taze ürünler sunması müşterilerin alışveriş yapmalarında etkili olmuştur. Bununla birlikte alışkanlık, anlayışlı ve duyarlı esnaf ve samimiyet de dile getirilmiştir.

3.11. Mesleğin Rekabet Analizi

3.11.1. Girdi Koşulları

1) Ham Madde;

Kasaplık alt sektör grubunda yer alan işletmelerin ham madde kaynağını hayvansal ürünler oluşturmaktadır. Türkiye'de büyükbaş, küçükbaş ve kanatlı üretimi ile birlikte balıkçılık konusunda da büyük bir potansiyel mevcuttur. Ancak bu üretim faaliyetleri ile uğraşanların büyük bölümü mikro ölçekli işletmelerdir. Mikro ölçekli işletmelere ek olarak modern çiftlikler de sektörde faaliyet göstermektedir. Bu işletmeler hayvanların yetiştirilmesinden kesimine ve paketlenmesine kadar olan süreci gerçekleştirmektedir. Hayvancılık işletmelerinin maliyet kalemleri, başta yem olmak üzere hayvancılık girdileri, işçilik ve diğer işletme giderleri olarak sıralanabilir.

Ham madde temininde en önemli sorun kırmızı et üretiminde yaşanmaktadır. Nitekim kırmızı et tüketiminin %85'i yerli üretim ile karşılanırken, yüzde 15'i ithalat ile karşılanmaktadır. İthalatın bir bölümü canlı hayvan, geriye kalanı ise karkas et olarak yapılmaktadır. Ortalama karkas ağırlıkları dikkate alındığında, Türkiye'nin yurt içindeki hayvanların kesiminden ve canlı hayvan ve karkas ithalatından elde ettiği et miktarının 620 bin ton civarında olduğu görülmektedir. Toplam kırmızı et tüketimi ise 625 bin ton olarak hesaplanmaktadır. İthalat ve yerli üretim toplamından oluşması gereken sığır eti tüketimi, gerçekleşen tüketim miktarından farklı çıkmakta ve tam olarak doğru bir tüketim değerine ulaşmayı güçleştirmektedir. Aradaki fark, karkas ağırlığı ortalamasındaki sapmadan ve kaçak et girişlerinden kaynaklanmaktadır.

Beyaz et sektöründe ise, kasaplık alt sektör grubunda yer alan işletmelere ham madde sağlayan kümes ve işletme sayılarının 2015 yılı itibarıyla iç talebi fazlasıyla karşıladığı; ihracat imkânları olduğunda sektörün bunu karşılayacak alt yapı ve kapasiteye sahip olduğu görülmektedir. Kümes sayılarında yıllık olarak yaklaşık %10 ve %15 civarında düzenli bir artış söz konusudur. İşletme sayılarında ise -bazı yıllar sabit görünmekle beraber- küçük artışlar söz konusudur.

Türkiye'de su ürünleri üretiminde ekonomik yönden anlam ifade eden türlerin sayısı 100 dolayında olup balık üretiminin %80-90'ı bu türlerden oluşmaktadır. Karadeniz'de hamsi, istavrit, kefal, palamut, torik, lüfer; Akdeniz'de sardalya, kefal; Ege'de sardalya; Marmara'da hamsi, istavrit, kefal önemli türlerdir. Deniz ürünleri üretimi yapılan bölgeler arasında Doğu Karadeniz Bölgesi %64,7 ile en büyük paya sahip bölge durumundadır. Bu bölgeyi Batı Karadeniz (%13,7), Marmara (%8,9), Ege (%8,1) ve Akdeniz (%4,6) izlemektedir. Karadeniz, bu dört deniz arasında doğal üretimin en yüksek olduğu denizdir ve ülkemiz su ürünleri üretiminin %63'ünü, toplam deniz balıkları üretiminin ise %80'ini karşılamaktadır. Ülkemizde avcılık yoluyla elde edilen üretim miktarı genel olarak 500–600 bin ton dolayında gerçekleşmekte olup bu miktarlarla avlanabilir stok büyüklüğünün sınırına eriştiği kabul edilmektedir. Bu nedenle, ülkemizde avlanma miktarının artırılması yerine, sürdürülebilir avcılığın sağlanabilmesi için önlemler alınmaktadır. Bu amaçla stok-

ları koruyucu ve geliştirici yönde araştırmalar yapılmakta ve koruma kontrol faaliyetlerinin artırılmasına öncelik verilmektedir.

Su ürünleri üretiminde yıllar içerisinde üretim miktarında önemli dalgalanmalar olmamıştır. Sektör açısından önemli olan avlanmada sürdürülebilirliğin sağlanması için gerekli koşulların izlenmesidir. Kültür balıkçılığı ülkemizde sürekli olarak gelişmekte ve üretim de sürekli olarak artmaktadır. 2014 yılında yetiştiricilikten elde edilen ürün miktarında bir önceki yıla göre %8,8 oranında artış olmuştur.

2) Enerji;

Diğer alt sektör gruplarında olduğu gibi kasaplık alt sektör grubunda yer alan işletmeler için de enerji maliyetleri, rekabet dezavantajı olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle çabuk bozulması nedeni ile buzdolaplarında bekletilmesi gereken et ve et ürünleri, önemli bir enerji maliyetine neden olmaktadır. Ayrıca stok amacıyla özellikle balıkçılık ürünlerinin dondurulması ve buzhanelerde bekletilmesi de yine elektrik maliyeti olarak ön plana çıkmaktadır.

3) Sermaye Kaynakları;

Kasaplık alt sektör grubunda yer alan işletmelerin diğer alt sektör gruplarında olduğu gibi sermaye kaynaklarının neredeyse tamamı öz kaynaklardan oluşmaktadır. Özellikle kırmızı et sektöründe maliyet/kârlılık analizine bakıldığında, işletmelerin kâr marjlarının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Nitekim karkasın %15'inin kemik, %3'ünün ise fireden oluştuğu düşünüldüğünde 250 kg karkastan, 205 kg temiz et elde edilebilmektedir. Haziran 2016 yılı rakamlarına göre büyükbaş karkas etin kilogramı 23.00 TL'den satılmaktadır. Bu fiyat üzerinden 250 kilogramlık karkası satın almak için et işleme tesisleri ortalama 5,750 TL ödemektedir. Fireyi hesaba kattığımızda, işlenebilir etin kilogram fiyatı 28,05 TL'dir. Et işleme merkezi veya kasapta nihai ürünün satış fiyatı belirlenirken ürünün satış bedeli üzerinden ödenen KDV de hesaba katılmalıdır. Kırmızı ette KDV oranı %8'dir. Farklı kalitelerdeki taze etin satış fiyatları da farklıdır. Genelde, temiz etin %60'ı kıyma olarak, %25'i kuşbaşı olarak ve %15'i de daha kaliteli et olarak satılmaktadır. Et ürünlerinin piyasadaki ortalama perakende satış fiyatları sırayla kıyma için 35 TL, kuşbaşı için 40 TL ve özel et için 45 TL olduğu düşünüldüğünde bu durumda kâr 5 ile 8 TL arasında değişmektedir. Diğer yandan bu hesaplamaya işçilik, lojistik gibi maliyetler dâhil edilmemiştir. Ham madde ve vergi kalemlerinin dışındaki maliyetler de hesaba katıldığında kırmızı et üretimindeki kârlılığın iyice düştüğü görülmektedir. Bu nedenle kasaplık alt meslek grubunda yer alan işletmelerin sermaye kaynakları oldukça kısıtlı olup rekabet avantajı yaratma konusunda yetersiz kalmaktadırlar.

4) İnsan Kaynakları;

Her ne kadar ülke genelinde Avrupa ülkelerine göre ucuz iş gücü maliyetleri ve uzun çalışma saatlerini kabul eden insan gücü potansiyeli mevcut olsa da, çırak ve kalfa konusunda diğer alt meslek kollarında olduğu gibi kasaplık alt meslek grubunda yer alan işletmelerde de önemli sorunlar yaşanmaktadır. Kasaplık alt meslek grubunda yer alan işletmelerde çalışacak olan nitelikli elemanların teorik eğitimler ile yetiştirilmesinin mümkün olmaması ne-

deni ile özellikle 8 yıllık kesintisiz eğitime geçildikten sonra çıraklık-kalfalık-ustalık zinciri işlemez hâle gelmiş[18] ve bu meslek dalında da çırak, kalfa ve usta arzında önemli bir azalma ortaya çıkmıştır.

5) Altyapı ve Üretim;

Kasaplık alt sektör grubunda yer alan işletmelerde; büyük ve modern işletmeler, KOBİ niteliğindeki işletmeler ile kasaplar, şarküteriler ve tavukçular en önemli aktörlerdir. Entegre özel sektör işletmeleri canlı hayvanın kesimini kendi mezbahalarında yaptıkları gibi diğer mezbahalardan gelen karkası da üretimde girdi olarak kullanmaktadır. Kendi kesimhanesi olmayan işletmeler, hayvan kesimini çoğunlukla mezbahalarda yaptırmaktadır.

Canlı hayvanı yetiştiricilerden alıp besicilere veya mezbahalar ile kombina tesislere satan aracıların yanı sıra, mezbahalar ve karkas üretilen diğer tesisler, bu aşamadaki ana aktörlerdir. Hayvancılık işletmelerinde yetiştirilen sığır, koyun ve keçiler ya doğrudan hayvancılık işletmeleri ya da aracılar tarafından, kasaplara, mezbahalara ve kırmızı et ve şarküteri ürünleri üretimi yapan tesislere satılmaktadır. Kırmızı et işleyen tesisler, doğrudan canlı hayvan aldıkları gibi, mezbahalarda kesilip karkas hâline getirilmiş ürünleri de satın almaktadır. Hayvan satışı yerel borsalarda veya borsa dışında yapılmaktadır. Türkiye'nin kırmızı et ihtiyacının yurt içi arzla karşılanamayan bölümü, canlı hayvan ya da karkas et ithalatı yoluyla gerçekleştirilmektedir. İthalat kontrollü bir şekilde Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından akredite edilen kuruluşlar tarafından yapılmaktadır.

5) Diğer Girdiler;

Hayvancılık sektöründe; hayvan alımı, yem, işçilik, enerji, işletme giderleri gibi çeşitli maliyetler bulunmaktadır. Besilik veya kasaplık hayvanı, kendi işletmesinden sağlayabilen bir işletme için toplam maliyetin %65-70'i yem, %4-7'si işçilik ve kalanı ise hayvanların aşılanması, suni tohumlama yapılması, işletme için harcanan elektrik, su, gaz giderleri ve diğer bazı giderlerdir. Daha büyük ve kurumsal şirketlerde, nakliye, yakıt, personel ücretleri gibi kalemlerin de maliyet hesabına dâhil edilmesi gerekir. Besilik hayvanı dışarıdan alan bir işletmenin, 1 yaştan küçük bir dana alabilmesi için hayvanın türüne göre 1.548-2.093 TL arası bir tutar ödemesi gerekmektedir.

3.11.2. İşletme Stratejisi ve Rekabet Yapısı

1) İşletmelerin Yapısı;

Kasaplık alt sektör grubunda yer alan küçük ölçekli işletmeler öncelikle kârlılık ekseninde çalışırlarken, büyük ölçekli firmalar ise pazar payını artırma ve büyüme odaklı stratejiler izlemektedirler. Büyük firmaların temel amacı ulusal bir marka hâline gelmek ve pazardan daha büyük bir pay almaktır. Büyük firmalar, tüketicilerin, kırmızı ve beyaz et ile deniz

[18] 02.12.2016 tarihli ve 6764 sayılı Millî Eğitim Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile çıraklık eğitimi zorunlu eğitim kapsamına alınmıştır.

ürünlerini ve mamullerini satın alırken, kaliteye verdikleri önemi göz önünde bulundurup kalite ve yeni ürün geliştirme stratejilerini de bu doğrultuda şekillendirmektedirler.

Diğer meslek gruplarında olduğu gibi kasaplık alt meslek grubunda yer alan küçük işletmeler de, yapıları itibarıyla rekabet avantajı yaratamayacak kadar zayıftır. Bu işletmelerin küçük hatta mikro ölçekte yapılanması, çağdaş işletmecilik anlayışına uygun profesyonel bir yönetim yaklaşımı sergilemelerinin önündeki en büyük engellerden biridir. Dolayısıyla bu durum, işletmelerin hem kurumsallaşma hem de daha fazla büyüyerek ölçek ekonomilerinden yararlanmalarına engel olmaktadır.

İşletmelerin mevcut yapıları itibarıyla rekabet avantajlarını ortadan kaldıran bir diğer unsur, büyük ölçekli organize marketlerin ölçek ekonomisi şartlarından fayda sağlayarak daha uygun fiyata et ve et ürünleri satışını yapmasıdır. Daha önce belirtildiği gibi bu meslek grubunda yer alan işletmelerin maliyet unsurları oldukça yüksek olduğundan tüketicilere organize marketlerin sunduğu fiyatlardan satış yapamamaktadır. Bu durumda tüketici özellikle kırmızı, beyaz et ve balık ürünleri ihtiyacını, daha uygun fiyat seçeneği ile marketlerden sağlamaktadır. Özellikle 13 Şubat 2015 tarihinde Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığına bağlı Gıda Kontrol Genel Müdürlüğünün yayımladığı et tebliği ile kasapların köfte, sucuk gibi et karışımı ürünler üretmesinin yasaklanması[19] ile bu meslek grubunda faaliyet gösteren işletmelerin rekabet gücü daha da azalmıştır.

Ancak istatistiki verilere göre kırmızı et ve et ürünleri satın alımlarının 2010 yılında %55'i, 2014 yılında ise %49'u, kasap ve şarküterilerden yapılmıştır. Kasap ve şarküteri gibi geleneksel kanalların payı hâlâ yüksek olsa da, Türkiye'de perakende sektöründe yaşanan dönüşümle birlikte, bu kanalların toplam satın alımlar içindeki payı azalmaktadır. 2014 yılında, kırmızı et ve et ürünleri harcamalarının %49'u kasap ve şarküterilerden yapılırken, %18'i bağımsız süpermarketler, %14'ü ulusal zincirlerden yapılmıştır. Yerel zincirler, indirim marketleri, bakkallar, açık pazarlar ve diğer kanalların payı ise %19 olmuştur. Şarküteri ürünlerinde ise kasap ve şarküterilerden sonraki en önemli satış kanalları; %31,2 pay ile bağımsız süpermarketler, %21,3 ile ulusal zincirler ve %14,9 ile yerel zincirlerdir.

2) Kapasite Durumu;

Kombina tesislerde; canlı hayvanın karkas hâline getirilmesi, karkasın parçalanarak tüketilebilir forma dönüştürülmesi, şarküteri ürünleri üretiminin gerçekleştirilmesi ve üretimin paketlenmesi işlemlerinin tümü yapılabilmektedir. Türkiye'nin farklı şehirlerinde, kırmızı et ve et ürünleri üretimi yapan toplam 123 adet kombina tesis bulunmaktadır. Piyasanın öncü firmalarının sahip olduğu kombina tesislerinin yanı sıra, Et ve Süt Kurumu tarafından işletilen kombinalar da bulunmaktadır. Bu tesisler yüksek standartlarda ve modern yapıdadırlar. TÜİK verilerine göre Türkiye'deki kombinalarda kapasite kullanım oranı %36'dır. Türkiye'de kırmızı et işlemede atıl kapasitenin bulunmasının temel nedeni endüstriyel ham maddeye erişim konusunda yaşanan zorluklardır. Üretimde yaşanan bu kapasite sorunu do-

[19] 18.07.2016 tarihli ve 29774 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan değişiklik ile hazırlanmış et karışımı olarak günlük 10 kg köfte üretilebilmektedir.

ğal olarak kasaplık alt sektör grubunda yer alan işletmelere de yansımakta ve artan fiyatlara bağlı olarak azalan talepler nedeni ile kapasite kullanım oranları düşmektedir.

3.11.3. Talep Koşulları

1) İç Talep;

Türkiye'de yeteri kadar kırmızı et tüketilmemektedir. Tüketimin az olmasının ana nedeni olan kırmızı et fiyatlarının göreli yüksekliği, değer zincirindeki aksaklıklar nedeniyle sektörde ortaya çıkan bir sorundur. Tüketimin düşük olması ve bununla birlikte fiyatların yüksekliği, sektörün önemli bir büyüme potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Bu potansiyele rağmen uzun yıllardır sektörün en önemli üreticilerinden olan Koç, Ata ve Banvit gibi bazı grupların, hayvancılık ve kırmızı et üretimi faaliyetlerinden çekilmesi, kırmızı et ve et ürünleri değer zincirindeki problemlerin bir diğer belirtisidir.

Türkiye'de kişi başına kırmızı et tüketimi birçok gelişmiş ülkenin gerisindedir. Sağlıklı bir insanın vücut ağırlığının her bir kilosu için günde 0,8 ile 1 gram arasında protein tüketmesi gerekmektedir. Toplam protein ihtiyacının %42'si hayvansal protein niteliğinde olmalıdır. Dolayısıyla, 80 kilo vücut ağırlığına sahip bir insanın alması gereken minimum hayvansal protein miktarı bir günde 27-34 gram ve yılda 9,9-12,3 kilo aralığındadır. Türkiye'de ortalama kişi başı tüketim ise, yılda ortalama 8,71 kg ile sağlıklı bir insanın alması gereken hayvansal protein sınırının altındadır. Kırmızı et fiyatlarının yüksekliği aynı zamanda yetersiz tüketimin de temel nedenidir. 2014 yılında Türkiye'de kişi başına düşen millî gelir, AB'de kişi başına düşen ortalama gelirin ancak yüzde 52'si iken, sığır etinin satış fiyatı AB'deki ortalama satış fiyatının iki katından daha fazladır. AB'deki ortalama aylık gelirle yaklaşık 445 kg sığır eti satın alınabilirken, Türkiye'deki ortalama aylık gelir seviyesi yalnızca 49 kg sığır eti satın almak için yeterlidir. Bu durum, sorunun tek başına fiyatların mutlak olarak yüksekliğinden değil, aynı zamanda kişi başına gelire kıyasla yüksekliğinden de kaynaklandığına işaret etmektedir.

Hanehalklarının toplam gıda harcamaları içinde kırmızı et ve şarküterinin payı 2010 yılında yüzde 9,6 ve 3,3'ten, 2014 yılında yüzde 10,8 ve 3,4'e yükselmiştir. Her ne kadar kırmızı et tüketimine harcanan pay artsa da, bu oran gelişmiş ülkelerin gerisinde olmaya devam etmektedir.

Kırmızı et ve şarküteri ürünlerine yapılan harcamanın toplam içindeki payının artmasının iki olası nedeni vardır: Bunlardan birincisi, kırmızı et ve şarküteri ürünlerindeki fiyat artışlarının gelir artış hızının üzerinde olmasıdır; ikincisi ise Türkiye'deki gelir artışıyla birlikte insanların daha fazla kırmızı et tüketmeye başlamasıdır.

Sağlıklı ve lezzetli olmasının yanı sıra ekonomik bir besin kaynağı olması nedeniyle de sıklıkla tercih edilen tavuk etinin Türkiye'deki tüketimi ise 1990'lı yıllardan bu yana büyük oranda artış göstermiştir. 1990 yılında kişi başı toplam beyaz et tüketimi 3,8 kg iken, 2001 yılında bu rakam 9,7 kg'a, 2013 yılında ise 20,5 kg'a ulaşmıştır. 2013 yılı Türkiye kişi başı toplam et tüketimi olan 33,6 kg'ın 20,5 kg'ını kanatlı eti, 20 kg'ını ise tavuk eti oluşturmaktadır.

Su ürünleri tüketiminde ise Türkiye, ortalama 8 kilogram balık tüketimi ile diğer ülkelere göre oldukça düşük seviyededir. Nitekim Dünya Gıda Örgütü (FAO) kayıtlarında Türkiye halkı, çok az veya hiç balık tüketmeyen ülkeler arasında sayılmaktadır.

2) Talep Değişimleri;

Kırmızı et ürünleri dağıtım kanallarında organize ve geleneksel perakendeciler bulunmaktadır. Türkiye'deki perakende sektöründe organize zincirlerin payının artması, kırmızı et ürünlerinin de her geçen gün daha büyük bir bölümünün organize zincirler tarafından tüketiciye ulaştırılmasını sağlamaktadır. Organize zincirlerin artan payına rağmen, geleneksel dağıtım kanalı olarak adlandırılan kasaplar hâlen çok yüksek bir paya sahiptir. Hane içi tüketim dışında, otel ve lokantalar, özel sektöre ait iş yerleri ve kamu kurumları da kırmızı etin tüketildiği önemli kanallardır.

Kırmızı et ithalatının yurt içi üretime kıyasla oldukça sınırlı olduğu Türkiye'de, tüketimin yapısını incelemek için üretim verilerinden hareket etmek tam olarak değilse de, daha doğru analizler yapmayı mümkün kılacaktır. Türkiye'de üretilen toplam kırmızı et içerisinde sığır etinin payı; 1991'de %66'dan 2014 yılında %79'a ulaşmıştır. Tüketicilerin tercihlerini lezzet ve sağlık kaygılarıyla sığır etinden yana kullanmaları, sığır etinin toplam kırmızı et tüketimi içindeki payının artmasında ve bununla beraber keçi, koyun ve manda etinin payının azalmasında önemli rol oynamıştır. Türkiye'nin 2023 hedefleri doğrultusunda 25 bin dolarlık kişi başına millî gelire ulaşması durumunda, bugün 26 bin dolarlık kişi başına millî gelire sahip olan Yunanistan'dakine benzer bir tüketim desenine sahip olacağı varsayılabilir. 2023 yılında Türkiye'de nüfusun 82 milyon civarında olacağı ve kişi başına kırmızı et tüketiminin Yunanistan'ın 2009 yılındaki kişi başına tüketim miktarı olan 34,6 kilograma çıkacağı öngörüsü altında, Türkiye'deki toplam kırmızı et tüketiminin 2,84 milyon tona ulaşmasını beklemek mümkündür. Bu değerlendirme ışığında, 2023 hedeflerine ulaşılması durumunda Türkiye'nin toplam kırmızı et tüketiminin 3 kattan fazla artması söz konusu olabilir.

3.11.4. İlgili ve Destekleyici Kurumlar

1) Üniversite-Sektör İş Birliği;

Kasaplık alt sektör grubunda yer alan küçük ölçekli işletmeler ile üniversiteler arasında yaygın olarak değerlendirilebilecek bir iş birliğinden söz etmek mümkün değildir. Ancak üniversitelerin, özellikle tüm esnaf ve sanatkârların ve onların işletmelerinin kişisel ve kurumsal gelişimine katkıda bulunmayı, hizmet veren ve mal satan esnafın kalitesini geliştirmeyi, hizmet alan tüketicilerin de bu sayede memnuniyetlerinin gelişimine katkı sağlamayı amaçlayan bir rol üstlenmesi önem taşımaktadır.

2) Ana ve Yan Sektör İlişkisi;

Ana ve yan sektör ilişkilerinde yer alan ana aktörler; besiciler, celepler, tüccarlar, komisyoncular ve kasaplardır. Değer zincirinin bu aşamasında yer alan aktörler arasında çok çeşitli etkileşimler vardır; besiciler, diğer tüm aktörlere canlı hayvan satabildikleri gibi, bu aşa-

madaki aktörler aracılığıyla da hayvan satışı gerçekleştirmektedirler. Dolayısıyla, zincirin bu halkasındaki etkileşimleri kesin bir sıralama ile takip etmek mümkün değildir. Değer zincirinin bu aşamasındaki başlıca aktörler köy toplayıcıları, hayvan tüccarları, toptancı kasaplar, et ve et ürünleri imalatçıları, et ve et ürünleri ithalatçıları ve perakendeci kasaplardır. Hayvancılık yapan işletmelerin ölçeklerinin küçük olması ve dağınık hâlde bulunmaları, hayvanların et işleme işletmelerine doğrudan ulaştırılmasını zorlaştırmakta ve kırmızı et işleyen tesislerin yüksek lojistik maliyetlere katlanmasını zorunlu kılmaktadır.

Kırmızı et fiyatlarının yüksekliğinin nedenlerinden biri de, dağıtım aşamasında çok sayıda aktörün yer almasıdır. Üretimin önemli bir kısmını gerçekleştiren hayvancılık işletmeleri, çoğu zaman, hayvanlarını karşılaştıkları ilk alıcıya devretmektedir. Bu nedenle, tüketicilerin kırmızı et için ödedikleri fiyat ile hayvan üreticilerinin eline geçen tutar arasında ciddi farklar oluşmaktadır. Aradaki fark, değer zincirinin dağıtım aşamasında yer alan komisyoncular ve tüccarlara gitmektedir.

AB mevzuatına göre hayvanların kesim alanlarına taşınması sırasında özel nakliye araçları kullanılmalı ve hayvanların strese girmeleri engellenerek etlerinin yumuşak kalması sağlanmalıdır. Türkiye'deki mevzuatta da benzer hükümler bulunmasına rağmen, küçük işletmelerden aldıkları hayvanları dağıtan aracıların tamamının bu koşulları sağlamadığı bilinmektedir. Hangi tipte hayvanın, kaç saatlik bir yolculukla taşınabileceği AB Konseyi'nin 2007'de uygulamaya giren 1/2005 sayılı düzenlemesi ile belirlenmişken, Türkiye'deki mevzuatta aynı yönde bir sınırlama olmaması nakliye sırasında sorunlar yaşanmasına ve hayvanların zayiatına yol açabilmektedir. Hayvancılık işletmeleri ile canlı hayvan alıcılarının buluşmasına imkân tanıyan ticaret borsaları, değer zincirinin dağıtım aşamasında etkinliğin sağlanabilmesi için önemli bir işleve sahiptir.

Borsalarla ilgili kanuni hükümler, 5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu'nda tanımlanmıştır. Kanun'un 53. maddesi, ürün ihtisas borsalarının canlı hayvan ve karkas ticaretinde yer almasını sağlayan hükümler içermektedir. Ticaret borsalarının kuruluşu ile ilgili kanun maddesi, borsaların görevlerini açıkça tanımlamıştır. Arz ve talebi birleştirebilen ve serbest rekabet ortamında fiyat oluşumunu sağlayan, ürün fiyatlamasının standartlar doğrultusunda yapılmasına imkân tanıyan ticaret borsaları, çok sayıda satıcının ve az sayıda alıcının olduğu oligopson yapıdaki kırmızı et piyasasında önemli bir düzenleyici unsurdur. Türkiye'de kasaplık canlı hayvan alanında hizmet veren 5, karkas et alanında hizmet veren 1 ticaret borsası bulunmaktadır. Ankara, Denizli, Edirne, Erzurum ve İstanbul'daki ticaret borsalarında kasaplık hayvan ticareti yapılmaktadır. Diğer yandan karkas etin ticareti ise sadece Ankara Ticaret Borsası'nda yapılmaktadır Borsaların sayısının ve etkinliğinin arttırılması, yerelde piyasaların daha iyi işlemesi için önemlidir.

3) AR-GE Çalışmaları;

Genel olarak değerlendirildiğinde ve Türkiye'nin AR-GE harcamalarına ayırdığı bütçe göz önünde bulundurulduğunda kasaplık alt meslek grubunda yer alan işletmeler için yenilikçi uygulamalardan ve AR-GE çalışmalarından bahsetmek pek mümkün gözükmemektedir.

4) Diğer Kurum ve Kuruluşlar ile İlişkiler;

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, hayvancılığa verdiği destek, hayvan hastalıklarını önlemek ve kırmızı et ürünlerinin hijyenik koşullarda pazara sunulmasını sağlamak için aldığı tedbirler ve gerçekleştirdiği benzer faaliyetlerle değer zincirindeki önemli bir aktördür. Bununla birlikte, kırmızı et üretiminde ve pazarlamasında aktif bir rol üstlenen Et ve Süt Kurumu, değer zincirindeki diğer önemli kamu kurumları arasında sayılabilir. Sektördeki bir diğer önemli aktör, özel sektörle kamu arasındaki iletişimi kuran, değer zincirindeki aktörlere katkı sunmayı amaçlayan sektör dernekleridir. Hayvan ıslahı amaçlı yetiştirici örgütleri olan Damızlık Sığır Yetiştiricileri Merkez Birliği, il bazında soy kütüğü sistemini yürütmekte ve sığırlarda ebeveyn ile verimlilik kayıtlarını tutmaktadır. Bir diğer önemli kuruluş Türkiye Süt, Et, Gıda Sanayicileri ve Üreticileri Birliği (SETBİR), süt, et ve gıda sanayisinin gelişmesi, ürün işleyen fabrikaların teknoloji altyapılarının AB standartlarına kavuşması için teknik çalışmalar yapmaktadır. Et Üreticileri Birliği (ETBİR), kırmızı et sanayisindeki üreticilerin bir araya geldiği bir kuruluştur. 2002 yılında kurulmuş olan Türkiye Kasaplar, Besiciler, Et ve Et Ürünleri Esnaf ve Sanatkârları Federasyonu ise üyelerinin faaliyetlerini kontrol eden, gerektiğinde hukuki işlem yapılmasına karar veren, eğitim faaliyetleri yürüten bir meslek kuruluşudur. Bu kuruluşların yanı sıra, 2010 yılında kurulan Ulusal Kırmızı Et Konseyi de tüketimi ve verimliliği arttırmak, etçi büyükbaş ırklara geçişe katkı sunmak, üreticilerin girdi maliyetlerini düşürmek, karkas sınıflama sistemine geçmek için çalışmalar yürütmektedir.

3.11.5. Devlet

1) Hayvancılığın Geliştirilmesi;

Bu meslek dalında rekabet avantajının elde edilmesi için devlet tarafından hayvancılık sektörünün bütüncül bir yaklaşımla ele alınması ve geliştirilmesi zorunludur. Ülkemizdeki kırmızı et, beyaz et, süt, yumurta arzı ve tüketimi göz önüne alınarak plan yapılmalı; akılcı, kalıcı ve sürdürülebilir politikalarla hayvansal üretim mutlak surette artırılmalıdır. Beyin ve vücut gelişimi için önemli bir gıda olan et üretiminde, topluma yeter düzeyde ve hatta ihracat yapacak konumda olunması önem taşımaktadır. AB'de uygulanan Ortak Tarım Politikası çalışmaları da göz önüne alınarak işletme yapısı ve ölçekleri, üretim, teknoloji, izlenen hayvancılık politikaları, verimlilik düzeyleri, izlenebilirlik, gıda güvenliği uygulamaları, hayvan sağlığı ve refahı, kamu ve sivil toplum kuruluşlarındaki idari yapılanma farklılıkları giderilmelidir. Türkiye hayvancılığının büyümesi, gelişmesi için "ihracat" önemli bir hedeftir. Hedef sadece beyaz et ve yumurta ile sınırlı tutulmamalı, kırmızı et ihracatı için de hazırlıklar tamamlanmalıdır. Bu hedefe ulaşmak adına, Türkiye hayvancılık üretim yapısının ihracat odaklı yapıya dönüştürülmesi ve rekabet gücümüzün artırılması zorunludur. Bu bağlamda;

- Kombine sığır ırkları yetiştirilmeli ve üretimde bunların sürekliliği sağlanmalıdır.
- Kırmızı et üretiminin en az %30'u küçükbaş hayvancılıktan sağlanmalıdır.
- Kırmızı et sadece sığır eti olarak algılanmamalıdır. Büyükbaş ve küçükbaş hayvancılık birlikte düşünülmelidir.

- Öncelikle koyunculuk ağırlıklı olmak üzere AB ülkeleri ve diğer ülkelere ihracat yapılabilmelidir. Kurban Bayramı döneminde üreme yeteneği olan dişi sığır ve koyun kesimi engellenmelidir.
- AB ülkelerine süt ve süt ürünleri ihracatı yapılabilmesi için eksiklikler kısa sürede giderilmeli ve ihracatın sürekliliği sağlanmalıdır.
- Mezbaha, hayvan pazarları ve hayvan nakil araçlarının modernizasyonu tamamlanmalıdır.
- Destekleme uygulamaları çok yıllık planlanmalı, sık değiştirilmemeli, hayvancılığın bütün alt sektörlerine yansıtılmalıdır.
- Kişi başına süt ve kırmızı et tüketimi artırılmalıdır. Bunun için etkin ve sürekliliği olan kampanyalar yürütülmelidir.
- Hayvansal üretimde izlenebilirlik sağlanmalıdır.

2) Denetim;

Hem kırmızı et, hem de kanatlı sektöründe kayıt dışı kesimler ile yasak avlanmalar, kasaplık alt sektör grubunda yer alan işletmeler için haksız rekabet yaratmakta, aynı zamanda halk sağlığını da tehdit etmektedir. Merdiven altı olarak tabir edilen kesim yerlerinde yapılan kesimler, hem piyasadaki kurumsal şirketler aleyhine bir rekabet unsuru olmakta, hem de hayvan hastalıklarının takibini ve kontrolünü zorlaştırmaktadır. Kırmızı et tüketiminin %40'ının kayıt dışı olması, kayıt dışılık probleminin ciddiyetini göstermektedir.

Kayıt dışılığın yaygın olmasının temel nedeni, Türkiye'de hayvanların kimliklendirilmesinin tam olarak yapılamaması ve ülkeye yurt dışından kaçak hayvan girişidir. Türkiye'de kayıt dışı et kesimi ve bu şekilde kesilen etlerin perakende ve toptan satışı yapılabilmektedir. Vergi ve sosyal güvenlik ödemeleri gibi kamusal yüklerden kaçınabilen kayıt dışı işletmeler, sektörde haksız rekabet ortamının doğmasına neden olurken halk sağlığını da tehdit etmektedir. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının, 17 Aralık 2011 tarihli ve 28145 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan "Gıda İşletmelerinin Kayıt ve Onay İşlemlerine Dair Yönetmelik" ile et ve mamullerinin üretim, dağıtım ve satışını yapan firmaların kayıt altına alınması zorunluluğu getirilmiştir. Yönetmelik'e göre, onaya tabi işletmeler Aralık 2012 tarihine kadar onay belgelerini ve kayıt kapsamındaki işletmeler ise 31 Aralık 2013 tarihine kadar kayıt belgelerini edinmek zorundadırlar. Kayıt ve onay işlemlerini yerine getirmeyen işletmelerin para cezaları ile karşı karşıya kalacakları, onaya bağlı olan fakat onay belgesini almayan işletmelerin ayrıca mallarına el konulacağı da belirtilmiştir. Bu Yönetmelik, satış kanallarının kayıt altına alınması adına ve işletmelerde kayıt dışılığın önlenmesine yönelik olumlu bir gelişmedir. Ancak Yönetmelik'te, perakendecilerin onaysız ve kayıtsız mal satamayacaklarına dair bir ibare olmaması, kayıt dışı mal satışına dair riskin hâlâ sürdüğünün ve tedbirlerin tam alınmadığının göstergesidir.

3) Vergiler ve Teşvikler

Teşvikler ve destekler açısından değerlendirildiğinde ise diğer esnaf ve sanatkâr meslek gruplarında olduğu gibi kasaplık alt meslek grubunda yer alan işletmelere yönelik de sistematik

ve kurumsallaşmış bir destek politikasının olduğu söylenemez. Ülkemizde birçok kamu kuruluşu tarafından KOBİ'lere yönelik çeşitli destek ve teşvik programları uygulanmaktadır. Kuruluş amacı bu işletmeleri desteklemek olan KOSGEB ve Halk Bankası bu konuda ön plana çıkmaktadır. Ancak, raporun diğer bölümlerinde belirtildiği gibi esnaf ve sanatkâr işletmelerinin bunlardan yararlanma oranı oldukça düşük kalmaktadır. Bunun nedenleri; sağlanan teşvikler ve destek programlarından yararlanabilmek için getirilen koşulların, çoğu kez, esnaf sanatkâr işletmelerinin yerine getiremeyeceği kadar ağır olması ve bürokratik işlemlerin fazlalığı olarak ön plana çıkmaktadır.

3.12. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
• Kasapların gün geçtikçe tüketici tarafından tercih ediliyor olması • Gelir artışına bağlı olarak et tüketiminin artması • Ülke çapında kasaplık yapmak için başvuru yapan esnaf sayısının artması • Zincir mağazalarda kıyma satışının yasaklanmasından sonra kasaplara karşı tercihin artması • Yeni gıda tebliğleri neticesinde kasapların etleri sergileyebilmesi • Kasapların tamamen müşteri memnuniyeti üzerine çalışması • Türkiye'nin et ve süt besiciliği konusunda yeterli potansiyele sahip olması	• Besi materyalinin (yem) pahalı oluşu ve yeterince üretilmemesi • Kamuda ve özel sektörde yeterli sayıda ve nitelikte iş gücünün olmaması • Besiciliğin bilinçsiz ve düzensizce yapılması ve üreticilerin eğitimsizliği • Et işleme ve depolama tesislerinin olmayışı veya kapasite yetersizliği • Örgütlenme ve pazarlama eksikliği, markalaşmanın sağlanamaması • Küçük işletme anlayışının yerleşmiş olması • Yerli sığırlarda ıslah çalışmalarının yetersiz olması • Şap, Brusella, Şarbon, Tüberküloz hastalıklarının yaygın olması • Genç nüfusun hayvancılığa ilgisiz olması ve büyükşehirlere veya kentsel alanlara göçü
Fırsatlar	**Tehditler**
• Kırmızı et talebinin artış eğiliminde olması • Yem bitkileri yetiştiriciliği yapılacak alanların fazla olması • Yüksek destek oranları sunan teşvik ve hibe mekanizmalarının varlığı • Et verimi yüksek kültür ve kültür melezi ırkların yaygınlaşması	• Et işleme tesislerinin maliyet ve risklerinin yüksek olması • Ülkede istikrarlı bir hayvancılık politikasının olmaması • Danışman firma ve teknik personel sayısının yetersiz olması • Köyden kente göçün artması, kırsal nüfusun azalması sonucunda hayvancılıkla uğraşan insanların sayısının da azalması • İthal kültür ırklarının bölgelere adaptasyon sorunu • Salgın hastalıkların fazla olması ve yeterli mücadelenin yapılmaması • Et ve canlı hayvan ithalatının piyasayı baskı altına alması • Kaba yem açığı • Girdi maliyetlerinin yüksek oluşu nedeniyle üretilen etin istenen fiyata satılamaması

3.13. Mesleğe Özgü Sorunlar

Kasaplık mesleğini icra eden esnaf ve sanatkârların temel sorunları, Türkiye'de et üretimi ve tüketiminin dağılımından başlamaktadır. Nüfusun büyük bir çoğunluğunun büyükbaş hayvan eti tüketmesi, küçükbaş hayvan tüketiminin ve buna bağlı olarak üretiminin azalması, maliyetlerin yükselmesi nedeni ile et hayvancılığı üretiminin de yıllara bağlı olarak azalması ve et ithalatının artması esnaf ve sanatkârlar için sorunların başlangıç noktası olarak değerlendirilebilir.

Bu nedenlere bağlı olarak kırmızı et fiyatlarında yaşanan fiyat artışları, sağlık sektöründe kırmızı et yenilmemesine yönelik farklı kesimler tarafından ortaya atılan iddialar ve özellikle gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların temel sorununu oluşturan AVM/ hiper/süpermarketlerin rekabet avantajları da, kasaplık yapan esnaf ve sanatkârların belli başlı sorunları arasında yer almaktadır.

Bu sorunlara ilaveten kasaplık mesleğine özel olarak değerlendirilebilecek bir diğer sorun ise asıl görevi piyasa koşullarını düzenlemek olan Et ve Süt Kurumunun (ESK), ithalatçı firmalardan daha düşük fiyata et satın alarak piyasaya sürmesi; bir diğer deyiş ile esnaf ve sanatkârın doğrudan rakibi konumuna geçmesidir.

Yine, Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğünün (TİGEM) damızlık üretimi konusunda aktif görev almaması ve özelleştirilen bu kurumun faaliyetlerinin damızlık üretimi ve bunun yaygınlaştırılması konularında sorgulanmaması, temelde birçok sorunun ortaya çıkmasına da neden olmaktadır.

Yukarıda belirtilen temel ve yapısal sorunlar dâhilinde kasaplık yapan esnaf ve sanatkarlar açısından ortaya çıkan sorunlar aşağıda sıralanmıştır:

1. Et fiyatlarının yüksek olması ve sürekli değişkenlik arz etmesi, etin halka satışını zorlaştırmaktadır.
2. Asıl görevi piyasa koşullarını düzenlemek olan Et ve Süt Kurumunun, ithalatçı firmalardan daha düşük fiyata et satın alarak piyasada et satışı yapması, esnafı olumsuz yönde etkilemektedir.
3. Türkiye'de karkas sığır eti ve küçükbaş hayvan karkas eti sınıflandırılmamaktadır. Kasaplar et alırken kişisel tecrübelerini kullanarak müşterisine daha kaliteli et sunmak için çalışmaktadır.
4. %1 KDV ile alınan küçükbaş ve büyükbaş havyan etinin, %8 KDV ile satılması et fiyatlarını artırarak tüketimi olumsuz yönde etkilemektedir.
5. Kuzuların belirli bir büyüklüğe gelmeden kesilmesi sonucu piyasada hayvan sıkıntısı yaşanmaktadır.
6. Kişi başına süt ve kırmızı et tüketimi düşük seviyelerdedir.
7. Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü (TİGEM) damızlık materyali çoğaltmak ve halka yaygınlaştırmak için aktif görev almamaktadır.
8. Köylüler hayvan yetiştiriciliğinde etkin ve bilinçli bir rol oynamamaktadır.
9. Destekleme uygulamalarının uzun vadeli planlanmaması ve sürekli politika değişikliği, sorun oluşturmaktadır.
10. Kaçak et kesimi engellenememektedir.
11. Etçi ırkların hangi bölgelerde destekleneceği ile ilgili stratejik bir yol haritası bulunmamaktadır.
12. Besi bölgelerinde kasaplara ayrılan alanlar azdır ve küçük esnaf canlı hayvanını kendisi yetiştirememektedir.

13. Kesilen hayvanlar ile ilgili modern bir sistem geliştirilememekte ve mezbaha, hayvan pazarları ve hayvan nakil araçlarında modernizasyon eksikliği bulunmaktadır.
14. AB ülkelerine süt ve süt ürünleri ihracatı süreklilik arz etmemektedir.
15. Büyükbaş ve küçükbaş hayvanların dişilerinin kesimi bilinçsiz bir şekilde yapılmaktadır.
16. Kurban bayramlarına yönelik gerekli planlamalar yapılmamaktadır.
17. Kırmızı et, sadece sığır eti olarak algılanmaktadır.
18. Kombine sığır ırkları yetiştirilememekte ve üretimde süreklilik sağlanamamaktadır.
19. Etin kalitesi ile ilgili yapılan denetimler yetersiz kalmaktadır.
20. Kasaplık mesleğine olan ilginin giderek azalması, sektörde nitelikli insan kaynağı yetişmesinin önüne geçmektedir.

Balıkçılık mesleği özelinde yaşanan en önemli sorun, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının satış yerlerinde satılan balıkların boyutlarına göre yaptığı denetimler ve bu denetimler sonucunda "1380 sayılı Su Ürünleri Kanunu" gereği esnafın ürünlerine el konulması ve para cezası uygulanmasıdır. Av mevsiminin çok kısa olması nedeni ile, kazançları diğer esnaf ve sanatkârlara göre oldukça kısıtlı olan balıkçı esnafı için yapılan bu denetimler oldukça sıkıntı yaratmaktadır. Denetimlerin limanlar yerine son satış noktası olan esnaf tezgâhlarında yapılması, satışa uygun olmayan balıkların Bakanlık tarafından toplanıp 1 gün sonra ihale yolu ile tekrar esnafa satılması ise ayrı bir sorun kaynağıdır.

Ayrıca, dışa bağımlı olarak ithal edilen yemlerdeki fiyat artışları, kültür balıkçılarının piyasada tekel yaratması ve diğer ürünlerde olduğu gibi AVM'lerde donmuş balık satışlarının çok daha ucuz fiyata yapılması, balıkçılık sektöründe yıllara göre esnaf sayısının azalmasına neden olmuştur. Nitekim, 2007 yılında avlanan balık sayısı 632.000 ton iken; bu rakam 2015 yılında 302.000 tona düşmüştür.

Balıkçılık mesleği için sorun teşkil eden diğer konular ise; trol, radar ve uygun olmayan ağlar ile avlama yapılması, balık avlama yasaklarına uyulmaması, yaz döneminde kaçak avlanma yapılması, yasak ve uygunsuz avlanma koşullarından dolayı balık neslinin tükenmesidir.

Celeplik mesleği özelinde yaşanan en önemli sorunların başında, celepliğin gün geçtikçe kaybolmaya yüz tutan meslekler arasında yer alması gelmektedir. Bu sorunun yanında hayvan alım ve satım işlerinin celepler dışında besiciler, nakliyatçılar ve bakıcılar tarafından yapılması ve üretici birliklerine üye besicilerin vergiden muaf tutulması da sorun teşkil etmektedir. Sonuç olarak, celeplik mesleğinde faaliyet gösteren ve odalara kayıtlı olan esnaf vergiye tabi tutulmakta, ancak üretici birliklerine üye olan satıcılar vergi ödememektedir. Bu sorun aynı zamanda, 150 büyükbaş hayvana kadar besicilik yapanların zirai faaliyet kapsamında değerlendirilmesi ve Gelir Vergisi Kanunu'nun 54'üncü maddesinin birinci fıkrasında gerçek usulde vergilendirilmeyeceklerinin belirtilmesinden de kaynaklanmaktadır. Bu durum ise celepler ve besiciler arasında haksız rekabetin oluşmasına sebep olmaktadır.

Celeplik mesleğini ilgilendiren bir diğer sorun ise küçük üreticilerin sayısının gün geçtikçe azalması ve büyük ölçekli firmaların pazarda söz sahibi olmasından dolayı, bu alanda

faaliyet gösteren esnafların oldukça sıkıntılı bir süreç yaşamasıdır. Ayrıca devlet desteklerinin üretici olan kesime gitmesi gerekirken, yalnızca hayvan alım satımı yapan ve hiçbir denetime tabi tutulmayan besicilerin sektörü ele geçirmiş olması, hem meslek hem de insanların sağlığı açısından önemli sorunlar yaratmaktadır.

Hayvanların nakliyesi sırasında yaşanan sorun ise, mali hususların göz önünde bulundurulmaması sonucu besicilik amacıyla nakledilen hayvanların, satış için nakliye edilen hayvanlarla aynı belgeler ile nakledilmesidir. 24 Aralık 2011 tarih ve 28152 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan "Hayvanların Nakilleri Sırasında Refahı ve Korunması Yönetmeliği" gereği hayvanların nakilleri sırasında;

a) Hayvanların menşesini gösteren belge, nakil beyannamesi veya veteriner sağlık raporunun,

b) Ayrılış yeri, tarihi ve saatinin,

c) Planlanan varış yerinin,

ç) Yolculuğun tahmini süresinin,

belirtildiği belgelerin araçta bulundurulmadan hayvan nakline müsaade edilmemektedir. Ancak satış işlemi için nakledilen hayvanlar ile ilgili bir mali belge istenmemektedir.

3.14. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Temel gıda maddeleri içerisinde içerdiği protein miktarı itibarıyla hayvansal gıdalar ön plandadır. Bu konuda yapılan araştırmalar, yeterli ve dengeli beslenme için günlük protein ihtiyacının en az %40-50'sinin temelde kırmızı et, beyaz et, süt ve yumurtadan oluşan hayvansal kökenli besin maddelerinden temin edilmesi gereğini vurgulamaktadır. Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü (TAGEM) verilerine göre, gelişmiş ülkelerde günlük tüketilen protein miktarının yaklaşık %70'i hayvansal gıdalardan sağlanırken ülkemizde günlük tüketilen protein miktarının %73'ü bitkisel gıdalardan sağlanmaktadır.

Dengeli beslenmede kişi başı yıllık kırmızı et tüketiminin yaklaşık 33 kg olması gerektiği göz önünde bulundurulursa, Türkiye'de kırmızı et tüketiminin artırılması gereksinimi ortaya çıkmaktadır. Tüketim artışı, üretim, yani arzın artırılması ile doğrudan ilgilidir. Bu noktadan hareketle, ülkemizde tavukçuluk sektöründeki yapısal gelişim ve dönüşüm paralelinde son 10 yılda beyaz et tüketiminde meydana gelen artışın, büyük ve küçükbaş hayvancılığın yapısı gözetilerek kırmızı et için de sağlanması gerekmektedir.

Kısacası hayvancılık, ilişkide olduğu pek çok endüstri bakımından, ülkemiz ekonomisi için gelişimi ve etkin işleyişinin korunması gereken, en önemlisi de insanların dengeli beslenen bir toplumda yaşaması için oldukça önemli bir sektördür.

Kasaplık mesleğini icra eden esnaf ve sanatkârların temel sorunları -"yapısal" bir sorun olarak da nitelendirilebilen- et üretimi ve tüketiminin dağılımından başlamaktadır. Nüfusun büyük bir çoğunluğunun büyükbaş hayvan eti tüketmesi, küçükbaş hayvan tüketiminin ve dolayısıyla üretiminin azalması, maliyetlerin yükselmesi ile et hayvancılığı üretiminin yıllara bağlı olarak azalması ve et ithalatının artması, esnaf ve sanatkârlar için sorunların başlangıç noktası olarak değerlendirilebilir.

Bu bağlamda mesleğe ilişkin alınması gereken önlem ve öneriler aşağıdaki gibidir:

- Kuzuların belirli bir dönem içinde kesiminin yasaklanması,
- Büyükbaş ve küçükbaş hayvanların dişilerinin kesiminin yasaklanması,
- Köylülerin hayvan yetiştiriciliğinde etkin rol oynamasının sağlanması,
- Besi bölgelerinde kasaplara ayrılan alanların arttırılması,
- Küçük esnafa, kendi yemini yetiştirmesi için imkân sağlanması,
- Kesimlerdeki denetimin artırılması, kaçak et kesiminin önüne geçilmesi,
- Kombine sığır ırkları yetiştirmenin ve üretimde sürekliliğin sağlanması,
- Kırmızı et üretiminin en az %30'unun küçükbaş hayvancılıktan sağlanması,
- Kırmızı etin sadece sığır eti olarak algılanmasının önüne geçilmesi,
- Kurban bayramı dönemindeki sektör pazarı göz önüne alınarak küçükbaş ve büyükbaş hayvan üretimi planlanması,
- Öncelikle koyunculuk ağırlıklı olarak AB ülkeleri ve diğer ülkelere ihracat yapılabilmesi,
- Kurban bayramı döneminde üreme yeteneği olan dişi sığır ve koyun kesiminin engellenmesi,
- AB ülkelerine süt ve süt ürünleri ihracatı yapılabilmesi için eksikliklerin kısa sürede giderilmesi ve ihracatın sürekliliğinin sağlanması,
- Mezbaha, hayvan pazarları ve hayvan nakil araçlarının modernizasyonun tamamlanması,
- Destekleme uygulamalarının uzun vadeli planlar hâlinde yapılması, sık sık değiştirilmemesi; bu uygulamaların hayvancılığın bütün alt sektörlerine yansıtılması,
- Kişi başına süt ve kırmızı et tüketimini artırmaya yönelik politika uygulamalarının yürürlüğe konulması ve bunun için etkin ve sürekliliği olan kampanyalar yürütülmesi,
- Hayvansal üretimde izlenebilirlik sağlanması, üretimin her aşamasının modern tekniklerle takip edilerek sağlık ve kalitenin güvence altına alınması (İzleme ve Değerlendirme Sistemi),
- Etçi ırkların hangi bölgelerde destekleneceğinin önceden belirlenmesi ve bu kararın sürdürülebilir olması; buna ilaveten Simental gibi hem etçi hem sütçü ırklarda sayının artırılması,

Balıkçılık mesleğine ilişkin alınması gereken önlemler ve öneriler ise aşağıdaki gibidir:

- Denetim mekanizmasında yaşanan Yerel Yönetim, Gıda Tarım Hayvancılık Bakanlığı ve Sahil Güvenlik Komutanlığı arasındaki yetki karmaşasının giderilmesi,
- Hallerde belirli ürünler için kota uygulanması (balık büyüklüğü, sezonda avlanma),

- Kayıtsız bir şekilde işletme açan ve balık satan işletmelerin denetlenmesi,
- Trol, radar ve uygun olmayan ağlar ile avlama yapılmaması,
- Balık avlama yasaklarına uyulması, yaz döneminde kaçak avlanma yapılmaması,
- Yasak ve uygunsuz avlanma koşullarından dolayı balık neslinin tükenmesinin önüne geçilmesi amacıyla gerekli önlemlerin alınması,
- Midye avcılığının denetlenmesi.

Celeplik için ise;

- Tarım Bakanlığı Tetkik ve İstişare Kurulu 09.11.1981 tarih ve 700 sayılı yazısında, "besicilik bir çiftlikte veya bir zirai işletmede bulunan veya bu faaliyet için meydana getirilen besi ahırlarında dışardan temin edilen ve besiye gelebilecek hayvanlara ekonomik yem rasyonlarıyla veya işletmeden temin edilen yemler ile beslenerek etinin kalitesini ve miktarını artırmak için yapılan bir zirai faaliyettir" şeklinde yapılan tanımın yeniden gözden geçirilmesi ve bu tanımın celepler ve besiciler arasındaki sorunu ortadan kaldıracak şekilde yeniden düzenlenmesi, ayrıca Gelir Vergisi Kanunu'na da ilgili tanım gereği yeni bir düzenleme getirilmesi,
- Hayvan nakli sırasında, satış işlemi için nakledilen hayvanlar ile ilgili mali bir belge istenmesi hususunda ilgili mevzuat değişikliği yapılması.

4. Lokantacılık Alt Sektör Grubu

4.1. Meslek Tanımları

Lokantacılık alt sektör grubunda iki meslek grubu tanımlanmış olsa da İŞKUR'a göre tek bir tanım mevcuttur; bu da "restoran işletmecisi" adı altında sunulmaktadır. Buna göre restoran işletmecisi; "*Konuklara yemek ve içki sağlamak için bir restoranı kendi hesabına ya da ortak olarak çalıştıran kişidir*."[20] Bundan hareketle, lokantacılık "konuklara çeşitli yemek ve içecek sağlamak için bir restoranın işletilmesi mesleği" olarak tanımlanmıştır. MYK'nın bu alt meslek grubundaki meslekler için hazırlamış olduğu herhangi bir meslek standardı ya da tanımı bulunmamaktadır.

4.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi

Eski çağlarda, özellikle yolculuk yapmakta olanların ve halkın, yiyecek ihtiyaçlarını karşılamak için hanlar ve tavernalar kullanılmıştır. Antik Roma'da bu sektöre temel alınabilecek işletmeler, genelde meyhaneler ve sokak satıcıları olmuştur. Osmanlılarda ise halka yemek hizmeti sunan aşevleri ve imaretler oluşturulmuştur. Sipariş üzerine yemek hazırlama ve satma üzerine kurulu günümüz lokantaları ise 18. yüzyılda Avrupa'da ortaya çıkmıştır. Sanayi Devrimi ve ulaşımın kolaylaşması, lokantacılığın büyümesinde önemli etkenler olmuşlardır. Zamanla dünyanın birçok yerine yayılan lokantacılık mesleği, farklı bölgelerdeki kültürlerle harmanlanarak çeşitlenmiş; lokantacılık sektörü de ülke ekonomilerinin ana

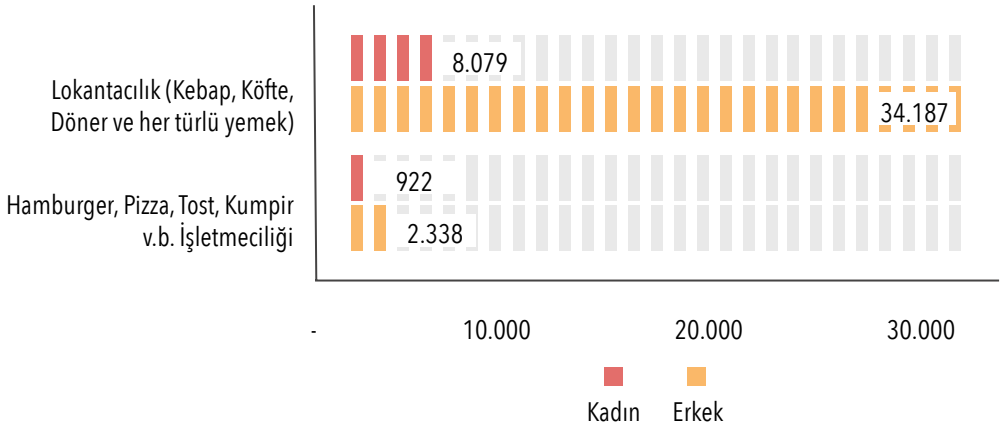
[20] http://esube.iskur.gov.tr/Meslek/meslek.aspx

sektörlerinden biri hâline gelmiştir. Günümüzde nüfusun fazlalığı ve besin maddelerine ulaşımın kolaylığı, lokantalarda çeşitliliğin artmasını ve sektörün hızla gelişerek hayatımızın vazgeçilmezlerinden biri olmasını sağlamıştır. Ülke ekonomilerinin önemli bir temel taşı olan lokantacılık, küçük işletmelerin de hayatta kalabildiği bir sektördür.

Lokantacılığın içinde "fastfood" olarak adlandırılan alt sektörün de kendine has kültürel ve tarihi gelişimi bulunmaktadır. Örneğin hamburger Orta Asya'da Türklerin ve Tatarların et saklama yöntemi olarak kullandığı pastırma türevi bir bifteği Hamburglu bir girişimcinin keşfetmesi ve bu bifteği pişirmesiyle ortaya çıkmıştır. Pizza, İtalya'nın fakir işçi sınıfına ucuz ve çabuk yemekler yapmayı deneyen Napolili aşçılarca keşfedilmiştir. Kumpir ise Yugoslavya'da alüminyum folyoda pişirilen patatesin içine salata koyulmasıyla ortaya çıkmıştır. İşte sektördeki bu tarz gelişmeler, günümüzdeki genel adıyla fastfood lokantalarının temelini atmıştır. İlk fastfood restoranları ABD'de self servis sistemiyle çalışmaya başlamış; müşterilerin yiyeceklerini kendilerinin sipariş edip ödemeleri ve masalarına taşımalarıyla ucuz maliyetle, beklemeden yemeğe ulaşma fırsatıyla faaliyete geçmiştir. Günümüzde insanların vakit sıkıntısı yaşamaları, yeme içme ihtiyaçlarına ayıracak vakitlerinin kısıtlı olması sebebiyle bu sektör, tüm dünyada büyük bir gelişim göstermiştir. Dünyaca ünlü büyük zincirlerin yanı sıra, küçük ölçekli esnaflar da bu alanda kendilerini göstermiştir. Çalışma maliyetlerinin düşüklüğünü ve talebin yüksek olmasını keşfeden birçok küçük ölçekli girişim, ülkemiz dâhil tüm dünya ülkelerinde başarılı bir şekilde faaliyetlerine devam etmektedir.

4.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler

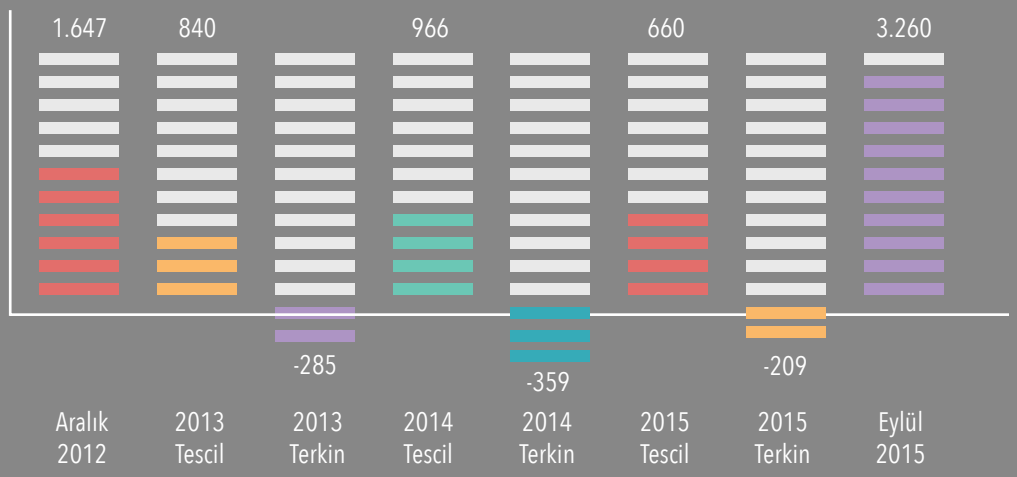
Tablo 65. Lokantacılık Alt Sektör Grubu Mesleklere Göre Esnaf Sayısı ve Cinsiyet Dağılımı



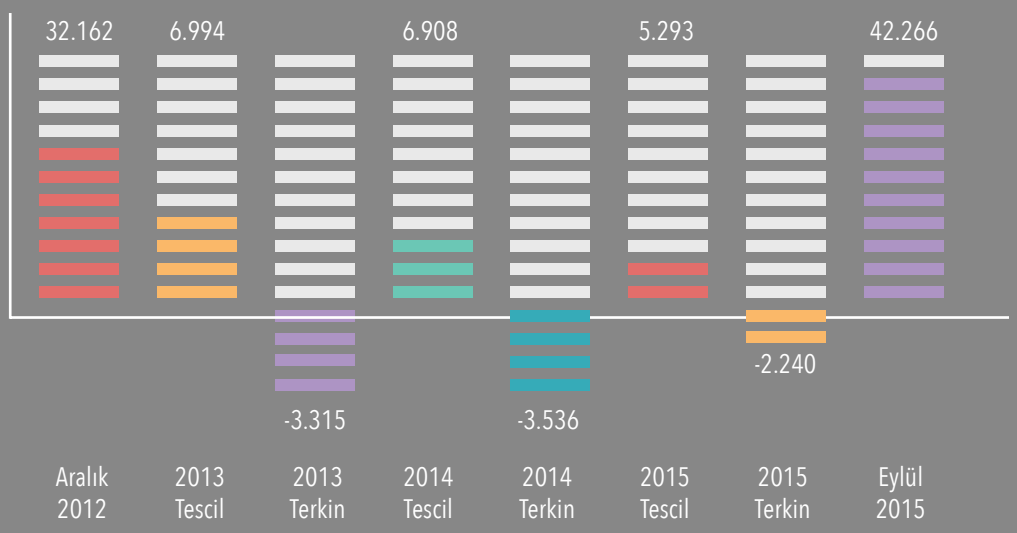
Lokantacılık mesleğinde çalışan 42.266 esnafın %19'u kadın, %81'lik büyük kesimi ise erkektir. Hamburger, pizza, tost, kumpir vb. işletmeciliği mesleği ise toplamda 3.260 esnafa sahiptir, bunların %28'ini kadınlar oluşturmaktadır.

Şekil 20. Lokantacılık Alt Sektör Grubu Tescil ve Terkin Sayıları

Hamburger, Pizza vb. İşletmeciliği Tescil ve Terkin Sayıları

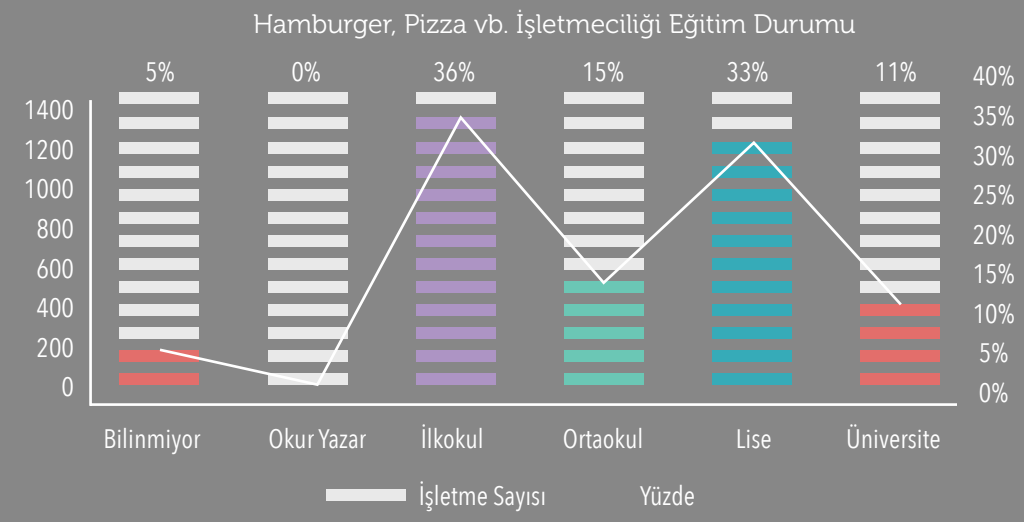


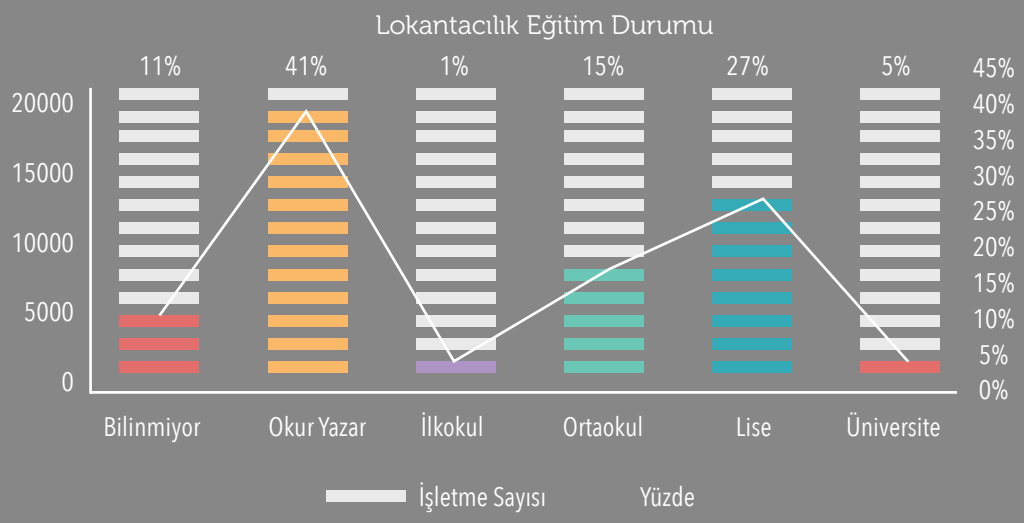
Lokantacılık Tescil ve Terkin Sayıları



Bu mesleklerde faaliyet gösteren esnafların eğitim durumu ise aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:

Şekil 21. Lokantacılık Alt Sektör Grubu Eğitim Durumu





4.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı

4.4.1. Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği

Tablo 66. Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği Bölgesel Dağılımları

BÖLGELER	KAYITLI ESNAF SAYISI
MARMARA BÖLGESİ	1.269
EGE BÖLGESİ	965
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	351
AKDENİZ BÖLGESİ	321
BATI KARADENİZ BÖLGESİ	92
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	77
DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ	70
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	62
ORTA KARADENİZ BÖLGESİ	53

4.4.2. Lokantacılık (Kebap, Köfte, Döner ve her türlü yemek)

Tablo 67. Lokantacılık Mesleği Bölgesel Dağılımları

BÖLGELER	KAYITLI ESNAF SAYISI
MARMARA BÖLGESİ	11.331
EGE BÖLGESİ	7.742
AKDENİZ BÖLGESİ	7.519
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	5.651
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	2.591
ORTA KARADENİZ BÖLGESİ	2.118
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	2.041
DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ	1.714
BATI KARADENİZ BÖLGESİ	1.559

4.5. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri

3308 sayılı Kanun gereğince çıraklık eğitimi uygulama kapsamındaki meslek dallarında iş yeri açacakların Millî Eğitim Bakanlığınca düzenlenmiş ustalık belgesine sahip olması ya da bu belgeye sahip olanları iş yerinde çalıştırması gerekmektedir.

Ayrıca taşımacılık ve benzeri faaliyetlerde bulunacak esnaf ve sanatkârların, yapacakları faaliyetlere uygun olan K2 yetki belgesini Bakanlıktan almaları zorunludur. Bununla birlikte, "Hijyen Eğitimi Yönetmeliği"ne göre bu alt meslek grubuna dâhil esnafların iş yerlerinde, Millî Eğitim Bakanlığı tarafından verilen hijyen eğitim sertifikasına sahip olmayan kişiler çalıştırılamamaktadır.

Lokantacılık mesleğini ilgilendiren bir diğer husus da ***deşarj izni*** konusudur. 10.10.2009 tarihli ve 27372 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Su Kirliliği Kontrolü Yönetmeliği İdari Usuller Tebliği'ne göre alıcı su ortamlarına her türlü evsel ve/veya endüstriyel nitelikli atık

suların, kanalizasyon sistemi olmayan yerlerde, doğrudan göl, deniz, akarsu, dere yatağı vb. ortamlara deşarjı için idareden deşarj izni alınması mecburidir. Her atık su deşarjı için Su Kirliliği Kontrolü Yönetmeliği çerçevesinde idarenin istediği çıkış suyu kalitesinin ve diğer şartların sağlanması gereklidir.

Kanalizasyon sistemi bulunan bölgelerde ise katılımcıların atık sularını atık su altyapı tesislerine bağlayabilmeleri, atık su altyapı tesisleri yönetimince verilecek ***atık su bağlantı iznine*** tabidir. Atık su bağlantı izni, evsel atıkların yazılı bir belge karşılığında; endüstriyel ve karışık atık suların ise düzenlenecek bağlantı kalite kontrol izin belgesindeki koşulları sağlaması kaydı ile atık su altyapı tesisleri yönetimi tarafından verilir. Bağlantı kalite kontrol izni, endüstriyel atık suların kanalizasyon sistemine bağlantı şartlarını belirleyen bağlantı kalite kontrol izin belgesi ile verilir. Bu izin ve belgeler Su Kirliliği Kontrol Yönetmeliği'nin 45-46-47-48 inci maddelerinde belirtilen hususlara uyulması şartı ile verilir. Atık su bağlantı izin belgesi olan işletmeler için ayrıca deşarj izin belgesi alınması şartı aranmaz. [21]

4.6. Meslekteki Üretim Eğilimleri

4.6.1. Kullanılan Gereçler, Teknoloji

Tablo 68. Lokantacılık Alt Sektör Grubu Kullanılan Araç & Gereçler

Meslek	Kullanılan Araç & Gereçler
Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği & Lokantacılık (Kebap, Köfte, Döner ve her türlü yemek)	Ambalaj ve paketler, Ayaklı bardaklar, Ayaksız bardaklar Baharatlık, Bakliyat kutuları, Bardak yıkama makinesi Benmari, Blender, Bulaşık levyesi, Bulaşık makinesi Buz kovası, Buzdolabı, Cezve, Çatal-Kaşık-Bıçak takımı Çay ocağı, Çelik kaşık, Çırpma teli, Çocuklar için oturaklar Çorbalık, Çöp kovası, Çöp torbası, Davlumbaz Derin dondurucu, Dezenfektan jel, Dilimleme makinesi Doğrama makinesi, Doğrama tahtası, Ekmek tahtası Eldiven, Maske ve boneler, Elektronik tartı Fırın için tepsi, Fırın ve ocaklar, Fritöz, Hamur açma makinesi Hesap makinesi, Izgara, İlk yardım dolabı, İş kıyafetleri Kaçerola, Kahve makinesi, Karıştırma kabı, Kepçe Kesme ruleti, Kevgir, Lavabolar, Masa numarası Masa örtüleri, Masa ve sandalyeler, Maşa, Menü Menüye göre chop stick, Merdane, Merdiven Mutfak için önlük, Oklava, Ölçü kabı Ölçü kaşığı, Peçetelik, Pişirme kağıtları, Porselen tabaklar Pos sistemi, Raf etiketleri, Raflar, Reyonlar, Reşo, Saklama kapları Salata karıştırıcı, Servis arabası, Sirkelik ve yağlık, Soğutucu Spatula, Steak tahtası, Sürahi, Süzgeç, Şef bıçakları Tabak taşıma arabası, Tabaklar, Tahta kaşık, Taşıma için tepsi Tava, Telefon, Tencere, Tezgahlar, Torba ve poşetler Temizlik araç ve gereçleri (Çekçek, Dezenfektanlar, Dezenfektan havuzu, Fırça çeşitleri, Kâğıt havlu, Sabun, Sünger, Temizlik bezleri, Temizlik deterjanları) Tuzluk ve biberlik takımı, Un eleği, Un ve şeker arabaları Yangın tüpü, Yazarkasa, Yemek ısıtıcı

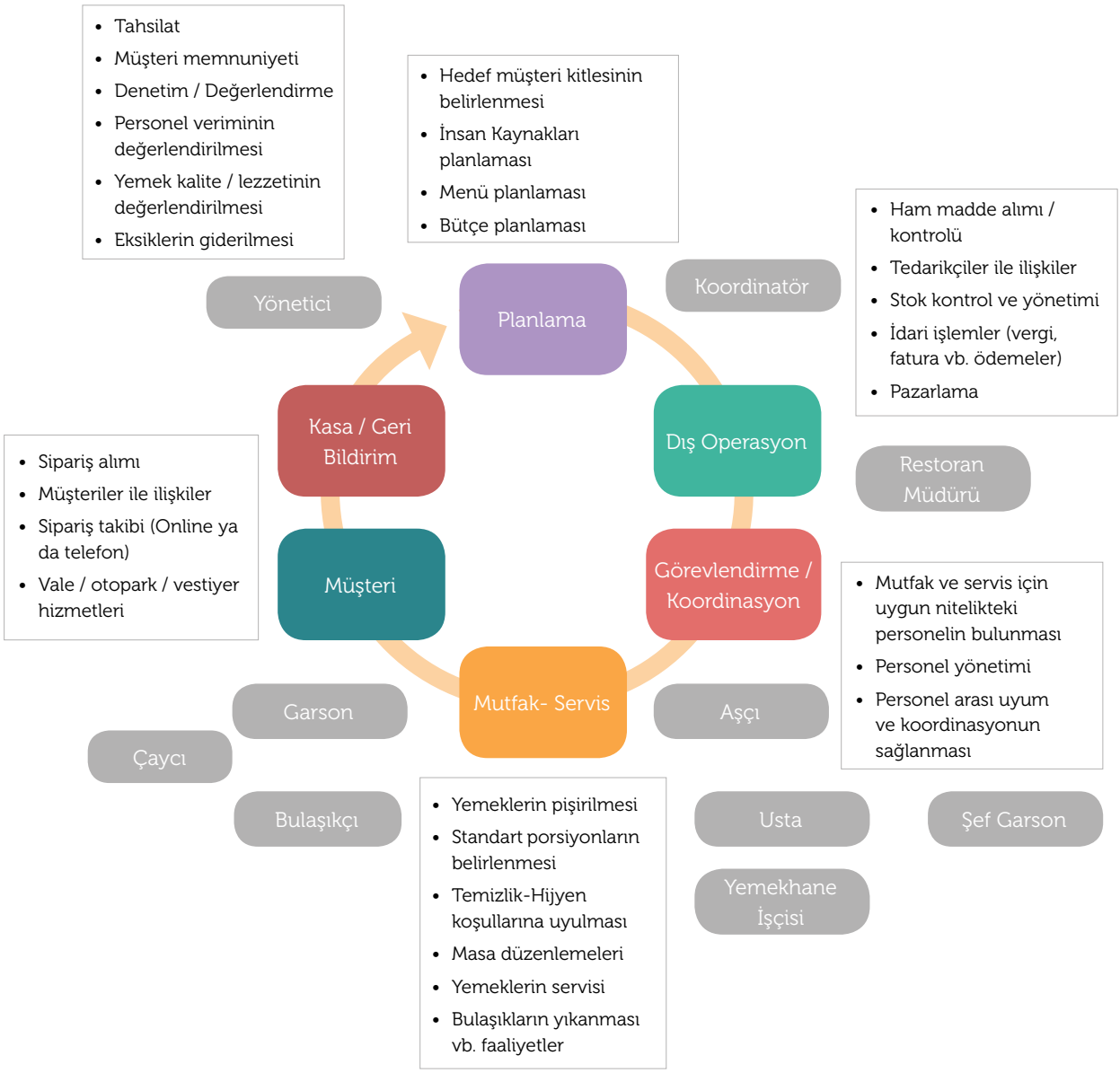
[21] http://www.cevreizinler.com/dearj-zin.html

4.6.2. Meslekte Üretilen Başlıca Ürünler

Türkiye'de Lokantacılık mesleğinde genel olarak kebap, köfte ve lahmacun/pide çeşitleri müşterilere sunulmaktadır. Bununla birlikte farklı ülkelerin sofraları, yöresel yemekler, ev yemekleri sunan esnafların da son zamanlarda sayıları artmaktadır. Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği ise adı üstünde daha çok fast-food tarzı ürünleri müşterilerin tercihine sunmaktadır.

4.6.3. Meslek Süreçleri

Şekil 22. Lokantacılık Süreçleri



Lokantacılık mesleğinin temelinde 6 aşama vardır. Bunlardan ilki planlamadır ki hem hedef müşteri, bütçe ve tanıtım planlamasını hem de menü planlamasını gerçekleştirir. Dış operasyonlar olarak nitelendirilen ikinci aşamada ham madde temini, tedarik, stok yönetimi ve pazarlama-tanıtım faaliyetleri yer almaktadır. Bir diğer önemli konu personelin niteliklerine uygun olarak görevlendirilmesi ve koordinasyonudur. Mutfak ile servis arasındaki iletişim ve uyumun yüksek olması önemlidir. Yemeklerin pişirilmesi, servis edilmesi, masa düzenlemeleri ve temizliği, bulaşıkların yıkanması gibi süreçler de önemli faaliyetlerdendir. Müşteri ile ilişkiler, sipariş takibi, vale/otopark hizmetleri, kasa yönetimi, hesap alma konuları da kalitenin korunması ve müşteri memnuniyeti için sürekli izlenmesi gereken süreçlerdir.

4.7. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

4.7.1. Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği

Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği mesleği özelinde inceleme yapıldığında Türkiye genelinde toplam oluşturulan ciro 199 milyon TL, toplam kâr 11 milyon TL ve toplam zarar ise 10 milyon TL olmuştur. İşletme başına kârlılık ise Türkiye genelinde 440 TL olarak gerçekleşmiştir.

Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği mesleğinde işletme başına en çok kâr bildiren il, 73.175 TL ile Bayburt olurken; işletme başına en çok zarar bildiren il, 48.598 TL ile Niğde olmuştur.

Tablo 69. Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014

Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ADANA	837 ₺	65 ₺	62 ₺	140 ₺	KARABÜK	2.172 ₺	103 ₺	5 ₺	32.791 ₺
ADIYAMAN	191 ₺	14 ₺	7 ₺	1.144 ₺	KARAMAN	79 ₺	4 ₺	1 ₺	1.798 ₺
AFYON	59 ₺	17 ₺	0 ₺	2.134 ₺	KARS	76 ₺	0 ₺	17 ₺	-8.290 ₺
AĞRI	1 ₺	1 ₺	0 ₺	1.000 ₺	KASTAMONU	3.539 ₺	79 ₺	79 ₺	-4 ₺
AKSARAY	31 ₺	4 ₺	0 ₺	1.768 ₺	KAYSERİ	1.349 ₺	148 ₺	83 ₺	4.321 ₺
AMASYA	55 ₺	5 ₺	14 ₺	-2.882 ₺	KIRIKKALE	23 ₺	3 ₺	0 ₺	2.503 ₺
ANKARA	8.910 ₺	537 ₺	887 ₺	-2.452 ₺	KIRKLARELİ	4.615 ₺	95 ₺	10 ₺	7.773 ₺
ANTALYA	7.527 ₺	339 ₺	130 ₺	4.868 ₺	KIRŞEHİR	98 ₺	13 ₺	0 ₺	6.276 ₺
ARTVİN	367 ₺	15 ₺	0 ₺	7.278 ₺	KİLİS	170 ₺	14 ₺	0 ₺	14.086 ₺
AYDIN	756 ₺	94 ₺	1 ₺	4.042 ₺	KOCAELİ	6.473 ₺	250 ₺	403 ₺	-3.190 ₺
BALIKESİR	957 ₺	139 ₺	113 ₺	1.182 ₺	KONYA	5.032 ₺	265 ₺	263 ₺	19 ₺
BARTIN	1.253 ₺	63 ₺	1 ₺	5.655 ₺	KÜTAHYA	416 ₺	44 ₺	0 ₺	4.934 ₺
BATMAN	337 ₺	4 ₺	0 ₺	1.751 ₺	MALATYA	2.167 ₺	66 ₺	0 ₺	13.126 ₺
BAYBURT	866 ₺	73 ₺	0 ₺	73.175 ₺	MANİSA	8.720 ₺	1.095 ₺	349 ₺	3.408 ₺

Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
BİLECİK	582 ₺	51 ₺	0 ₺	4.252 ₺	MARDİN	1.388 ₺	41 ₺	85 ₺	-7.257 ₺
BİNGÖL	5 ₺	2 ₺	1 ₺	376 ₺	MERSİN	1.662 ₺	82 ₺	46 ₺	2.104 ₺
BİTLİS	297 ₺	16 ₺	2 ₺	2.339 ₺	MUĞLA	8.329 ₺	614 ₺	229 ₺	3.666 ₺
BOLU	707 ₺	49 ₺	3 ₺	6.570 ₺	MUŞ	43 ₺	4 ₺	0 ₺	1.753 ₺
BURDUR	3.380 ₺	183 ₺	40 ₺	3.259 ₺	NEVŞEHİR	579 ₺	23 ₺	27 ₺	-436 ₺
BURSA	26.210 ₺	1.468 ₺	1.417 ₺	135 ₺	NİĞDE	358 ₺	15 ₺	258 ₺	-48.598 ₺
ÇANAKKALE	9.892 ₺	603 ₺	536 ₺	426 ₺	ORDU	630 ₺	44 ₺	0 ₺	7.348 ₺
ÇANKIRI	522 ₺	37 ₺	115 ₺	-7.762 ₺	OSMANİYE	199 ₺	16 ₺	1 ₺	3.023 ₺
ÇORUM	212 ₺	22 ₺	0 ₺	22.276 ₺	RİZE	1.514 ₺	16 ₺	201 ₺	-23.151 ₺
DENİZLİ	7.266 ₺	546 ₺	290 ₺	1.337 ₺	SAKARYA	155 ₺	7 ₺	0 ₺	1.795 ₺
DİYARBAKIR	1.799 ₺	96 ₺	87 ₺	547 ₺	SAMSUN	3.369 ₺	111 ₺	288 ₺	-7.082 ₺
DÜZCE	1.636 ₺	49 ₺	88 ₺	-2.037 ₺	SİNOP	1.642 ₺	111 ₺	7 ₺	8.739 ₺
EDİRNE	3.008 ₺	139 ₺	238 ₺	-1.616 ₺	SİVAS	124 ₺	10 ₺	19 ₺	-1.300 ₺
ELAZIĞ	599 ₺	23 ₺	0 ₺	2.895 ₺	ŞANLIURFA	1.093 ₺	56 ₺	16 ₺	3.328 ₺
ERZİNCAN	146 ₺	3 ₺	15 ₺	-5.746 ₺	ŞIRNAK	145 ₺	6 ₺	48 ₺	-13.899 ₺
ERZURUM	72 ₺	10 ₺	0 ₺	2.400 ₺	TEKİRDAĞ	17.787 ₺	1.090 ₺	761 ₺	1.016 ₺
ESKİŞEHİR	205 ₺	15 ₺	3 ₺	2.295 ₺	TOKAT	306 ₺	21 ₺	3 ₺	2.238 ₺
GAZİANTEP	570 ₺	55 ₺	3 ₺	2.139 ₺	TRABZON	2.564 ₺	125 ₺	233 ₺	-3.863 ₺
GİRESUN	497 ₺	48 ₺	1 ₺	3.905 ₺	TUNCELİ	190 ₺	28 ₺	0 ₺	2.309 ₺
GÜMÜŞHANE	442 ₺	11 ₺	19 ₺	-2.082 ₺	UŞAK	1.312 ₺	87 ₺	65 ₺	488 ₺
HAKKÂRİ	49 ₺	3 ₺	0 ₺	3.179 ₺	VAN	413 ₺	9 ₺	0 ₺	4.394 ₺
HATAY	2.508 ₺	140 ₺	67 ₺	2.050 ₺	YALOVA	521 ₺	38 ₺	10 ₺	3.613 ₺
IĞDIR	3.495 ₺	21 ₺	0 ₺	20.597 ₺	YOZGAT	16 ₺	7 ₺	0 ₺	7.425 ₺
ISPARTA	3.499 ₺	246 ₺	345 ₺	-1.276 ₺	ZONGULDAK	466 ₺	25 ₺	66 ₺	-5.106 ₺
İSTANBUL	10.105 ₺	412 ₺	933 ₺	-11.097 ₺					
İZMİR	19.074 ₺	921 ₺	1.162 ₺	-1.362 ₺					
K.MARAŞ	99 ₺	30 ₺	0 ₺	5.013 ₺					
Türkiye Toplam						**198.755 ₺**	**11.334 ₺**	**10.152 ₺**	**440 ₺**

4.7.2. Lokantacılık (Kebap, Köfte, Döner ve her türlü yemek)

Lokantacılık (Kebap, Köfte, Döner ve her türlü yemek) mesleği özelinde inceleme yapıldığında Türkiye genelinde toplam oluşturulan ciro 5,1 milyar TL, toplam kâr 312 milyon TL ve toplam zarar ise 174 milyon TL olmuştur. İşletme başına kârlılık ise Türkiye genelinde 3.761 TL olarak gerçekleşmiştir.

Lokantacılık (Kebap, Köfte, Döner ve her türlü yemek) mesleğinde işletme başına en çok kâr bildiren il, 11.076 TL ile Erzincan olurken; işletme başına en çok zarar bildiren il, 3.926 TL ile Düzce olmuştur.

Tablo 70. Lokantacılık (Kebap, Köfte, Döner ve her türlü yemek) İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014

Lokantacılık (Kebap, Köfte, Döner ve her türlü yemek)									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ADANA	120.490 ₺	7.933 ₺	2.197 ₺	5.238 ₺	K.MARAŞ	28.814 ₺	2.621 ₺	409 ₺	4.686 ₺
ADIYAMAN	19.820 ₺	923 ₺	323 ₺	2.724 ₺	KARABÜK	15.180 ₺	1.248 ₺	279 ₺	6.632 ₺
AFYON	24.739 ₺	1.724 ₺	665 ₺	3.630 ₺	KARAMAN	7.382 ₺	407 ₺	380 ₺	230 ₺
AĞRI	13.106 ₺	663 ₺	223 ₺	4.734 ₺	KARS	8.862 ₺	638 ₺	118 ₺	6.344 ₺
AKSARAY	15.537 ₺	521 ₺	597 ₺	-408 ₺	KASTAMONU	52.463 ₺	2.133 ₺	367 ₺	6.614 ₺
AMASYA	21.375 ₺	1.016 ₺	1.004 ₺	60 ₺	KAYSERİ	69.515 ₺	3.083 ₺	2.122 ₺	2.040 ₺
ANKARA	304.243 ₺	14.520 ₺	15.065 ₺	-329 ₺	KIRIKKALE	9.705 ₺	386 ₺	461 ₺	-584 ₺
ANTALYA	246.344 ₺	13.670 ₺	10.584 ₺	1.672 ₺	KIRKLARELİ	38.175 ₺	2.450 ₺	1.025 ₺	3.300 ₺
ARDAHAN	4.933 ₺	185 ₺	257 ₺	-1.595 ₺	KIRŞEHİR	9.557 ₺	1.033 ₺	452 ₺	3.851 ₺
ARTVİN	7.364 ₺	814 ₺	309 ₺	2.599 ₺	KİLİS	6.215 ₺	468 ₺	2 ₺	4.092 ₺
AYDIN	62.158 ₺	5.551 ₺	1.499 ₺	6.833 ₺	KOCAELİ	203.840 ₺	10.798 ₺	6.122 ₺	4.425 ₺
BALIKESİR	88.745 ₺	8.413 ₺	2.736 ₺	7.391 ₺	KONYA	114.506 ₺	5.505 ₺	2.466 ₺	3.310 ₺
BARTIN	15.029 ₺	1.615 ₺	156 ₺	9.298 ₺	KÜTAHYA	31.136 ₺	1.623 ₺	406 ₺	5.114 ₺
BATMAN	11.458 ₺	216 ₺	333 ₺	-1.901 ₺	MALATYA	40.015 ₺	2.094 ₺	1.414 ₺	1.839 ₺
BAYBURT	5.113 ₺	288 ₺	382 ₺	-3.339 ₺	MANİSA	95.935 ₺	7.944 ₺	1.785 ₺	6.497 ₺
BİLECİK	20.764 ₺	987 ₺	467 ₺	3.635 ₺	MARDİN	13.790 ₺	441 ₺	927 ₺	-3.744 ₺
BİNGÖL	4.187 ₺	278 ₺	130 ₺	1.874 ₺	MERSİN	115.892 ₺	9.315 ₺	2.133 ₺	5.246 ₺
BİTLİS	6.074 ₺	447 ₺	278 ₺	1.776 ₺	MUĞLA	266.719 ₺	27.726 ₺	10.102 ₺	9.996 ₺
BOLU	36.583 ₺	2.220 ₺	1.424 ₺	3.668 ₺	MUŞ	3.221 ₺	276 ₺	20 ₺	3.460 ₺
BURDUR	27.940 ₺	1.547 ₺	615 ₺	4.732 ₺	NEVŞEHİR	13.701 ₺	634 ₺	717 ₺	-505 ₺
BURSA	214.925 ₺	14.679 ₺	6.609 ₺	5.711 ₺	NİĞDE	16.785 ₺	572 ₺	649 ₺	-472 ₺
ÇANAKKALE	49.455 ₺	3.646 ₺	1.871 ₺	3.629 ₺	ORDU	35.096 ₺	1.609 ₺	727 ₺	3.257 ₺
ÇANKIRI	10.487 ₺	427 ₺	665 ₺	-2.384 ₺	OSMANİYE	15.111 ₺	1.505 ₺	650 ₺	3.020 ₺
ÇORUM	28.046 ₺	1.533 ₺	657 ₺	3.637 ₺	RİZE	16.285 ₺	1.240 ₺	606 ₺	3.868 ₺
DENİZLİ	46.603 ₺	3.521 ₺	1.398 ₺	5.432 ₺	SAKARYA	86.253 ₺	5.263 ₺	2.387 ₺	4.992 ₺
DİYARBAKIR	35.419 ₺	3.078 ₺	177 ₺	9.638 ₺	SAMSUN	109.536 ₺	5.903 ₺	4.307 ₺	1.862 ₺
DÜZCE	17.311 ₺	881 ₺	1.431 ₺	-3.926 ₺	SİİRT	6.699 ₺	422 ₺	34 ₺	4.786 ₺
EDİRNE	53.766 ₺	3.181 ₺	1.186 ₺	3.627 ₺	SİNOP	11.418 ₺	811 ₺	317 ₺	3.204 ₺
ELAZIĞ	29.346 ₺	1.337 ₺	863 ₺	1.582 ₺	SİVAS	32.393 ₺	1.459 ₺	707 ₺	2.526 ₺
ERZİNCAN	26.068 ₺	1.425 ₺	107 ₺	11.076 ₺	ŞANLIURFA	27.136 ₺	2.100 ₺	241 ₺	4.920 ₺
ERZURUM	47.532 ₺	3.252 ₺	887 ₺	6.177 ₺	ŞIRNAK	3.070 ₺	126 ₺	38 ₺	1.547 ₺
ESKİŞEHİR	52.292 ₺	3.425 ₺	1.307 ₺	6.989 ₺	TEKİRDAĞ	61.506 ₺	3.687 ₺	1.052 ₺	6.442 ₺
GAZİANTEP	52.429 ₺	3.020 ₺	280 ₺	7.365 ₺	TOKAT	27.893 ₺	1.273 ₺	795 ₺	1.787 ₺
GİRESUN	22.035 ₺	1.798 ₺	376 ₺	3.832 ₺	TRABZON	94.771 ₺	4.070 ₺	3.819 ₺	408 ₺
GÜMÜŞHANE	8.004 ₺	382 ₺	221 ₺	2.065 ₺	TUNCELİ	2.428 ₺	231 ₺	95 ₺	2.170 ₺
HAKKÂRİ	3.586 ₺	226 ₺	108 ₺	2.417 ₺	UŞAK	14.097 ₺	876 ₺	834 ₺	168 ₺
HATAY	75.810 ₺	4.851 ₺	1.114 ₺	4.115 ₺	VAN	20.968 ₺	985 ₺	732 ₺	1.201 ₺
IĞDIR	3.121 ₺	173 ₺	71 ₺	2.080 ₺	YALOVA	14.624 ₺	795 ₺	741 ₺	418 ₺
ISPARTA	41.948 ₺	2.303 ₺	1.014 ₺	3.684 ₺	YOZGAT	21.012 ₺	1.049 ₺	195 ₺	3.936 ₺
İSTANBUL	1.031.228 ₺	52.956 ₺	47.921 ₺	1.176 ₺	ZONGULDAK	31.104 ₺	1.972 ₺	1.161 ₺	2.970 ₺
İZMİR	393.865 ₺	26.101 ₺	14.901 ₺	4.891 ₺					
Türkiye Toplam						**5.092.087 ₺**	**312.498 ₺**	**174.202 ₺**	**3.761 ₺**

4.8. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi

Tablo 71. Lokantacılık Alt Sektör Grubu Yıllara Göre İstihdam Sayıları 2010-2015

Meslek	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010-2015 Artış
Hamburger vb. İşletmeciliği	1.700	2 .316	3.745	4.572	5.817	5.976	252%
Lokantacılık	6 5.138	80.958	106.739	122.202	146.214	142.187	118%

Lokantacılık alt sektör grubundaki istihdamın çok büyük bir kısmını Lokantacılık (Kebap, Köfte, Döner ve her türlü yemek) mesleği oluşturmaktadır. 2010 yılında 65 bin kişi istihdam eden bu meslek, 2011 yılına gelindiğinde %118 artış göstererek 142 bin kişiye ulaşmıştır. Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği mesleğinde ise 2010 yılında yalnızca 1.700 kişi çalışırken, 2015 yılına gelindiğinde bu rakam %252 artış göstererek 5.976 kişiye ulaşmıştır.

4.9. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri

Tablo 72. Lokantacılık Alt Sektör Grubunun Dış Ticaret Verileri 2015

Meslekler	İhracat Sayısı	İhracat Tutarı	İthalat Sayısı	İthalat Tutarı
Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği	29	$836.239	2	$45.234
Lokantacılık (Kebap, Köfte, Döner ve her türlü yemek)	38	$629.969	51	$951.234

Lokantacılık alt sektör grubundaki dış ticaret incelendiğinde kayda değer bir miktarda ticaretin bulunmadığı görülmektedir. Lokantacılık (Kebap, Köfte, Döner ve her türlü yemek) mesleği, 951 bin dolar ithalat gerçekleştirip 630 bin dolar ihracat yapmıştır. Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği mesleğinde ise 836 bin dolar ihracat gerçekleştirilirken, yalnızca 45 bin dolarlık ithalat gerçekleşmiştir. Bu ticaretin de hepsi Kocaeli'nin Gölcük ilçesinde Gölcük Esnaf ve Sanatkârlar Odası tarafından gerçekleştirilmiştir.

4.10. Müşteri Memnuniyet Durumu

Müşterilerin Esnaflardan Memnuniyet Düzeyi

Müşterilere, hazır yemek alışverişlerinde bazı başlıklara göre esnaf ve sanatkârlardan memnuniyet düzeyleri sorulduğunda aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir:

Tablo 73. Müşterilerin Lokantacılık Alt Sektör Grubu Esnaflarından Memnuniyet Düzeyi

Müşterilerin Esnaflardan Memnuniyet Düzeyleri							
	Hiç memnun değilim	Memnun değilim	Ne memnunum ne memnun değilim	Memnunum	Çok memnunum	Memnun	Memnun değil
Yiyeceklerin kalitesi	3		18	77	23	83%	2%
Yiyeceklerin tazeliği	4	2	16	63	36	82%	5%
Yiyeceklerin çeşitliliği	1	5	21	63	31	78%	5%
Pazarlık etme	8	7	34	49	23	60%	12%
Fiyatların ucuzluğu	2	7	22	57	33	74%	7%
Güvence	2	5	19	62	33	79%	6%
Tüketici hakları(ürün değiştirme,tadilat,vb.)	3	14	27	47	30	64%	14%
Müşteriye gösterilen ilgi	2	5	13	64	37	83%	6%
Tercihlere uygun yiyecek bulabilme olanağı	1	7	16	56	41	80%	7%
İş yerinin fiziksel şartları	4	5	14	65	33	81%	7%
Orijinal / değişik yemek bulabilme	4	13	25	47	32	65%	14%
İnsan ilişkileri / nezaket		6	19	57	39	79%	5%
İş ahlakı	1	3	16	65	36	83%	3%

Müşterilerin esnaflardan yukarıda ifade edilen özelliklere göre memnuniyet düzeyleri genel anlamda yüksektir. Müşteriler en çok; yiyecek kalitesi ve tazeliği (%82-%83), iş ahlakı ile müşteriye gösterilen ilgi (%83), tercihe uygun yiyecek bulabilme (%80) açısından esnaflardan memnundur.

Esnaf Sözcüğünün Müşteriler için İfade Ettikleri

Tablo 74. Esnaf Sözcüğünün Müşteriler için İfade Ettikleri

Esnaf Sözcüğü Müşteriler için Ne İfade Ediyor?	
Saygınlık	44
Tanınırlık/Bilinirlik	44
Alışkanlık	44
Güven	40
Garanti	29
Ürün seçeneklerinin fazla olması	24
Ürünlerin kalitesi	15
Sahtekârlık	1
Bakkal	1
Mecburiyetten alışveriş yapılacak yer	1

Müşterilere "esnaf" kelimesinin kendilerine ne ifade ettiği sorulduğunda verilen cevaplara göre müşteriler, esnafları en çok saygınlık ve tanınırlık/bilinirlik ile özdeşleştirmektedir. Bunlardan sonra ise alışkanlık, güven, garanti, ürün kalitesi ve seçeneklerin fazla olması gelmektedir. Bu sonuçlar esnafların sosyal ilişki ve güven yönünün ne kadar belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte çok az da olsa kimi müşteriler esnafları "sahtekârlık", "mecbur kalınınca gidilecek bir yer" ifadeleri ile betimlemişlerdir. Bu ifadeleri kullanan 2 müşteriden biri Hatay, diğeri ise Kayseri'den ankete katılmıştır. İstisnai de olsa bu durum, kötü örneklerin esnaf imajına verebileceği zararları ortaya koymaktadır.

Müşterilerin Esnaflarla İlgili Düşünceleri

Müşterilere, tabloda sıralanan ifadelere katılma durumları sorulduğunda alınan cevaplar aşağıda sıralanmıştır. Genel anlamda müşteriler ifadelere %58-%76 oranlarında katılmışlardır. Müşteriler, esnaf lokantalarından genel memnuniyet düzeylerini %76 oranında belirtmişlerdir. Esnafların kendileri için bir güven göstergesi olduğu düşüncesine %70 oranında katılmışlardır. En az oranda ise, %58 ile "esnafta marka ürün bulabiliyorum" ifadesine katılmışlardır.

Tablo 75. Müşterilerin Lokantacılık Alt Sektör Grubu Esnafları Hakkındaki Düşünceleri

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Esnaftan satın almak istediğim her ürünü bulabiliyorum.	5%	15%	21%	46%	13%
Esnaftan satın almak istediğim markaları bulabiliyorum.	4%	17%	21%	43%	15%
Esnaf benim için güven göstergesidir.	2%	3%	25%	48%	22%
Esnaflarda fiyatlar diğer marketlere göre daha uygundur.	3%	5%	27%	44%	21%
Esnaflar müşteriye geri iade, taksitli satış, vadeli satış vb. çeşitli olanaklar sağlamaktadır.	2%	7%	25%	37%	28%
Esnaflar ihtiyaç duyduğum bilgileri bana sağlamaktadır.	2%	10%	15%	55%	19%
Esnaflar müşterilere karşı saygılıdır.	1%	7%	19%	46%	26%
Esnaflar müşterilere karşı ilgilidir.	3%	4%	24%	44%	25%
Esnaflardan satın aldığım ürünlerde herhangi bir problem ile karşılaştığımda muhatap bir kişi bulabiliyorum.	2%	8%	17%	48%	25%
Yaşamış olduğum problem kısa zamanda çözülüyor.	4%	7%	17%	54%	19%
Sunulan hizmetten ve satılan ürünlerden genel olarak memnunum.	0%	7%	17%	51%	25%

Tablo 76. Müşterilerin Lokantacılık Alt Sektör Grubu Esnafları Tercih Etme Nedenleri

Esnaf lokantalarından alışveriş yapma nedenleri	
Güvenilir olması	24
Uygun fiyat	22
Eve yakın olması	21
Güler yüzlü hizmet	16
Samimi olması	12
Alışkanlık	8
Tanıdık olması	8
Ürün çeşitliliği	6
Taze ürünler	6
Esnafa destek olmak	4
Kolay alışveriş	4
Gelenek	3
Veresiye imkânı	2
Kalabalık olmaması	2
Türk damak tadına hitap etmesi	1
AVM'de olmayan ürünlerin olması	1
Başka seçeneğim yok	1

Gıda alışverişlerini esnaftan yapma nedenleri olarak da üstteki tabloda görüldüğü üzere güvenilir olması, fiyatların uygunluğu ve müşterilerin evlerine yakın olmalarını göstermişlerdir. Bununla birlikte esnafların samimi oldukları, esnaflardan alışveriş yapmanın bir alışkanlık hâline geldiği, ürün çeşitlerinin yeterli ve taze olduğu da belirtilmiştir. Esnafa destek olmak için de alışverişlerinde onları tercih ettiklerini belirtenler olmuştur. Ayrıca bunun bir gelenek olduğunun ve esnaf lokantalarının Türk damak tadına hitap ettiğinin belirtilmesi de ilgi çekicidir.

4.11. Mesleğin Rekabet Analizi

4.11.1. Girdi Koşulları

1) Ham Madde;

Lokantacılık alt sektör grubunda yer alan işletmelerin ham madde kaynağını her türlü gıda maddeleri, içecekler ve müşterilere servis sunmak için kullanılan araçlar ve gereçler oluşturmaktadır. Lokantacılık alt sektör grubunda yer alan işletmeler ham madde tedariğini ağırlıklı olarak üretici firmaların bölge distribütörlerinden sağlamaktadır. Bununla birlikte doğrudan üreticilerden veya toptancılardan da ürün temini yapılabilmektedir. Belirli bir kalem ürün temini ihale yönteminden ziyade, doğrudan alım yöntemiyle yapılmaktadır. Bu durumun oluşmasında, faaliyet gösterilen illerde az sayıda tedarikçi bulunmasının da payı vardır. Satışı yapılan temel gıda maddeleri, meşrubat, temizlik ve diğer temel ihtiyaç maddeleri, işletmelerin büyüklüğüne göre değişmektedir. Ayrıca içkili lokantalarda tütün mamulleri ve alkollü içkiler satışı da gerçekleşmektedir. Ürün çeşit sayısı, genel olarak sabit olmakla birlikte mevsimsel dalgalanmalar olabilmektedir. Sonuç olarak lokantacılık alt sek-

tör grubunda yer alan işletmelerin, ham madde ürün tedariği açısından rekabet dezavantajı yaratacak herhangi bir sorunu yoktur. Distribütörler ve toptancılar aracılığı ile tedariği sağlanan ürünler marka, kalite ve fiyat dengesi açısından çok farklı seçenekler ile işletmelere sunulmaktadır.

2) Enerji;

Diğer alt sektör gruplarında olduğu gibi lokantacılık alt sektör grubunda yer alan işletmelerin ham madde için enerji maliyetleri rekabet dezavantajı olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle çabuk bozulması nedeni ile buzdolaplarında bekletilmesi gereken gıda ürünleri, önemli bir enerji maliyetine neden olmaktadır.

3) Sermaye Kaynakları;

Lokantacılık alt sektör grubunda yer alan işletmelerin diğer meslek gruplarında olduğu gibi sermaye kaynaklarının neredeyse tamamı öz kaynaklardan oluşmaktadır.

4) İnsan Kaynakları;

Lokantacılık alt sektör grubunda yer alan işletmelerin nitelikli insan kaynağı açısından en önemli sorunu, ustalık belgesine sahip aşçı arzındaki yetersizliklerdir. Özellikle 8 yıllık kesintisiz eğitime geçildikten sonra çıraklık-kalfalık-ustalık zinciri işlemez hâle gelmiş[22] ve bu meslek dalında da çırak, kalfa ve usta arzında önemli bir azalma ortaya çıkmıştır. Lokanta, kafeterya ve seyyar yemek hizmeti sektöründeki iş yerleri, İş Yeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik uyarınca "sıhhi müessese" tanımı içerisinde yer almaktadır. Söz konusu Yönetmelik gereğince; birinci sınıf lokantalarda ustalık belgesine sahip en az 2 aşçı, ikinci ve üçüncü sınıf lokantalarda ise ustalık belgesine sahip en az 1 aşçının istihdamı zorunlu tutulmuştur.

Bu meslek grubunda ihtiyaç duyulan garsonluk mesleği için ise ülkemizde, Millî Eğitim Bakanlığına bağlı Anadolu otelcilik ve turizm meslek liselerinin, kız meslek ve meslek liselerinin yiyecek-içecek hizmetleri alanının servis dalında eğitim verilmektedir. Ayrıca Çıraklık ve Yaygın Eğitim Müdürlüğüne bağlı Merkezî Eğitim Merkezlerinde, Akşam Sanat Okullarında Servis ve Garsonluk Bölümlerinde, Turizm Bakanlığına bağlı turizm merkezlerinde açılan kurslarda, Kız Teknik Öğretim Genel Müdürlüğüne bağlı pratik kız sanat okullarında ve kız teknik olgunlaşma enstitülerince düzenlenen kurslarda, özel kurslarda ve Türkiye İş Kurumu Genel Müdürlüğünün açtığı İşgücü Yetiştirme Kurslarında bu konuda eğitim verilmektedir. Üniversitelerin ilgili bölümlerindeki eğitimlerle, yurt içi ve yurt dışında hizmet içi eğitimlerle de garson olunabilmektedir.

5) Altyapı ve Üretim;

Lokantacılık alt sektör grubunda yer alan işletmelerin temel amaçları, müşteri memnuniyeti sağlayarak kârlılıklarını artırmaktır. Ticari işletmeler, mülkiyetleri açısından bağımsız

[22] 02.12.2016 tarihli ve 6764 sayılı Millî Eğitim Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun ile çıraklık eğitimi zorunlu eğitim kapsamına alınmıştır.

ve zincir işletmeler olarak faaliyette bulunmaktadırlar. Bağımsız işletmeler, zincir bağlantısı olmayan ve belirli kişiler tarafından işletilen işletmelerdir ve tek bir şubeden oluşmaktadırlar. Düşük sermaye ile işletme açılabiliyor olması, girişimcileri bu sektöre yönlendirmektedir. En büyük avantajları özerkliğe sahip olmalarıdır. Bununla birlikte mali anlamda zincir işletmelere karşı dezavantajlıdırlar. Zincir işletmeler ise, büyük bir organizasyonun parçası olarak faaliyet göstermektedirler. Genelde ekipmanları aynıdır ve zincire ait işletmeler için geliştirilmiş standartları ve uygulamaları bulunmaktadır.

4.11.2. İşletme Stratejisi ve Rekabet Yapısı

1) İşletmelerin Yapısı;

Lokantacılık alt sektör grubunda yer alan işletmeler 661.407 kişiyi istihdam etmektedir. Adı geçen meslek grubunda 2009-2012 yılları arasında iş yeri sayısı %15, toplam istihdam ise %46 oranında artmıştır. İş yerlerinin %99'u 20 kişiden az çalışanı olan küçük işletmelerdir. Sektörde istihdam edilen kişilerin %66'sı da, 20 kişiden az işçi çalıştıran bu işletmelerde çalışmaktadır.

Sektördeki toplam istihdam 2012 yılında %10 oranında artmıştır. Bu oran, Türkiye'de aynı yıl tüm sektörlerde kaydedilen toplam istihdam artışı oranının (%3) 3 katından fazladır. Türkiye ortalaması üstündeki istihdam artış oranıyla sektör, istihdam payı açısından yükselen sektörlerdendir.

Lokantacılık alt sektör grubunda yer alan işletmeler, belirli bir bedel karşılığında müşterilerin yeme-içme ihtiyaçlarını karşılayan işletmelerdir. Bu işletmeler, yapısı, teknik donanımı, konforu ve bakım durumu gibi maddesel; sosyal değer ve personelin hizmet kalitesi gibi niteliksel özellikleri ile de yeme–içme ihtiyacını karşılamayı meslek edinmiş işletmelerdir. Yiyecek içecek işletmelerinin sağladığı faydalar, ürün veya hizmetin hazırlanması ve müşterilere sunulmasıdır. Çünkü müşterilerin memnun kalması, işletmeyi tekrar tercih etmesi anlamına gelmektedir. Bu da işletmenin sürekliliğini sağlaması açıcından önemlidir. Günümüz de çalışma şartlarının ağırlaşması ve dışarıda yeme-içme alışkanlığının doğması, yiyecek içecek işletmelerinin önemini artırmaktadır. Son yıllarda insanların üç öğünlerini de evde yemedikleri görülmektedir. İş yeri ve evden uzak olma gibi durumlardan dolayı, yeme-içme ihtiyaçlarını dışarıdan karşılamaya çalışmaktadırlar. İşletmeler müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılamaya çalışırken bir taraftan da kâr etme çabası içerisindedirler. Her geçen gün artan yeni işletmeler rekabeti de beraberinde getirmektedir.

2) Kapasite Durumu;

Lokantacılık alt sektör grubunda yer alan işletmelerin kapasite durumu; sektörel eğilimlerin saptanması, yiyecek içecek sektöründeki mevcut durumun belirlenmesi, satışlardaki büyüme, talebin analizi, menü tercihlerinin belirlenmesi ve mevcut konsept ve temaların analizine göre ortaya çıkmaktadır. Pazar özelliklerinin tanımlanması; yaş, cinsiyet, gelir, dışarıda yeme alışkanlıkları ve potansiyel müşterilere özgü diğer benzeri demografik verilerin toplanması; pazardaki rekabet durumu, rakip restoranların güçlü ve zayıf yönlerinin saptanması kapasite durumu ile birebir ilişkili olan unsurlardır. Bu bağlamda, lokantacılık alt

sektöründe yer alan işletmelerin kapasite kullanım oranları yukarıda sayılan faktörlere göre değişkenlik göstermektedir.

4.11.3. Talep Koşulları

1) İç Talep;

Lokantacılık alt sektör grubunda yer alan işletmelere talepler her geçen gün artmaktadır. Bunun temel nedenleri ise;

- Günümüzde boş zamanların artması ve çalışanların sahip oldukları izinlerin fazlalığı, insanları seyahat etmenin ve konaklamanın yanı sıra yiyecek içecek hizmeti almaya da yönlendirmektedir.
- İnsanların gelirlerinin artması, dışarıda yeme-içme gereksinimlerini karşılama arzularını artırmaktadır.
- Özellikle çalışan aile bireylerinin sayısının artması geliri de artırmakta; bu da dışarıda yemek yeme gereksinimini karşılamada önemli bir etken olmaktadır.
- Yeni teknolojilerin yardımıyla gelişen sektör ve yeni açılan işletmeler, ekonomik anlamda satın alma gücü artan müşteriler üzerinde olumlu bir etki bırakmaktadır.
- Teknolojideki gelişmelerin yiyecek içecek sektörüne uygulanması ve insanların dışarıda yeme-içmeyi tercih etmesi gibi nedenlerden dolayı işletmelerin sayısı her geçen gün artmaktadır.
- Kârlılığın yüksek olması bu alana yatırım yapan kişi sayısını artırmakta ve dolayısıyla rekabet ortamının yoğunlaşmasına neden olmaktadır.
- Rekabet ortamının oluşmasıyla düşen fiyatlar, kişilerin dışarıda yeme-içme ihtiyacını karşılama isteğini artırmaktadır.
- Özellikle gelişmiş ülkelerde, farklı etnik yiyecek-içecek işletmelerinin ortaya çıkması müşterileri cezbeden bir etken hâline gelmektedir.
- Önceki dönemlerde insanlar tarafından hoş karşılanmayan dışarıda yemek yeme alışkanlığı, günümüzde doğal bir durum ve sosyal bir faaliyet olarak görülmektedir.
- Günümüzde geçmişe nazaran yeme-içme alışkanlıklarının değişmesi, gençlerin dışarıda yemek yeme eğilimlerinin artması, aile içerisinde babaya yüklenen sorumluluğun azalması insanları dışarıda yemek yemeye itmektedir.

Yiyecek içecek sektörünün giderek gelişen bir sektör hâline gelmesi, sektördeki yatırımları da artırmaktadır. Günümüzde birbirlerinden farklı özelliklere sahip yiyecek içecek işletmelerinin sayısı giderek artmaktadır.

2) Talep Değişimleri;

Lokantacılık alt sektör grubunda yer alan işletmelerden özellikle turistik bölgelerde bulunanlar için talep değişimleri yaşansa da, gelişen yeni eğilimler neticesinde dışarıda yemek

yeme alışkanlığında -ekonomik krizler hariç- bir değişim yaşanmamaktadır. Bu da meslek grubunda faaliyet gösteren işletmeler açısından önemli bir rekabet avantajı olarak ortaya çıkmaktadır.

4.11.4. İlgili ve Destekleyici Kurumlar

1) Üniversite Sektör İş Birliği;

Lokantacılık alt meslek grubunda yer alan işletmeler ile üniversiteler arasında yaygın olarak değerlendirilebilecek bir iş birliğinden söz etmek mümkün değildir. Ancak üniversitelerin, özellikle tüm esnaf ve sanatkârların ve onların işletmelerinin kişisel ve kurumsal gelişimine katkıda bulunmayı, hizmet veren ve mal satan esnafın kalitesini geliştirmeyi, hizmet alan tüketicilerin de bu sayede memnuniyetlerinin gelişimine katkı sağlamayı amaçlayan bir rol üstlenmesi önem taşımaktadır.

2) Ana ve Yan Sektör İlişkisi;

Lokantacılık alt sektör grubunda yer alan işletmeler için tek bir ana sektörden bahsetmek mümkün değildir. Bu meslek grubunda yer alan işletmelerin, temel ve yan gıda ürünleri tedariği sağlayan tüm işletmeler ile bağlantısı mevcuttur. Bunun yanında meslek grubunda yer alan işletmelerin, kapasitelerine ve büyüklüklerine göre endüstriyel mutfak ekipmanları üretimi ve satışı yapan firmalar, mobilya üreticileri ile bilgi ve iletişim teknolojileri alanında ürün tedariği yapan firmalarla da bağlantıları mevcuttur.

3) AR-GE Çalışmaları;

Genel olarak değerlendirildiğinde ve Türkiye'nin AR-GE harcamalarına ayırdığı bütçe göz önünde bulundurulduğunda lokantacılık alt sektör grubunda yer alan işletmeler için yenilikçi uygulamalardan ve AR-GE çalışmalarından bahsetmek pek mümkün gözükmemektedir.

4) Diğer Kurum ve Kuruluşlar ile İlişkiler;

Diğer alt sektör gruplarında olduğu gibi lokantacılık alt sektör grubunda yer alan işletmelerin genel anlamda kamu kurumları ile olan ilişkilerde bir karmaşıklık hâkimdir. Yetki karmaşaları, yetki sınırları, siyasetin etkisi, bürokrasi ve denetim eksikliği bu sorunların başında gelmektedir.

Lokantacılık alt sektör grubundaki esnafların, resmî olarak yükümlü olduğu birden fazla kamu kurumu bulunmaktadır. Vergi ile ilgili olarak Maliye Bakanlığı, ticaret ile ilgili olarak Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, personel açısından Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, denetim açısından ise yerel yönetimler ve Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı yetkilidir. Bu kurumların birbirinden bağımsız politikalar benimsemeleri ve yürütmeleri, esnaflar açısından olumsuz sonuçlar doğurmaktadır.

4.11.5. Devlet

1) Denetim;

Lokantacılık alt sektör grubunda yer alan işletmelerin gelişmesi ve rekabet avantajı elde etmesi, bu sektörün tedarikçisi olan diğer sektörlerin de gelişmelerini sağlamaktadır. Endüstriyel mutfak alanındaki gelişme, buna en çarpıcı örnek olarak verilebilir. Endüstriyel mutfakların kaliteli ürünler için eksiksiz bir altyapı sağlaması ve modern temizlik araçlarının kullanımına uygun olması, hijyenik koşulların sağlanmasında tek başına yeterli değildir. Önemli olan, yiyeceklerin üretiminden tüketimine kadar olan her aşamada sanitasyon ve hijyen kurallarının çalışanlar tarafından uygulanmasıdır.

Özellikle toplum sağlığı ile yakından ilgili olan turizm, hizmet, yiyecek–içecek gibi sektörlerde görev alan kişilerin bu özeni daha fazla göstermeleri gerekmektedir. Çünkü onlar, kendilerinin ve hizmet sundukları kişilerin sağlığından birinci derecede sorumludurlar. Sanitasyon ve hijyen kurallarına uygun verilen hizmet, kaliteyi arttıracağı gibi, hizmet alan kişilerin çeşitli hastalık etkenlerinden korunmasını da sağlayacaktır.

17.12.2011 tarih ve 28145 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Gıda Hijyen Yönetmeliği; gıda işletmecisinin birincil üretim aşaması dâhil üretim, işleme ve dağıtımın tüm aşamalarında gıda hijyenini sağlamak üzere uyması gereken genel hijyen kuralları ile sorumluluklarına ilişkin usul ve esasları belirlemektedir. Ülkemizde Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, kuruluş ve görevleri hakkında 441 sayılı KHK'ya dayalı olarak gıda kontrol hizmetlerini yürütmektedir.

Bundan başka, özellikle zincir restoranlar, son yıllarda giderek artan oranda özel kuruluşlardan denetim hizmeti alarak profesyonel anlamda değerlendirme talep etmektedirler. Bu özel kuruluşlar, işletmelerde gıda güvenliği ve temel hijyen uygulamalarının etkinliğini ölçmek, hata, uygunsuzluk ve eksiklikleri belirlemek amacı ile yaptıkları denetimleri uzman denetçileri ile gerçekleştirmektedirler.

Denetim periyodları ve denetimin haberli ya da habersiz olması, işletmenin tercihine göre değişebilmektedir. Denetimde kullanılan kontrol listeleri, denetim kuruluşuna ya da denetlenen işletmeye ait olabilir ama gözden kaçırılmaması gereken konu, denetimin Gıda Hijyen Yönetmeliği'ni ve ilgili standart gerekliliklerini (TS 13027 Gıda Üretim Yerlerinde Hijyen ve Sanitasyon Genel Kuralları Standardı gibi) dikkate almasıdır.

Sonuç olarak; yasal ve ilgili standart gerekliliklerini dikkate alarak yapılmış hijyen denetimleri, denetlenen işletmeye etkin bir pazarlama avantajı ve firma itibarında artış sağlayacaktır. Denetim raporlarını etkin bir şekilde değerlendirebilen işletme; yasal mevzuatlara uyum, müşteri memnuniyeti, personel bilincinde artış, tehlikelerin ekonomik şekilde ortadan kaldırılması, hatalı ürün miktarında azalış, gıda israfının engellenmesi, çalışma ortamının iyileştirilmesi konularında kararlı bir ilerleme sağlayacaktır. Yönetim etkinliğinin artmasıyla gıda tedarik zincirinde iyi bir yer/güven oluşturmuş işletmenin, uluslararası pazarlara girişte ilk gereksinimi karşılanmış olacaktır.

2) Vergiler ve Teşvikler

Teşvikler ve destekler açısından değerlendirildiğinde ise diğer esnaf ve sanatkâr meslek gruplarında olduğu gibi, lokantacılık alt sektör grubunda yer alan işletmelere yönelik sistematik ve kurumsallaşmış bir destek politikasının olduğu söylenemez. Ülkemizde birçok kamu kuruluşu tarafından KOBİ'lere yönelik çeşitli destek ve teşvik programları uygulanmaktadır. Kuruluş amacı bu işletmeleri desteklemek olan KOSGEB ve Halk Bankası bu konuda ön plana çıkmaktadır. Ancak, raporun diğer bölümlerinde belirtildiği gibi esnaf ve sanatkâr işletmelerinin söz konusu kurumlar aracılığıyla verilen desteklerden yararlanma oranı oldukça düşük kalmaktadır. Bunun nedenleri arasında; sağlanan teşvikler ve destek programlarından yararlanabilmek için getirilen koşulların çoğu kez, esnaf sanatkâr işletmelerinin yerine getiremeyeceği kadar ağır olması ve bürokratik işlemlerin fazlalığı ön plana çıkmaktadır.

4.12. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
• Gelir artışına bağlı olarak lokantaların tercih edilmesi, • Sektörün sürekli olarak büyümesi, • Elektronik adisyon gibi yeni uygulamaların ucuz olup hemen uygulanabilmesi ve yaygınlaşması, • Her türlü girdinin ülkede yetişiyor olması (sebze ve meyve) • Lokantaların gün geçtikçe modernleşmesi,	• Çalışanların çoğunluğunun eğitim seviyesinin düşük olması, • Neredeyse her türlü girdinin ülkede yetişiyor olmasına rağmen soğuk hava depolarının az olması gibi nedenlerle bunun avantaja dönüştürülememesi ve bu nedenle girdi fiyatlarının özellikle kış aylarında pahalılaşması, • İş gücünün nitelik ve nicelik açısından yetersiz olması, iş gücünün eğitimi konusundaki kronik problemler, sektöre iş gücü sağlayacak meslek yüksekokulunun yetersiz olması • Birlikte hareket etme ve pazarlama eksikliği, • Markalaşmanın az olması, • Tanıtım eksikliği, • Mevzuatın karmaşık ve yetersiz olması, • Yeni iş yeri açılımındaki plansızlıklar, • Finansman ve kredi yetersizliği
Fırsatlar	**Tehditler**
• Zengin bir yemek kültürünün ve çeşitliliğinin olması, • Artan ekonomik refah, • Yaşam kültürünün değişmesine bağlı olarak ailecek yeme ve içme uygulamalarının artması, • Çalışanların eğitim seviyelerinin gün geçtikçe artması (çok yetersiz olmasına rağmen), • Lokantalardaki yönetim anlayışının değişmesi ve müşteri odaklı hizmet anlayışının gelişmesi, • Turist sayısındaki artış, • Küreselleşme ile yeni tat ve türlerin üretilmesi, • Türkiye'nin bir turizm ülkesi olması, • Türkiye'nin, jeopolitik konumundan kaynaklı birçok yemek kültürünün buluşma noktasında olması (Asya, Arap ve Balkanlar)	• Girdi fiyatlarında istikrarın sağlanamaması, mevsimsel fiyat farklılıklarının fazla olması, özellikle de et fiyatlarındaki artışlar, • Girdi denetimlerinin yetersiz olması nedeniyle sağlıksız ürün alma ihtimali, • Küçük esnafa değil de, AVM'lere sağlanan imkânlar, • Ülkenin içinde bulunduğu bölgedeki istikrarsızlıklar, • Standartların olmaması, bu nedenle girdilerin kalitesinin farklılaşması • İklim koşullarının sertleşmesi ihtimali, • Girdi maliyetlerinin yüksek oluşu nedeniyle ürünlere farklı maddelerin katılması, • Ekonomik kriz riski, • Belirli bir yere fazla yığılmalar ve fizibilite çalışması yapılmadan zayıf bir mali yapıyla açılan yeni iş yerleri, • Spekülasyonlar

4.13. Mesleğe Özgü Sorunlar

Türkiye'deki lokantacıların karşılaştığı en büyük sorunlardan bir tanesi, belki de birincisi fiyat istikrarsızlığıdır. Yazın yetişen ve ucuz olarak temin edilebilen birçok ürün, kışın yüksek fiyatlardan alınmak zorunda kalmaktadır. Fiyat farklılaşmalarının yüksek olması sektörü zorlamaktadır. Bunun için soğuk hava depolarının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması ve bu sayede yazın yetişen ürünlerin muhafaza edilerek fiyat istikrarın sağlanması gerekmektedir. Karşılaşılan bir diğer sorun ise spekülasyon sonucu bazı ürünlerin fiyatlarında meydana gelen astronomik artışlardır. Son zamanlarda et ve patatesteki bu istikrarsızlık farklı zamanlarda farklı ürünlerde ortaya çıkmaktadır. Yasal önlem ve etkin denetim ile bu soruna çözüm bulunulması gerekmektedir.

Yukarıda belirtilen temel ve yapısal sorunlar dâhilinde lokantacılık yapan esnaf ve sanatkârlar açısından ortaya çıkan sorunlar aşağıda sıralanmıştır:

1. Lokantacıların satması gereken ürünleri pastacılar, kasaplar, fırınlar, kantinler ve büfelerin sattığı görülmektedir. Hatta bazı bölgelerde gıda işi yapmayan esnaf bile tezgâh önünde kebap vb. gıda maddeleri satmaktadır. Özellikle yeni konseptte açılan marketlerin içinde fırın, lokanta, kasap ve pastane gibi yerlerin açılması esnafı zor durumda bırakmaktadır. Bazı belediyelerin lokantalara geçici ruhsat vermesi, uygunsuz koşullarda lokantaların açılmasına neden olmuştur. Geçici ruhsatın süreklilik arz etmesi, odalara ve esnaf siciline kayıt anlamında kayıt dışılığı artırmaktadır.
2. Ham madde temininde herhangi bir standart bulunmadığından farklı kaliteden farklı girdiler temin edilmektedir. Bu durum ise sunulan ürünün standart olmamasına neden olmaktadır. Dolayısıyla Türk mutfağında, diğer gelişmiş mutfaklar gibi bir lezzet standardı da tutturulamamaktadır. Türk mutfağına özgü yemeklerin yapımında kullanılacak ürünlerden, bu ürünlerin hangi şekilde pişirileceğine kadar bütün süreçleri kapsayan tavsiye niteliğinde bir kılavuzun, ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından hazırlanması gerekmektedir.
3. Lokantacılara yapılan denetimler, büyük alışveriş merkezlerinin içinde faaliyet gösteren lokantalara yapılmamaktadır.
4. Kermeslerin yer ve lokasyon açısından yeterince denetlenmemesi sonucu lokantacı esnafı zarar etmektedir.
5. Yöresel yemek yapan ve kültürel değere sahip lokantalar desteklenmemektedir.
6. Esnaf odalarının lokantacılara verdiği fiyat tarifesi kağıt üzerinde kalmaktadır.
7. Yazın yetişen ve yazın ucuz olarak temin edilebilen birçok ürün, kışın yüksek fiyatlardan alınmak zorunda kalmaktadır. Aynı şekilde et fiyatlarındaki dalgalanmalar da sektörde fiyat istikrarsızlığına sebep olmaktadır.
8. Aşçılık ve garsonluk mesleğine olan talebin gittikçe azalması nedeniyle sektörde nitelikli aşçı ve garson ihtiyacı artmaktadır. Türk mutfağının hak ettiği yere gelme-

sinde ve kalitenin artırılmasında aşçı ve garsonların önemli rol oynadığı göz önüne alınırsa, sorunun önemi de netleşecektir.

Hamburger, pizza ve piknik işletmelerinde satılan ürünlerde en fazla kullanılan girdi maddesi et olmaktadır. Etlerdeki kalite farklılıkları ve özellikle köftenin içeriğinde kullanılan etin mahiyeti hem tüketici hem de esnaf için önemli bir konudur. Satılan köftenin ve etin kalitesi, işletmeden işletmeye değişmektedir. Özellikle köfte yapımında kullanılan ürünlerin yeterince denetlenmemesi, sağlıksız ürünlerin satılmasına sebebiyet vermektedir. Bazı işletmeler dondurulmuş hazır ürünler kullanmakta bazı işletmeler ise günlük üretim yapmaktadır. Dondurulmuş ürünlerin soğutuculardan dışarı çıkarıldıkları takdirde aynı gün içinde tüketilmesi gerekmekte, fakat bazı işletmeler buna uymamaktadır. Et ve et ürünleri konusunda diğer bir husus ise et fiyatlarının yüksek olması sonucu ucuza ürün satan işletmelerin kaliteden taviz vermesidir. Ucuza satmak isteyen bazı işletmeler, bu konuda yeterince denetim olmaması sebebiyle et ürünleri adı altında başka ürünler satmaktadır.

Yukarıda belirtilen temel ve yapısal sorunlar dâhilinde ortaya çıkan diğer sorunlar aşağıda sıralanmıştır:

1. Üretimin ete bağlı olmasından dolayı et fiyatlarının artmasına bağlı olarak yaşanan maliyet sorunları,
2. Kayıt dışı işletmelerin çoğalması,
3. Donmuş et ürünleri kullanan işletmelerdeki kalite ve tazelik sorunları.

4.14. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Lokantaların sunduğu ürünler, insan sağlığı ile doğrudan ilgili olduğu gibi, bir ülkenin prestiji ve ekonomik kalkınmasıyla da yakından ilgilidir. Turizm sektörünün önemli ayaklarından biri olan yemek kültürü, günümüzde artık başlıca turizm kalemlerinden biri (gastronomi turizmi) hâline gelmiştir. Özellikle Fransız, Çin ve İtalyan mutfaklarının dünyadaki yerine bakıldığında yemek kültürünün ülkelere sağladığı katkıları da gözlemlemek mümkündür. Ülke bazındaki bu katkıların yanında yemek sektörünün istihdam ve iç ekonomik canlılık ile de direkt ilişkili olduğu ve ülkenin can damarlarından birini oluşturduğu açıktır. Ancak bu katkının etkin bir şekilde sağlanabilmesi ve Türk mutfağının dünya çapında hak ettiği yere ulaşması için öncelikle yemek kültürünün oturtulması, standartların konulması, tanıtımların yapılması ve alanda nitelikli personele sahip nitelikli hizmet veren kurumların yaygınlaştırılmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

Yemek kültürünün bir diğer önemli boyutu da sağlıkla ilişkilidir. Türk mutfağı çok tanınmamakla birlikte Çin, İtalyan ve Fransız mutfağından sonra dünyanın en zengin mutfakları arasında gösterilmektedir. Sağlık açısından birçok yararlı uygulamanın yer aldığı Türk mutfağının; ekonomik kaygılar, eğitim yetersizliği ve alışkanlıklardan dolayı sağlık açısından bazı tehditleri de barındırdığı bilimsel literatürde ifade edilmektedir. Bu sorunların ortadan kaldırılması için gerekli eğitim, yasal ve kültürel sistemlerin oluşturulması önem taşımaktadır.

Yemek kültürü ve yemek sektörünün hem vatandaşların sağlığı hem de ülkeye kattığı katma değer açısından büyük önem taşıdığı bilinmektedir. Lokantacılık mesleği, geliri tabana yayması, sağladığı istihdam, ekonomik canlılığa ve ülke istikrarına katkıları göz önüne alındığında üzerinde özellikle durulması gereken mesleklerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü Türkiye'de 80.000'den fazla işletme bulunmakta ve bunların ekonomiye katkılarının 30 milyar dolardan fazla olduğu ifade edilmektedir. Her yıl sağlanan istihdamın %5'i sadece lokanta ve pastanelere olmaktadır. Bu nedenlerle bu alanda faaliyet gösteren işletmelerin mevcut durumları ve sorunlarının detaylı bir sektör analizine tabi tutulması ve analizler sonucunda uzun vadeli yol haritasının çıkarılması büyük önem taşımaktadır.

Bu bağlamda mesleğin önünün açılması ve uzun vadede sağlıklı bir şekilde ekonomik faaliyetlerine devam edebilmesi için aşağıdaki önlem ve tavsiyelerin dikkate alınmasında fayda vardır:

- Esnaf odalarının lokantacılara verdiği fiyat tarifesinin sadece kâğıt üzerinde kalmaması için odaların ilgili konuda denetim yapması,
- Lokantacılık mesleğinde belli bir dereceye gelmiş kişilerin okullarda ders vermesi,
- Genç nüfusun lokantacı ustalığına özendirilmesi,
- Sektördeki nitelikli eleman ihtiyacının karşılanması için esnaf odalarının mesleki okullara entegre edilmesi ya da odaların kendi okullarını açarak nitelikli eleman yetiştirmesi,
- Yöresel damak tatlarımızın kaybolmaması ve yeni kuşaklara aktarılması için, lokantacılık mesleğinin ve ustalığının teşvik edilmesi,
- Belediyelerin lokantacılık mesleğine haiz olmayan kişilere iş yeri açma ruhsatı vermemesi,
- Lokantacılar, pastacılar, kasaplar, kantinciler ve fırıncıların sattığı ürün gamında benzerliklerin ortadan kaldırılması ve meslekler bazında bir ayrıştırma yapılması,
- Et ve sebze-meyve fiyatlarında dalgalanmaların önüne geçilmesi,
- Lokantacılara yapılan denetimlerin, büyük alışveriş merkezlerinin içinde faaliyet gösteren lokantalara da aynı şekilde yapılması,
- Belediyelerin, uygunsuz koşullardaki lokantalara tali ruhsat vermesinin önüne geçilmesi.

5. Pazarcılık Alt Sektör Grubu

5.1. Meslek Tanımları

Pazarcılık alt sektör grubunda tanımlanan meslekler ve tanımları aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:

Tablo 77. Pazarcılık Alt Sektör Grubu Meslek Tanımları

Meslek	Tanım
Manavlık	Sebze ve meyve satışı yapılan iş yerinde, satışı yapılacak sebze ve meyveleri temin etme, satışa hazırlama ve satış işlemlerini gerçekleştirme mesleğidir.
Kabzımallık	Meyve, sebze üreticileri ile perakende satıcılar arasında komisyonculuk mesleğinin icra edilmesidir
Pazarcılık	Semt pazarlarında meyve, sebze ve bakliyat gibi tarım ürünlerinin satışının yapılması mesleğidir.

Bu tanımlar mevcut durum analizi neticesinde İŞKUR tanımları dikkate alınarak yapılmış tanımlardır. İŞKUR tarafından meslek değil, mesleği icra eden kişi tanımlandığı için, raporun gerektirdiği doğrultuda bu tanımlar baz alınarak küçük revizeler yapılmıştır. MYK'nın bu alt meslek grubundaki meslekler için hazırlamış olduğu herhangi bir meslek standardı ya da tanımı bulunmamaktadır.

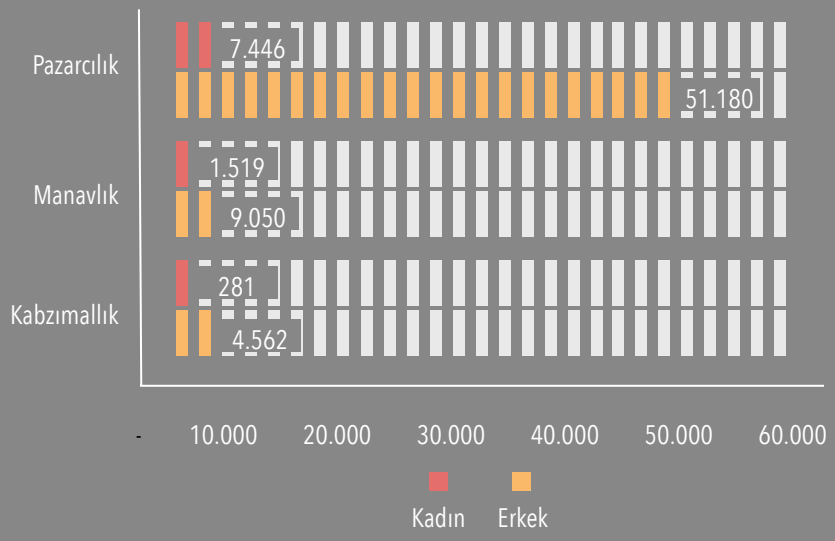
5.2. Mesleğin Tarihsel Gelişimi

Tarihteki ilk "pazar" formatının, 4. yüzyılda Pers şehirlerinde halkın alışveriş yapması için kurulan fuarlar olarak ortaya çıktığı düşünülmektedir. Kurulan bu fuarlar zamanla Arap Yarımadası'ndaki diğer ülkelere yayılım göstermiş ve bu alanlarda pazarlar kurulmaya başlanmıştır. Bu coğrafyaların, dönemin ticaret yollarının kesiştiği yerlerde olması sebebiyle de pazarcılık sektörü hızla gelişmiştir. Birçok çeşidin ve rekabet ortamının etkisiyle daha uygun fiyatların bulunduğu bu alanlar, halkın gözdesi konumuna gelmişlerdir. Çoğalan nüfusun isteklerini karşılayabilmek; günlük veya haftalık ihtiyaçlarının teminini sağlayabilmek amacıyla belirli günlere dayalı seyyar (günübirlik) pazarcılık faaliyetinin zemini oluşmuştur. Şehir merkezlerine yönelik göç akınının yarattığı kümelenmeler, vasıfsız eleman statüsünde olduğundan istihdam sorunları başlamış; tarım ve tarımsal ürünler hakkında bilgi sahibi olan bu insanların bir kısmı, yaşamını sürdürebilmek için yerleşik nüfusa yönelik sınırlı ticaret alanı statüsündeki pazarcılığı meslek olarak seçmişlerdir. Pazarcılığın bir faaliyetten bir mesleğe dönüşümü bu şekilde gerçekleşmiştir. Günümüzde tüm dünyada birçok meslek alanı kaybolmaya yüz tutmuşken ikamesi konulamayan pazarcılık mesleği, sunduğu çeşitlilik ve her alım gücüne hitap etme yönüyle gelişimini sürdürerek devam etmektedir.

İnsanlar, yerleşik hayata geçişin ardından başlayan tarım faaliyetleri ile sebze ve meyve gibi ürünler üretmeye ve gerek takas yoluyla gerekse ürünlerin satışından kazandıkları para karşılığında diğer gereksinimlerini karşılama yolunu seçmişlerdir. Bu çerçevede zamanla sebze ve meyve ticareti gelişmiş; bu da manavlık mesleğinin ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Daha yakın dönemlerde, manavlar kırsalda üretilen sebze ve meyvelerin şehirlerde satışını gerçekleştirmişlerdir. Özellikle şehirlerin büyümesi, nüfusun artması ve sebze-meyve talebinin yükselmesiyle manavlık mesleği büyük bir gelişim göstermiş ve yüzyıllar boyunca yayılmıştır. Ancak son dönemlerde kurulan uluslararası boyuttaki alışveriş merkezleriyle, ürün çeşitliliği ve fiyat konusunda rekabet edemeyen manav dükkânları zor durumda kalmaktadır.

5.3. Mesleğe İlişkin İstatistiki Veriler

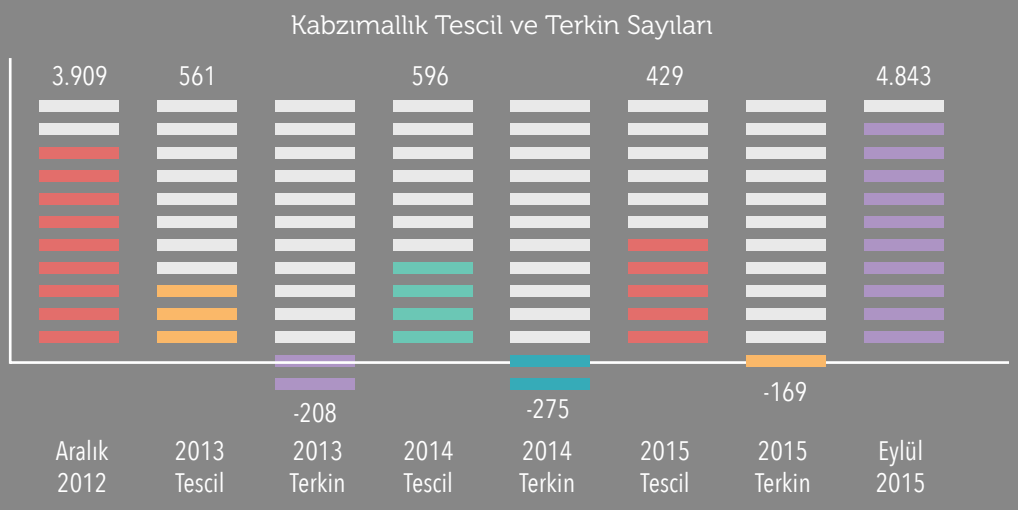
Tablo 78. Pazarcılık Alt Sektör Grubu Mesleklere Göre Esnaf Sayısı ve Cinsiyet Dağılımı



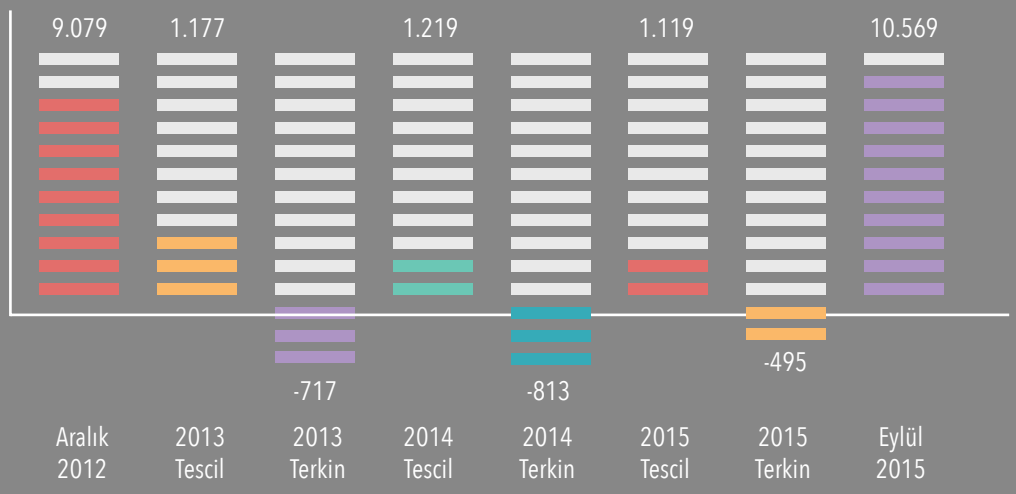
Mesleğin en büyük kısmını 58.626 kişi ile pazarcılar oluşturmaktadır. Pazarcıların %13'ünü kadınlar oluşturmaktadır. Kadın esnaf oranının %14 olduğu manavlık mesleğinde ise toplamda 10.569 esnaf bulunmaktadır. Kadın oranın en düşük olduğu (%6) kabzımallık mesleğini icra eden 4.843 esnaf bulunmaktadır.

Mesleklerin yıllara göre tescil terkin sayıları da aşağıdaki şekilde gerçekleşmiştir:

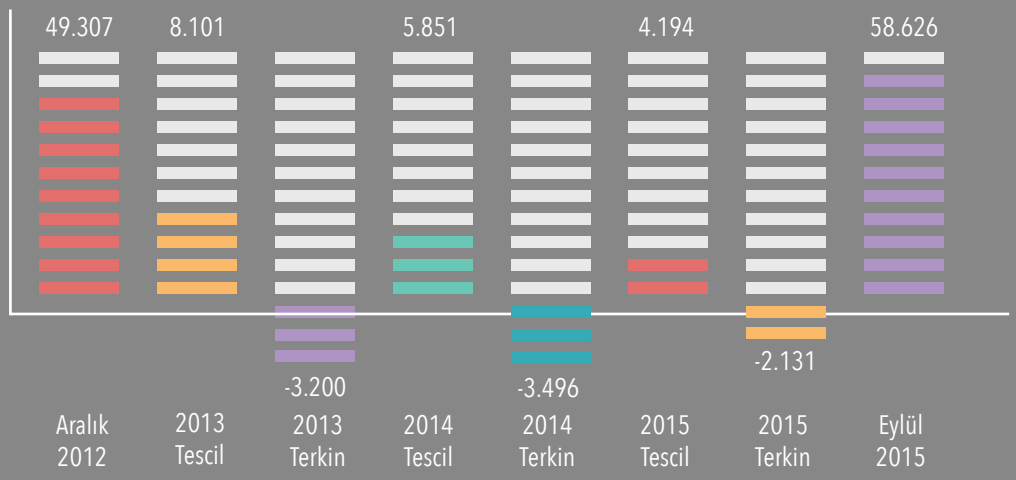
Şekil 23. Pazarcılık Alt Sektör Grubu Tescil ve Terkin Sayıları



Manavlık Tescil ve Terkin Sayıları

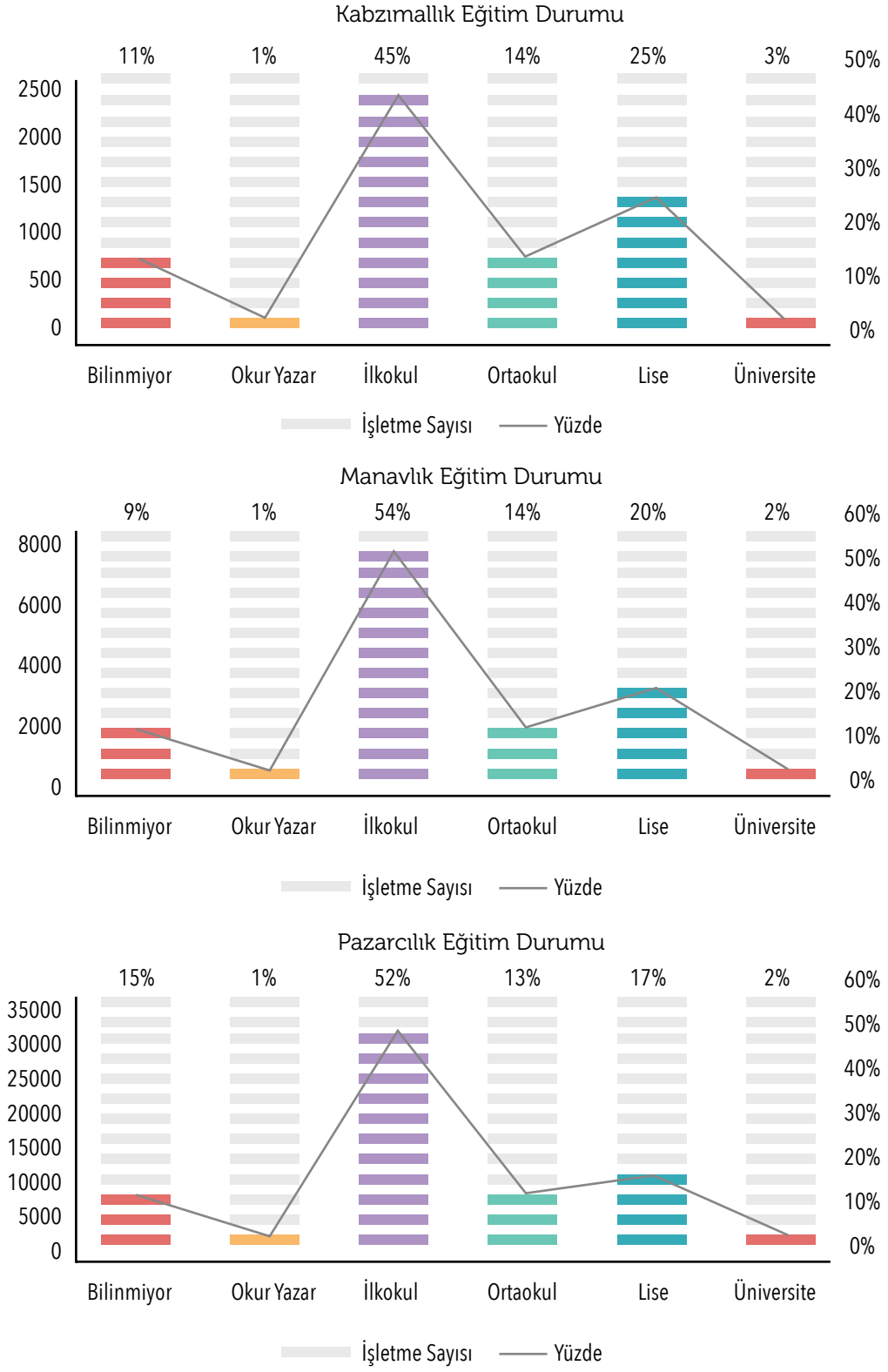


Pazarcılık Tescil ve Terkin Sayıları



Bu mesleklerde faaliyet gösteren esnafların eğitim durumu ise aşağıdaki şekilde özetlenmiştir:

Şekil 24. Pazarcılık Alt Sektör Grubu Eğitim Durumu



5.4. Mesleğin Bölgeler İtibarıyla Dağılımı

5.4.1. Kabzımallık

Tablo 79. Kabzımallık Mesleği Bölgesel Dağılımları

BÖLGELER	KAYITLI ESNAF SAYISI
AKDENİZ BÖLGESİ	1.923
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	584
MARMARA BÖLGESİ	577
EGE BÖLGESİ	541
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	421
ORTA KARADENİZ BÖLGESİ	278
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	263
BATI KARADENİZ BÖLGESİ	173
DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ	95

5.4.2. Manavlık

Tablo 80. Manavlık Mesleği Bölgesel Dağılımları

BÖLGELER	KAYITLI ESNAF SAYISI
EGE BÖLGESİ	4.810
AKDENİZ BÖLGESİ	2.041
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	891
MARMARA BÖLGESİ	845
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	722
ORTA KARADENİZ BÖLGESİ	370
BATI KARADENİZ BÖLGESİ	363
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	286
DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ	241

5.4.3. Pazarcılık

Tablo 81. Pazarcılık Mesleği Bölgesel Dağılımları

BÖLGELER	KAYITLI ESNAF SAYISI
MARMARA BÖLGESİ	23.353
AKDENİZ BÖLGESİ	10.225
EGE BÖLGESİ	10.094
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	8.196
ORTA KARADENİZ BÖLGESİ	2.832
BATI KARADENİZ BÖLGESİ	1.783
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	1.004
DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ	931
GÜNEYDOĞU ANADOLU BÖLGESİ	208

5.5. Meslekle İlgili Belgelendirme ve Sertifikasyon Süreçleri

3308 sayılı Kanun gereğince çıraklık eğitimi uygulama kapsamındaki meslek dallarında iş yeri açacakların Millî Eğitim Bakanlığınca düzenlenmiş ustalık belgesine sahip olması ya da bu belgeye sahip olanları iş yerinde çalıştırması gerekmektedir.

Ayrıca taşımacılık ve benzeri faaliyetlerde bulunacak esnaf ve sanatkârların, yapacakları faaliyetlere uygun olan K2 yetki belgesini Bakanlıktan almaları zorunludur. Bununla birlikte, "Hijyen Eğitimi Yönetmeliği"ne göre bu alt meslek grubuna dâhil esnafların iş yerlerinde, Millî Eğitim Bakanlığı tarafından verilen hijyen eğitim sertifikasına sahip olmayan kişiler çalıştırılamamaktadır.

12.07.2012 tarih ve 28351 sayılı Pazar Yerleri Hakkında Yönetmelik'e göre semt ve üretici pazarlarındaki satış yerleri, tahsis yoluyla işletilmektedir. Pazarlarda tezgâh açmak isteyen esnafların, ilgili belediyelerden ***Tezgâh Kurma Belgesi*** alması gerekmektedir. Satış yeri tahsis edilecek pazarcıların ilgili esnaf ve sanatkârlar odasına ve üretici ise Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı bünyesinde tutulan ilgili sistemlere kayıtlı olması gerekmektedir. Bu belge bir yıl süre ile geçerli olup her sene yenilenmesi gerekmektedir.

5.6. Meslekteki Üretim Eğilimleri

5.6.1. Kullanılan Gereçler, Teknoloji

Tablo 82. Pazarcılık Alt Sektör Grubu Kullanılan Araç & Gereçler

Meslek	Kullanılan Araç & Gereçler
Manavlık	Afiş, Ambalaj ve paketler, Bıçak, Buzdolabı, Eldiven Etiketler, Hesap makinesi, Manav önlüğü Manav reyonu, Meyve kasaları Meyve ve sebze tezgâhı, Saklama kapları, Soğutucu Şapka, Tartı, Terazi, Temizlik araç ve gereçleri Torba ve keseler, Ürün soğutucu buzdolapları
Kabzımallık	Ambalaj ve paketler, Depo Forklift, Taşıma vasıtaları (kamyon, tır, pickup vb.) Meyve sebze kasaları Soğuk hava deposu Tartı, Taşıma gereçleri
Pazarcılık	Ambalaj ve paketler, Bıçak Bozuk para ve paraları taşımak için bel çantası Buzdolabı, Çöp kovası, Eldiven, Etiketler Hesap makinesi, Meyve ve sebze kasaları Meyve ve sebze reyonları, Meyve ve sebze tezgâhı Pazarcı önlüğü, Sehpalı masa, Portatif masa, Kutular Şapka, Şemsiye, Çadır ve gölgelikler Pazarcı baskülü, Tartı, Temizlik araç ve gereçleri Terazi, Torba ve keseler

5.6.2. Meslekte Üretilen Başlıca Ürünler

Her üç meslek de meyve ve sebze satışı gerçekleştirmektedir. Aylara göre en çok üretilen ve tüketilen sebze ve meyveler aşağıda sunulmuştur:

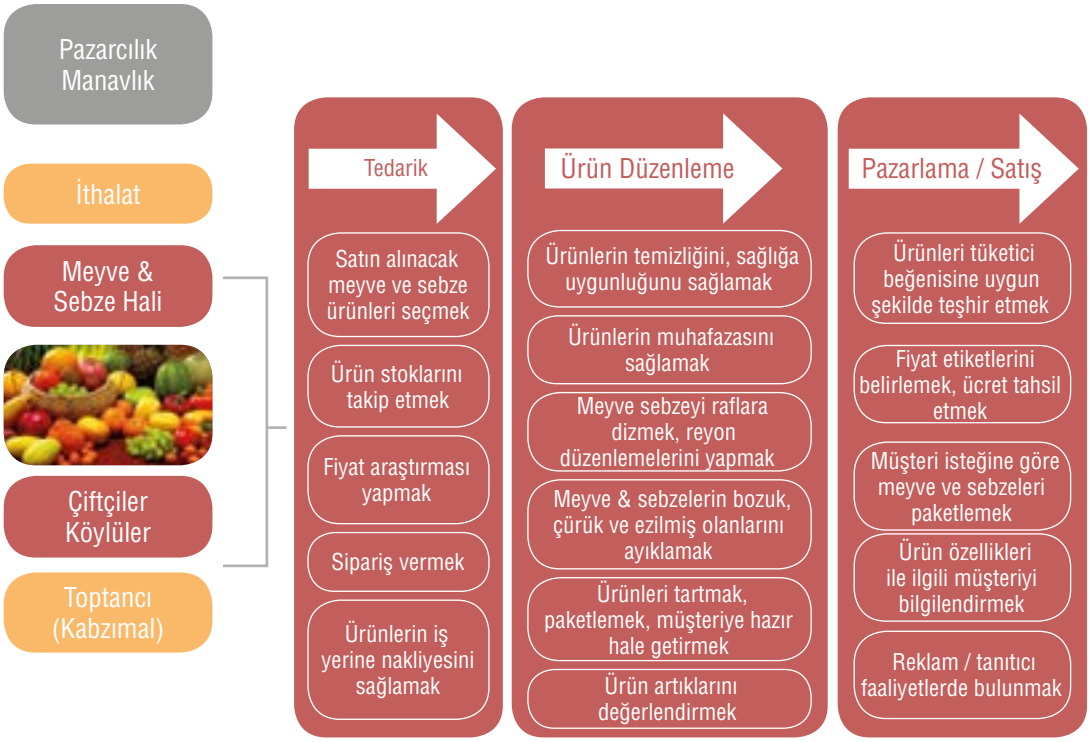
Şekil 25. Aylara Göre Sebze ve Meyveler[23]

Ay	Sebze	Meyve
Ocak	Kereviz, lahana, brüksel lahanası, brokoli, havuç, pırasa, ıspanak, pazı, karaturp, kırmızı turp	Elma, nar, portakal, armut, ayva, greyfurt
Şubat	Brokoli, brüksel lahanası, karnabahar, pazı, hindibağ, ıspanak, pırasa, pancar, defneyaprağı, havuç, frenk soğanı, turp.	Elma, portakal, muz, armut, greyfurt, ayva.
Mart	Ispanak, havuç, pırasa, kırmızı turp, brokoli.	Elma, muz
Nisan	Taze soğan, taze sarımsak, kuşkonmaz, taze kekik, bakla, marul.	Can erik
Mayıs	Enginar, bakla, madımak, semizotu, papatya, ebegümeci, domates, salatalık	Çilek, yeşil erik, malta eriği, dut
Haziran	Enginar, taze patates, taze fasulye, bakla (ayın ortasına kadar), bezelye, kabak, sivribiber, domates, salatalık, kuzu ıspanak, semizotu, rezene, marul, üzüm yaprağı, taze soğan, taze sarımsak, dereotu, dolmalık biber, çalı fasulyesi	Kiraz, yeşil erik, malta eriği, kayısı, şeftali, dut
Temmuz	Domates, salatalık, bezelye, dereotu, kum havucu, taze fasulye, kuzu ıspanak, kabak, patlıcan, semizotu, sivribiber, dolmalık biber, çalı fasulyesi, barbunya fasulyesi	Kayısı, şeftali, kavun, sarıerik, karpuz, ahududu, vişne
Ağustos	Domates, salatalık, patlıcan, dolmalık biber, çarliston biber, sivribiber, taze fasulye, barbunya fasulyesi, kabak, mısır, kırmızı salçalık biber	Kayısı, kavun, kırmızı erik, şeftali, vişne, böğürtlen, karpuz, incir, mürdüm eriği, üzüm
Eylül	Mantar, patlıcan, mısır, pazı, biberiye, barbunya fasulyesi, kabak, dolmalık biber, kırmızı salçalık biber	Mürdüm eriği, fındık, kavun, karpuz, incir, üzüm
Ekim	Mantar, fındık, ceviz, ıspanak, yerelması, pırasa, lahana, kıvırcık salata, kırmızıturp, karnabahar, havuç	Armut, ceviz, üzüm, elma, greyfurt, mandalina, muz
Kasım	Balkabağı, kabak, lahana, kereviz, pırasa, yerelması, havuç, ıspanak, karnabahar, pazı	Ceviz, kestane, üzüm, elma, muz, mandalina, nar, armut, kivi, greyfurt, Trabzon hurması
Aralık	Balkabağı, lahana, yerelması, pırasa, brüksel lahanası, karnabahar, ıspanak, kereviz, havuç, pazı, karalahana	Elma, mandalina, portakal, nar, armut, muz, kivi, kestane, greyfurt, ayva, Trabzon hurması

[23] http://www.kenton.com.tr/sebze-meyve-takvimi/

5.6.3. Meslek Süreçleri

Şekil 26. Pazarcılık Meslek Süreçleri



5.7. Mesleğin Ülke Ekonomisindeki Yeri

5.7.1. Kabzımallık

Kabzımallık mesleği özelinde inceleme yapıldığında Türkiye genelinde toplam oluşturulan ciro 1,5 milyar TL, toplam kâr 62 milyon TL ve toplam zarar ise 9 milyon TL olmuştur. İşletme başına kârlılık ise Türkiye genelinde 12.207 TL olarak gerçekleşmiştir.

Kabzımallık mesleğinde işletme başına en çok kâr bildiren il, 74.075 TL ile Hakkâri olurken; işletme başına en çok zarar bildiren il, 8.861 TL ile Artvin olmuştur.

Tablo 83. Kabzımallık İllere göre Kâr / Zarar Beyanları -2014

Kabzımallık (sebze, meyve toptancısı, komisyoncusu)									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ADANA	186.666 ₺	14.948 ₺	996 ₺	34.197 ₺	İZMİR	124.882 ₺	2.944 ₺	534 ₺	14.430 ₺
ADIYAMAN	12.406 ₺	386 ₺	18 ₺	5.406 ₺	K.MARAŞ	39.501 ₺	1.766 ₺	17 ₺	14.699 ₺

Kabzımallık (sebze, meyve toptancısı, komisyoncusu)									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
AFYON	11.144 ₺	183 ₺	13 ₺	5.843 ₺	KARABÜK	23.483 ₺	813 ₺	185 ₺	20.920 ₺
AĞRI	4.529 ₺	129 ₺	4 ₺	4.637 ₺	KARAMAN	2.878 ₺	143 ₺	0 ₺	7.970 ₺
AKSARAY	3.588 ₺	75 ₺	40 ₺	922 ₺	KARS	1.787 ₺	117 ₺	0 ₺	11.730 ₺
AMASYA	16.889 ₺	516 ₺	159 ₺	6.618 ₺	KASTAMONU	34.321 ₺	596 ₺	0 ₺	20.561 ₺
ANKARA	28.779 ₺	971 ₺	68 ₺	14.804 ₺	KAYSERİ	9.717 ₺	297 ₺	36 ₺	10.425 ₺
ANTALYA	66.627 ₺	4.826 ₺	962 ₺	13.510 ₺	KIRIKKALE	6.279 ₺	55 ₺	93 ₺	-2.908 ₺
ARDAHAN	147 ₺	10 ₺	0 ₺	3.301 ₺	KIRKLARELİ	758 ₺	33 ₺	0 ₺	33.055 ₺
ARTVİN	25 ₺	0 ₺	9 ₺	-8.861 ₺	KİLİS	742 ₺	47 ₺	0 ₺	2.599 ₺
AYDIN	39.100 ₺	1.053 ₺	213 ₺	5.792 ₺	KOCAELİ	15.383 ₺	691 ₺	90 ₺	18.225 ₺
BALIKESİR	39.202 ₺	667 ₺	158 ₺	8.474 ₺	KONYA	36.257 ₺	936 ₺	59 ₺	13.296 ₺
BATMAN	11.009 ₺	195 ₺	28 ₺	4.167 ₺	KÜTAHYA	7.936 ₺	252 ₺	19 ₺	12.233 ₺
BAYBURT	566 ₺	32 ₺	0 ₺	10.654 ₺	MALATYA	556 ₺	91 ₺	2 ₺	5.566 ₺
BİLECİK	502 ₺	43 ₺	0 ₺	7.153 ₺	MANİSA	10.333 ₺	800 ₺	95 ₺	12.160 ₺
BİNGÖL	148 ₺	14 ₺	0 ₺	2.816 ₺	MARDİN	9.602 ₺	129 ₺	16 ₺	3.050 ₺
BİTLİS	6.179 ₺	121 ₺	0 ₺	10.978 ₺	MERSİN	111.038 ₺	6.259 ₺	1.010 ₺	9.241 ₺
BOLU	805 ₺	21 ₺	0 ₺	10.438 ₺	MUĞLA	4.938 ₺	239 ₺	77 ₺	4.751 ₺
BURDUR	1.016 ₺	53 ₺	0 ₺	6.563 ₺	MUŞ	3.997 ₺	48 ₺	1 ₺	3.925 ₺
BURSA	77.796 ₺	2.280 ₺	474 ₺	9.977 ₺	NEVŞEHİR	11.814 ₺	743 ₺	9 ₺	45.852 ₺
ÇANAKKALE	25.086 ₺	549 ₺	448 ₺	1.971 ₺	NİĞDE	15.816 ₺	309 ₺	22 ₺	5.634 ₺
ÇANKIRI	81 ₺	1 ₺	0 ₺	500 ₺	ORDU	5.359 ₺	186 ₺	1 ₺	13.239 ₺
ÇORUM	8.403 ₺	168 ₺	0 ₺	10.498 ₺	OSMANİYE	11.407 ₺	880 ₺	215 ₺	6.654 ₺
DENİZLİ	5.009 ₺	123 ₺	15 ₺	11.987 ₺	RİZE	1.886 ₺	116 ₺	6 ₺	9.126 ₺
DİYARBAKIR	20.099 ₺	953 ₺	11 ₺	8.639 ₺	SAKARYA	10.954 ₺	556 ₺	95 ₺	8.383 ₺
DÜZCE	14.366 ₺	213 ₺	0 ₺	26.662 ₺	SAMSUN	21.980 ₺	785 ₺	113 ₺	9.202 ₺
EDİRNE	78 ₺	1 ₺	0 ₺	873 ₺	SİİRT	5.598 ₺	125 ₺	45 ₺	3.988 ₺
ELAZIĞ	3.050 ₺	99 ₺	19 ₺	6.694 ₺	SİVAS	1.410 ₺	134 ₺	96 ₺	1.752 ₺
ERZİNCAN	4.350 ₺	157 ₺	0 ₺	19.645 ₺	ŞANLIURFA	21.659 ₺	1.374 ₺	195 ₺	7.326 ₺
ERZURUM	18.543 ₺	662 ₺	9 ₺	9.884 ₺	ŞIRNAK	1.527 ₺	31 ₺	1 ₺	5.068 ₺
ESKİŞEHİR	2.333 ₺	119 ₺	2 ₺	6.520 ₺	TEKİRDAĞ	33 ₺	5 ₺	0 ₺	5.393 ₺
GAZİANTEP	34.947 ₺	1.245 ₺	57 ₺	16.979 ₺	TOKAT	30.415 ₺	946 ₺	161 ₺	8.088 ₺
GİRESUN	2.608 ₺	78 ₺	6 ₺	8.979 ₺	TRABZON	45.968 ₺	869 ₺	607 ₺	4.856 ₺
GÜMÜŞHANE	277 ₺	10 ₺	0 ₺	10.178 ₺	TUNCELİ	511 ₺	40 ₺	0 ₺	5.715 ₺
HAKKÂRİ	3.067 ₺	599 ₺	6 ₺	74.075 ₺	UŞAK	3.897 ₺	123 ₺	46 ₺	7.024 ₺
HATAY	86.896 ₺	2.975 ₺	549 ₺	8.920 ₺	VAN	5.141 ₺	365 ₺	1 ₺	21.387 ₺
IĞDIR	1.392 ₺	23 ₺	0 ₺	7.579 ₺	YALOVA	7.812 ₺	207 ₺	29 ₺	13.663 ₺
ISPARTA	14.584 ₺	372 ₺	49 ₺	8.980 ₺	YOZGAT	5.567 ₺	244 ₺	9 ₺	4.706 ₺
İSTANBUL	69.288 ₺	1.900 ₺	433 ₺	21.264 ₺	ZONGULDAK	27.097 ₺	757 ₺	175 ₺	6.695 ₺
Türkiye Toplam						**1.501.821 ₺**	**61.821 ₺**	**8.806 ₺**	**12.207 ₺**

5.7.2. Manavlık

Manavlık mesleği özelinde inceleme yapıldığında Türkiye genelinde toplam oluşturulan ciro 753 milyon TL, toplam kâr 42 milyon TL ve toplam zarar ise 8 milyon TL olmuştur. İşletme başına kârlılık ise Türkiye genelinde 3.737 TL olarak gerçekleşmiştir.

Manavlık mesleğinde işletme başına en çok kâr bildiren il, 10.045 TL ile Yalova olurken; işletme başına en çok zarar bildiren il, 3.573 TL ile Kırklareli olmuştur.

Tablo 84. Manavlık İllere göre Kâr / Zarar Beyanları -2014

Manavlık									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ADANA	9.639 ₺	493 ₺	183 ₺	2.718 ₺	K.MARAŞ	7.547 ₺	655 ₺	29 ₺	6.320 ₺
ADIYAMAN	1.702 ₺	90 ₺	0 ₺	3.339 ₺	KARABÜK	3.296 ₺	202 ₺	89 ₺	1.852 ₺
AFYON	4.981 ₺	330 ₺	15 ₺	4.847 ₺	KARAMAN	4.877 ₺	156 ₺	3 ₺	3.412 ₺
AĞRI	2.728 ₺	143 ₺	6 ₺	3.038 ₺	KARS	2.607 ₺	308 ₺	0 ₺	6.046 ₺
AKSARAY	11.298 ₺	294 ₺	75 ₺	2.322 ₺	KASTAMONU	12.884 ₺	450 ₺	5 ₺	7.414 ₺
AMASYA	2.061 ₺	86 ₺	0 ₺	2.779 ₺	KAYSERİ	6.689 ₺	271 ₺	146 ₺	1.406 ₺
ANKARA	34.488 ₺	1.778 ₺	742 ₺	5.569 ₺	KIRIKKALE	890 ₺	38 ₺	32 ₺	470 ₺
ANTALYA	83.466 ₺	3.419 ₺	503 ₺	5.208 ₺	KIRKLARELİ	591 ₺	29 ₺	75 ₺	-3.573 ₺
ARDAHAN	489 ₺	16 ₺	8 ₺	1.052 ₺	KIRŞEHİR	714 ₺	80 ₺	0 ₺	5.691 ₺
ARTVİN	1.435 ₺	84 ₺	5 ₺	3.616 ₺	KİLİS	20 ₺	14 ₺	0 ₺	1.276 ₺
AYDIN	22.341 ₺	1.867 ₺	81 ₺	2.512 ₺	KOCAELİ	5.114 ₺	236 ₺	35 ₺	6.926 ₺
BALIKESİR	10.375 ₺	689 ₺	134 ₺	3.965 ₺	KONYA	5.828 ₺	392 ₺	28 ₺	3.873 ₺
BARTIN	1.555 ₺	86 ₺	29 ₺	2.506 ₺	KÜTAHYA	2.112 ₺	111 ₺	96 ₺	554 ₺
BATMAN	346 ₺	10 ₺	0 ₺	2.518 ₺	MALATYA	7.341 ₺	479 ₺	665 ₺	-1.502 ₺
BAYBURT	482 ₺	40 ₺	0 ₺	2.664 ₺	MANİSA	54.091 ₺	6.349 ₺	95 ₺	5.564 ₺
BİLECİK	627 ₺	32 ₺	14 ₺	1.762 ₺	MARDİN	976 ₺	51 ₺	0 ₺	1.757 ₺
BİNGÖL	503 ₺	40 ₺	0 ₺	2.676 ₺	MERSİN	21.199 ₺	1.734 ₺	167 ₺	3.704 ₺
BİTLİS	1.767 ₺	142 ₺	0 ₺	3.552 ₺	MUĞLA	60.306 ₺	5.576 ₺	392 ₺	6.231 ₺
BOLU	2.945 ₺	109 ₺	34 ₺	2.442 ₺	MUŞ	3.005 ₺	135 ₺	1 ₺	4.789 ₺
BURDUR	13.005 ₺	955 ₺	48 ₺	2.491 ₺	NEVŞEHİR	2.180 ₺	76 ₺	105 ₺	-1.637 ₺
BURSA	8.599 ₺	531 ₺	199 ₺	2.522 ₺	NİĞDE	1.558 ₺	59 ₺	0 ₺	2.803 ₺
ÇANAKKALE	1.809 ₺	176 ₺	0 ₺	4.882 ₺	ORDU	5.753 ₺	309 ₺	96 ₺	4.188 ₺
ÇANKIRI	4.099 ₺	121 ₺	110 ₺	131 ₺	OSMANİYE	466 ₺	149 ₺	23 ₺	2.680 ₺
ÇORUM	3.450 ₺	137 ₺	7 ₺	4.333 ₺	RİZE	3.165 ₺	111 ₺	39 ₺	2.103 ₺
DENİZLİ	23.887 ₺	1.313 ₺	228 ₺	2.148 ₺	SAKARYA	13.641 ₺	562 ₺	110 ₺	4.033 ₺
DİYARBAKIR	2.323 ₺	186 ₺	164 ₺	894 ₺	SAMSUN	9.351 ₺	449 ₺	65 ₺	2.700 ₺
DÜZCE	5.429 ₺	240 ₺	62 ₺	4.337 ₺	SİİRT	8.800 ₺	129 ₺	4 ₺	5.688 ₺
EDİRNE	2.283 ₺	49 ₺	63 ₺	-431 ₺	SİNOP	9.687 ₺	350 ₺	14 ₺	5.785 ₺
ELAZIĞ	3.590 ₺	138 ₺	0 ₺	2.373 ₺	SİVAS	5.505 ₺	182 ₺	90 ₺	1.988 ₺
ERZİNCAN	827 ₺	20 ₺	0 ₺	2.471 ₺	ŞANLIURFA	728 ₺	118 ₺	0 ₺	2.194 ₺
ERZURUM	6.579 ₺	350 ₺	15 ₺	4.470 ₺	ŞIRNAK	2.145 ₺	52 ₺	4 ₺	4.359 ₺

Manavlık									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ESKİŞEHİR	3.719 ₺	172 ₺	17 ₺	5.174 ₺	TEKİRDAĞ	1.674 ₺	116 ₺	34 ₺	4.309 ₺
GAZİANTEP	3.062 ₺	180 ₺	20 ₺	2.904 ₺	TOKAT	13.470 ₺	381 ₺	36 ₺	5.653 ₺
GİRESUN	7.971 ₺	203 ₺	0 ₺	4.146 ₺	TRABZON	7.092 ₺	264 ₺	184 ₺	1.086 ₺
GÜMÜŞHANE	1.662 ₺	85 ₺	1 ₺	5.240 ₺	TUNCELİ	20 ₺	5 ₺	0 ₺	2.252 ₺
HAKKÂRİ	9.172 ₺	273 ₺	6 ₺	8.903 ₺	UŞAK	19.535 ₺	940 ₺	132 ₺	1.629 ₺
HATAY	8.916 ₺	578 ₺	48 ₺	4.174 ₺	VAN	4.307 ₺	160 ₺	5 ₺	2.764 ₺
IĞDIR	1.158 ₺	19 ₺	0 ₺	1.900 ₺	YALOVA	3.816 ₺	83 ₺	12 ₺	10.045 ₺
ISPARTA	2.821 ₺	62 ₺	63 ₺	-35 ₺	YOZGAT	3.902 ₺	126 ₺	0 ₺	3.419 ₺
İSTANBUL	55.881 ₺	1.824 ₺	1.603 ₺	991 ₺	ZONGULDAK	4.353 ₺	404 ₺	89 ₺	5.622 ₺
İZMİR	68.782 ₺	2.183 ₺	711 ₺	4.268 ₺					
Türkiye Toplam						753.486 ₺	41.835 ₺	8.098 ₺	3.737 ₺

5.7.3. Pazarcılık

Pazarcılık mesleği özelinde inceleme yapıldığında Türkiye genelinde toplam oluşturulan ciro 3,3 milyar TL, toplam kâr 184 milyon TL ve toplam zarar ise 66 milyon TL olmuştur. İşletme başına kârlılık ise Türkiye genelinde 2.305 TL olarak gerçekleşmiştir.

Pazarcılık mesleğinde işletme başına en çok kâr bildiren il, 6.769 TL ile Diyarbakır olurken; işletme başına en çok zarar bildiren il, 11.627 TL ile Ardahan olmuştur.

Tablo 85. Pazarcılık İllere göre Kâr / Zarar Beyanları -2014

Pazarcılık									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
ADANA	50.000 ₺	1.820 ₺	478 ₺	3.021 ₺	K.MARAŞ	288 ₺	87 ₺	1 ₺	4.546 ₺
ADIYAMAN	655 ₺	64 ₺	0 ₺	2.573 ₺	KARABÜK	10.205 ₺	857 ₺	77 ₺	5.131 ₺
AFYON	58.274 ₺	5.467 ₺	363 ₺	4.109 ₺	KARAMAN	10.979 ₺	782 ₺	21 ₺	2.126 ₺
AĞRI	868 ₺	37 ₺	17 ₺	1.973 ₺	KARS	294 ₺	81 ₺	0 ₺	4.044 ₺
AKSARAY	6.073 ₺	224 ₺	272 ₺	-306 ₺	KASTAMONU	20.147 ₺	1.723 ₺	177 ₺	3.789 ₺
AMASYA	36.005 ₺	1.851 ₺	183 ₺	3.641 ₺	KAYSERİ	43.431 ₺	1.991 ₺	582 ₺	1.699 ₺
ANKARA	136.703 ₺	5.226 ₺	2.404 ₺	1.963 ₺	KIRIKKALE	7.550 ₺	595 ₺	218 ₺	1.493 ₺
ANTALYA	247.989 ₺	15.679 ₺	3.860 ₺	2.127 ₺	KIRKLARELİ	21.671 ₺	2.435 ₺	680 ₺	2.236 ₺
ARDAHAN	3.309 ₺	24 ₺	163 ₺	-11.627 ₺	KIRŞEHİR	10.753 ₺	1.030 ₺	30 ₺	5.778 ₺
ARTVİN	6.389 ₺	219 ₺	60 ₺	3.120 ₺	KİLİS	47 ₺	18 ₺	0 ₺	2.041 ₺
AYDIN	27.893 ₺	2.687 ₺	46 ₺	2.791 ₺	KOCAELİ	121.149 ₺	7.003 ₺	2.283 ₺	2.627 ₺
BALIKESİR	83.534 ₺	8.384 ₺	1.413 ₺	3.402 ₺	KONYA	156.700 ₺	6.787 ₺	1.773 ₺	2.592 ₺
BARTIN	1.957 ₺	160 ₺	28 ₺	4.025 ₺	KÜTAHYA	25.551 ₺	2.528 ₺	316 ₺	2.433 ₺

Pazarcılık									
Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)	Şehir	Ciro (Bin TL)	Kâr (Bin TL)	Zarar (Bin TL)	İşletme Başı Kârlılık (TL)
BATMAN	161 ₺	3 ₺	6 ₺	-1.057 ₺	MALATYA	8.921 ₺	932 ₺	34 ₺	2.074 ₺
BAYBURT	1.168 ₺	86 ₺	0 ₺	5.086 ₺	MANİSA	24.283 ₺	4.994 ₺	280 ₺	5.488 ₺
BİLECİK	9.340 ₺	686 ₺	47 ₺	3.118 ₺	MARDİN	2.163 ₺	53 ₺	0 ₺	6.682 ₺
BİNGÖL	26 ₺	5 ₺	0 ₺	1.365 ₺	MERSİN	33.741 ₺	2.322 ₺	986 ₺	1.216 ₺
BİTLİS	1.702 ₺	42 ₺	98 ₺	-6.274 ₺	MUĞLA	9.150 ₺	1.368 ₺	148 ₺	5.623 ₺
BOLU	12.079 ₺	827 ₺	210 ₺	1.959 ₺	MUŞ	3.136 ₺	65 ₺	0 ₺	4.987 ₺
BURDUR	2.379 ₺	126 ₺	17 ₺	1.540 ₺	NEVŞEHİR	15.412 ₺	652 ₺	180 ₺	1.202 ₺
BURSA	137.911 ₺	9.174 ₺	2.453 ₺	2.939 ₺	NİĞDE	36.326 ₺	1.029 ₺	264 ₺	1.466 ₺
ÇANAKKALE	44.635 ₺	3.386 ₺	777 ₺	2.526 ₺	ORDU	23.873 ₺	1.377 ₺	240 ₺	2.820 ₺
ÇANKIRI	7.158 ₺	244 ₺	74 ₺	2.124 ₺	OSMANİYE	26.860 ₺	1.298 ₺	5 ₺	5.234 ₺
ÇORUM	16.717 ₺	1.333 ₺	154 ₺	3.187 ₺	RİZE	5.638 ₺	491 ₺	53 ₺	3.245 ₺
DENİZLİ	13.055 ₺	956 ₺	111 ₺	2.865 ₺	SAKARYA	65.862 ₺	3.788 ₺	408 ₺	4.141 ₺
DİYARBAKIR	1.817 ₺	88 ₺	0 ₺	6.769 ₺	SAMSUN	56.090 ₺	3.003 ₺	347 ₺	3.633 ₺
DÜZCE	36.288 ₺	1.367 ₺	307 ₺	2.506 ₺	SİİRT	1.610 ₺	74 ₺	0 ₺	4.325 ₺
EDİRNE	33.307 ₺	1.954 ₺	64 ₺	2.319 ₺	SİNOP	1.744 ₺	257 ₺	19 ₺	2.863 ₺
ELAZIĞ	1.158 ₺	43 ₺	0 ₺	2.258 ₺	SİVAS	17.823 ₺	653 ₺	356 ₺	1.164 ₺
ERZİNCAN	599 ₺	102 ₺	1 ₺	3.048 ₺	ŞANLIURFA	306 ₺	67 ₺	4 ₺	3.000 ₺
ERZURUM	13.323 ₺	470 ₺	242 ₺	2.262 ₺	ŞIRNAK	53 ₺	6 ₺	0 ₺	1.839 ₺
ESKİŞEHİR	37.895 ₺	2.492 ₺	513 ₺	3.147 ₺	TEKİRDAĞ	47.311 ₺	4.000 ₺	731 ₺	2.855 ₺
GAZİANTEP	5.032 ₺	268 ₺	12 ₺	4.270 ₺	TOKAT	19.407 ₺	1.247 ₺	33 ₺	2.576 ₺
GİRESUN	15.861 ₺	724 ₺	1 ₺	2.977 ₺	TRABZON	26.135 ₺	714 ₺	135 ₺	2.081 ₺
GÜMÜŞHANE	5.259 ₺	183 ₺	75 ₺	1.855 ₺	TUNCELİ	45 ₺	12 ₺	0 ₺	2.485 ₺
HAKKÂRİ	1.125 ₺	23 ₺	10 ₺	2.232 ₺	UŞAK	300 ₺	68 ₺	0 ₺	1.830 ₺
HATAY	25.435 ₺	1.691 ₺	92 ₺	2.917 ₺	VAN	324 ₺	38 ₺	0 ₺	2.105 ₺
IĞDIR	17 ₺	7 ₺	0 ₺	3.525 ₺	YALOVA	22.151 ₺	1.087 ₺	417 ₺	1.436 ₺
ISPARTA	35.616 ₺	2.866 ₺	394 ₺	2.854 ₺	YOZGAT	11.211 ₺	582 ₺	26 ₺	2.851 ₺
İSTANBUL	966.040 ₺	37.900 ₺	34.139 ₺	393 ₺	ZONGULDAK	12.182 ₺	753 ₺	199 ₺	4.049 ₺
İZMİR	340.983 ₺	18.578 ₺	5.406 ₺	3.016 ₺					
Türkiye Toplam						**3.326.552 ₺**	**184.313 ₺**	**65.515 ₺**	**2.305 ₺**

5.8. Mesleğin İnsan Kaynağı Analizi

Tablo 86. Pazarcılık Alt Sektör Grubu Yıllara Göre İstihdam Sayıları 2010-2015

Meslek	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2010-2015 Artış
Kabzımallık	3.954	4.936	6.497	7.013	7.914	7.801	97%
Manavlık	2.438	3.173	4.085	4.615	5.316	5.493	125%
Pazarcılık	15.378	19.244	24.794	27.588	30.750	29.930	95%

Mesleklerin istihdam ettikleri kişi sayısına bakıldığında en çok istihdamın pazarcılık mesleğinde gerçekleştiği görülmektedir (29.930 kişi). 2010 senesi ile kıyaslandığında istihdam; pazarcılık mesleğinde %95, manavlıkta %125, kabzımallıkta %97 oranında artış göstermiştir.

5.9. Mesleğin İhracat Potansiyeli ve Mevcut İhracat Faaliyetleri

Tablo 87. Pazarcılık Alt Sektör Grubunun Dış Ticaret Verileri 2015

Meslekler	İhracat Sayısı	İhracat Tutarı	İthalat Sayısı	İthalat Tutarı
Kabzımallık	3681	$64.755.397	212	$4.298.999
Manavlık	57	$369.840	21	$488.708
Pazarcılık	558	$7.488.816	502	$25.472.574

Dış ticaret verileri incelendiğinde ihracatın çok büyük bir kısmının (yaklaşık 65 milyon dolar) kabzımallar tarafından gerçekleştirildiği görülmektedir. İhracatın büyük bir kısmı Hatay, Adana, İzmir, Trabzon ve Antalya illerinden gerçekleşmiştir. Pazarcılık mesleğinde ise 25 milyon dolardan fazla ithalatın büyük bir kısmı İstanbul ve Erzurum illerinden yapılmıştır.

5.10. Müşteri Memnuniyet Durumu

Müşterilerin Esnaflardan Memnuniyet Düzeyi

Müşterilere, sebze-meyve alışverişlerinde, bazı başlıklara göre esnaf ve sanatkârlardan memnuniyet düzeyleri sorulduğunda aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir:

Tablo 88. Müşterilerin Pazarcılık Alt Sektör Grubu Esnaflarından Memnuniyet Düzeyi

Müşterilerin Esnaflardan Memnuniyet Düzeyleri							
	Hiç memnun değilim	Memnun değilim	Ne memnunum ne memnun değilim	Memnunum	Çok memnunum	Memnun	Memnun değil
Ürün/hizmet kalitesi		3	36	117	25	78%	2%
Ürünün tazeliği		2	23	113	43	86%	1%
Ürün/hizmet çeşitliliği	1	12	45	79	44	68%	7%
Pazarlık etme	5	10	34	76	56	73%	8%
Fiyatların ucuzluğu	4	9	47	75	46	67%	7%
Güvence	3	7	39	90	42	73%	6%
Tüketici hakları	7	15	42	80	37	65%	12%

Müşterilerin Esnaflardan Memnuniyet Düzeyleri							
	Hiç memnun değilim	Memnun değilim	Ne memnunum ne memnun değilim	Memnunum	Çok memnunum	Memnun	Memnun değil
Müşteriye gösterilen ilgi	2	10	24	94	51	80%	7%
Tercihlere uygun özel ürün bulabilme	7	8	55	76	35	61%	8%
İş yerinin fiziksel şartları	4	11	38	95	33	71%	8%
Orijinal / marka ürün temini	7	17	48	79	30	60%	13%
İnsan ilişkileri / nezaket	1	6	18	115	41	86%	4%
İş ahlakı	2	3	21	109	46	86%	3%

Müşterilerin esnaflardan yukarıda ifade edilen özelliklere göre memnuniyet düzeyleri genel anlamda yüksektir. Müşteriler en çok ürün kalitesi ve tazeliği (%78-%86), iş ahlakı ile insan ilişkileri/nezaket (%86), müşteriye gösterilen ilgi (%80) açısından esnaflardan memnundur.

Esnaf Sözcüğünün Müşteriler için İfade Ettikleri

Tablo 89. Esnaf Sözcüğünün Müşteriler için İfade Ettikleri

Esnaf Sözcüğü Müşteriler İçin Ne İfade Ediyor?	
Tanınırlık/Bilinirlik	71
Güven	66
Saygınlık	65
Alışkanlık	57
Ürün seçeneklerinin fazla olması	34
Ürünlerin kalitesi	33
Garanti	24
Tüccar	2
Zor geçim	2
Yakın	1
Samimiyet	1
Aile	1
Fedakârlık	1
Kendi işini yapan	1
Ucuzluk	1
Temiz olması	1

Müşteriler, "esnaf" kelimesinin kendilerine ne ifade ettiği sorulduğunda, verdikleri cevaplara göre esnafları en çok güven, saygınlık ve tanınırlık/bilinirlik ile özdeşleştirmektedir. Bunlardan sonra ise alışkanlık, garanti, ürün kalitesi ve seçeneklerin fazla olması gelmektedir. Bu sonuçlar esnafların sosyal ilişki ve güven yönünün ne kadar belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır. Bununla birlikte esnaflar samimiyet, aile, fedakârlık, yakınlık kavramları ile de özdeşleştirilmiştir.

Müşterilerin Esnaflarla İlgili Düşünceleri

Müşterilere tabloda sıralanan ifadelere katılma durumları sorulduğunda alınan cevaplar aşağıda sıralanmıştır. Genel anlamda müşteriler, ifadelere %50-%78 oranlarında katılmışlardır. Müşteriler esnaflardan genel memnuniyet düzeylerini %77 oranında belirtmişlerdir. Esnafların kendileri için bir güven göstergesi olduğu düşüncesine %67 oranında katılmışlardır. En az oranda, %50 ile "esnafta marka ürün bulabiliyorum" ifadesine katılmışlardır.

Tablo 90. Müşterilerin Pazarcılık Alt Sektör Grubu Esnafları Hakkındaki Düşünceleri

	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Esnaftan satın almak istediğim her ürünü bulabiliyorum.	4%	13%	19%	50%	14%
Esnaftan satın almak istediğim markaları bulabiliyorum.	1%	19%	29%	36%	14%
Esnaf benim için güven göstergesidir.	0%	3%	30%	50%	17%
Esnaflarda fiyatlar diğer marketlere göre daha uygundur.	2%	9%	23%	46%	20%
Esnaflar müşteriye geri iade, taksitli satış, vadeli satış vb. çeşitli olanaklar sağlamaktadır.	2%	10%	23%	49%	15%
Esnaflar ihtiyaç duyduğum bilgileri bana sağlamaktadır.	1%	3%	25%	55%	16%
Esnaflar müşterilere karşı saygılıdır.	3%	3%	16%	60%	19%
Esnaflar müşterilere karşı ilgilidir.	1%	4%	18%	57%	20%
Esnaflardan satın aldığım ürünlerde herhangi bir problem ile karşılaştığımda muhatap bir kişi bulabiliyorum.	1%	5%	20%	56%	18%
Yaşamış olduğum problem kısa zamanda çözülüyor.	1%	4%	29%	45%	20%
Sunulan hizmetten ve satılan ürünlerden genel olarak memnunum.	1%	3%	18%	57%	20%

Tablo 91. Müşterilerin Pazarcılık Alt Sektör Grubu Esnafları Tercih Etme Nedenleri

Esnaflardan alışveriş yapma nedenleri	
Alışkanlık	37
Güvenilir	32
Uygun fiyat	27
Yakın olması	24
Tanıdık olması	23
Ürünleri taze	23
Samimi hizmet	10
Müşteriye saygılı	8
Esnafı desteklemek	5
Ürünleri kaliteli	4
Ürün çeşitliliği	3
Sağlıklı ürünler olması	3
Temiz	2
Veresiye vermesi	1
Erken ve geç saatlerde alışveriş yapabilme	1
Özel bir sebebi yok	1

Sebze-meyve alışverişlerini esnaftan yapma nedenleri olarak da yukarıdaki tabloda görüldüğü üzere alışkanlık, güvenilir olma, fiyatların uygunluğu ve evlerine yakın olmalarını göstermişlerdir. Bununla birlikte esnafların tanıdık olması, saygılı ve samimi davranmaları; ürünlerin taze, kaliteli, sağlıklı ve çeşitli olması da belirtilmiştir. Esnafa destek olmak için de alışverişlerinde onları tercih ettiklerini belirtenler olmuştur.

5.11. Mesleğin Rekabet Analizi

5.11.1. Girdi Koşulları

1) Ham Madde;

Pazarcılık alt sektör grubunda üretimin temel girdilerini, meyve ve sebze üretimi oluşturmaktadır. TÜİK verilerine göre 2014 yılında ülkemizin toplam meyve ve sebze üretimi 46,7 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Bunun 17,1 milyon tonu meyve üretiminden, 28,6 milyon tonu ise sebze üretiminden kaynaklanmıştır. 2013 yılı itibarıyla Türkiye'nin sebze üretim kompozisyonuna bakıldığında domates, hıyar, biber, patlıcan ve karpuz gibi ürünlerin dâhil olduğu meyvesi için yetiştirilen sebze grubunun, toplam sebze üretiminden %83'lük pay aldığı görülmektedir. Nitekim 11,8 milyon tonluk üretim hacmiyle domates, ülkemizde en çok yetiştirilen sebze olup toplam sebze üretiminden %42 pay almaktadır. Bu ürünü 3,9 milyon tonluk üretimle karpuz ve 2,2 milyon ton ile biber (salçalık, dolmalık ve yeşil) izlemektedir. Yumru ve kök sebze grubundan olan kuru soğan, 1,9 milyon tonluk üretimiyle dördüncü sırada yer almaktadır. 2013 yılında en çok üretilen meyve, önceki yıllarda olduğu gibi üzüm olmuş; söz konusu ürün 4 milyon tonluk üretim hacmiyle top-

lam üretimden %22 pay almıştır. İkinci sırada 3,7 milyon tonluk üretim ve %20'lik payla turunçgiller grubu gelmektedir. Elma ise 3,1 milyon ton ile en çok üretilen üçüncü meyve konumundadır.

2) Enerji;

Enerji maliyetlerinin en düşük olduğu meslek grubu pazarcılık alt sektör grubudur. Kabzımallık ve pazarcılık meslek kollarında enerji maliyetleri ile birlikte işletme maliyetleri oldukça düşüktür. Manavlık mesleğinde ise pazarcılık ve kabzımallık mesleklerine göre göreceli bir artış olabilmektedir.

3) Sermaye Kaynakları;

Pazarcılık alt sektör grubunda yer alan esnafların anket sonuçlarında da belirlendiği gibi sermaye kaynaklarının neredeyse tamamı öz kaynaklardan oluşmaktadır. Dolayısıyla sabit ve yenileme yatırımları için öz kaynakların yetersiz olduğu durumlarda daha çok, aile ve akrabadan fon temin edilmekte ya da bu yatırımlara finansman yetersizliği nedeni ile öncelik verilememektedir.

4) İnsan Kaynakları;

Pazarcılık alt sektör grubunda usta-kalfa ve çırak talebi diğer sektörlere göre daha azdır. Özellikle kabzımal ve pazarcılar tek başlarına ya da niteliksiz iş gücü ile faaliyetlerini sürdürürken; manavlar yanlarında çırak çalıştırmayı tercih etmektedirler.

5) Altyapı ve Üretim;

Pazarcılık alt sektör grubunda üretim ve önemli bir alt yapı gereksinimi mevcut değildir. Daha önce belirtildiği gibi kabzımallar ve pazarcılar, herhangi bir fiziki iş yerine sahip olmadan faaliyetlerini sürdürebilmektedir. Manavlar için ise satış yaptıkları meyve ve sebzelerin sunumunun yapıldığı, raf ve kasa sistemlerinin olduğu bir fiziki işletmenin mevcudiyeti önemlidir.

5.11.2. İşletme Stratejisi ve Rekabet Yapısı

1) İşletmelerin Yapısı;

Diğer meslek gruplarında olduğu gibi pazarcılık alt sektör grubunda faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların işletme yapıları, rekabet avantajı yaratamayacak kadar zayıftır. Bu işletmelerin küçük hatta mikro ölçekte yapılanması, çağdaş işletmecilik anlayışına uygun profesyonel bir yönetim yaklaşımı sergilemelerinin önündeki en büyük engellerden biridir. Dolayısıyla bu durum, işletmelerin hem kurumsallaşma hem de daha fazla büyüyerek ölçek ekonomilerinden yararlanmalarına engel olmaktadır.

2) Kapasite Durumu;

Pazarcılık alt sektör grubunda üretim olmadığı için kapasite kullanımı ile ilgili bir faktör koşulu yer almamaktadır.

3) Belediyelerin Uygulamaları;

5957 sayılı Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un 7. maddesinin 1. fıkrasına göre, semt pazarlarını belediyelerin kuracağı hükme bağlanmıştır. Belediyelerce semt pazarı kurulurken tüketici piyasasının büyüklüğü, ulaşım imkânları, semt pazarı sayısı ve bunların birbirlerine yakınlığı ile semt pazarının çevreye, altyapıya ve trafiğe getireceği yükler ile can ve mal güvenliği riskinin göz önünde bulundurulacağı, hüküm altına alınmıştır. Belediyelerce semt pazarlarındaki satış alanının en az %20'sinin üreticilere ayrılması gerekmektedir. Burada %20'lik asgari sınır olup, daha fazla talep olması hâlinde daha fazla alanın üreticiye tahsisi yapılabilmelidir. Ancak, toplam satış yerinin üreticilere ayrılan kısmına üreticilerden talep olmaması hâlinde, diğer talep sahiplerine boş yerler tahsis edilebilir.

Yasa koyucu, belediyelere semt pazarları dışında üretici pazarları kurma görevi de getirmiştir. Üretici pazarları, o yörede yetiştirilen mal miktarı ve çeşidi, üretim sezonu ile üretici ve tüketici talepleri dikkate alınarak semt pazarlarının kurulduğu günler dışında kurulacaktır. Üretici pazarlarında üreticiler sadece kendi ürettikleri malları satabilirler. Yine üreticiler, belediyelerce belirlenen miktarın üzerinde satış yapamayacaklardır.

5957 sayılı Yasa'nın 7. maddesinin 5. fıkrasında, belediyelere birtakım görevler yüklenmiştir. Buna göre belediyelere; modern pazar yerleri kurmak, pazar yerlerinde malların hijyenik şartlarda satışa sunulmasını sağlayıcı uygun çalışma ortamını oluşturmak ve altyapı ile çevre düzenlemelerini yapmak, tüketicinin korunmasına yönelik tedbirleri almak ve gerekli denetimleri yapma yükümlülüğü getirilmiştir.

5.11.3. Talep Koşulları

1) İç Talep;

Meyve ve sebze tüketimi, toplam gıda tüketim harcamalarının yaklaşık olarak %20'sini oluşturmaktadır. Türkiye'de kişi başına düşen meyve ve sebze tüketim miktarları yıllar itibarıyla artış göstermektedir. Tüketimdeki artışların nedeni, taze, dondurulmuş ve meyve suyu formundaki ürün talebinin artışından kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda köyden kente ve doğudan batıya yapılan göçler, sebze talebini artırmıştır. Bu trendler tüketicilerin meyve ve sebze tercihlerinde önemli etkide bulunmaktadır. Tüketim trendlerinde geleneksel bazı meyve ürünlerinde azalış olduğunu, buna rağmen bu ürünlerin işlenmiş formlarının tüketiminin arttığını, taze tüketimlerinin de azaldığını görmekteyiz. Nitekim son yıllarda ülkemizde işlenmiş meyve, konserve ve domates (salça) üretimi artmıştır. Tüketim miktarı en fazla artan meyve ve sebzelerin başında domates ve elma gelmektedir.

2) Dış Talep;

Türkiye dünyada 4. büyük yaş meyve sebze üreticisidir. İncir, kayısı, kiraz ve ayvada en büyük üreticilerden biri olan Türkiye; domates, biber ve salatalıkta üçüncü en büyük üreticidir. Türkiye'nin 1996 yılında 490 milyon dolar dolayında olan yaş meyve ve sebze ihracatı, 2000 yılında 434 milyon dolar düzeyine gerilemiştir. 2005 yılında 1,1 milyar dolar olarak gerçekleşen ihracat 2013 yılında 2,3 milyar dolara yükselmiştir. En çok yaş meyve-sebze

ürünü, 391 milyon dolarla domatestir. Bu ürünü sırasıyla mandalin (357 milyon dolar), limon (300 milyon dolar), üzüm (188 milyon dolar) ve portakal (185 milyon dolar) izlemektedir. 2013 yılı itibarıyla limon, portakal, mandalin ve greyfurttan oluşan turunçgiller grubunun toplam üretiminin (3,7 milyon ton) yaklaşık %37'si ihracata konu olmuştur. 2013 yılında Rusya Federasyonu sektör ihracatındaki liderliğini korumuş, 878 milyon dolarla yaş meyve-sebze ihracatımızdan %38'lik bir pay almıştır. İkinci sıradaki ülke olan Irak'ın 255 milyon dolarlık ihracatla aldığı pay %11'dir. Üçüncü sırada yer alan Ukrayna ise 232 milyon dolarlık ihracatla %10 düzeyinde pay almıştır.

5.11.4. İlgili ve Destekleyici Kurumlar

1) Üniversite Sektör İş Birliği;

Ülkemizde özellikle üniversite-sanayi iş birliği kapsamında son yıllarda önemli gelişmeler kaydedilmesine rağmen, esnaf ve sanatkârlara yönelik bu tür çalışmalar pazarcılık alt sektör grubunda da henüz istenilen düzeyde gerçekleşmemektedir.

2) Ana ve Yan Sektör İlişkisi ve Pazarlama;

Meyve ve sebze ürünleri, bazı pazarlama kanalları yolu ile tüketiciye çeşitli şekillerde ulaştırılabilmektedir. Meyve ve sebze üreticilerinin bir kısmı, ürünlerini yol üstü pazarlarında veya tarlada (üretim yerinde) satarak tüketiciye ulaştırmaktadırlar. Bir kısım üreticiler ise, üretim yerinin pazara uzak olması veya nakliye masrafının ağır olması sebebiyle, üretim yerinde komisyonculara satmak yolu ile ürünlerini pazarlayabilmektedir. Komisyoncu ise çiftçilerden satın aldığı ürünleri, perakendeci ve toptancı dağıtım kanallarına pazarlamakta; ürünler buradan da pazar, süper market, manav ve bakkallara aktarılarak tüketiciye ulaştırılmaktadır. Üreticiler, tarım kooperatifleri ve ihracatçı firmalara da ürünlerini doğrudan pazarlayabilmektedir. Diğer bir pazarlama kanalı ise meyve ve sebzelerin tarım kooperatifleri yoluyla perakendecilere ve oradan da tüketicilere ulaşmasıdır. Yaş meyve ve sebze pazarlama kanallarının nispeten en uzun olanı ise "üretici-toplayıcı-komisyoncu (üretim yerinde)-toptancı-komisyoncu (tüketim yerinde)-perakendeci-tüketici" şeklindedir.

Meyve ve sebze üreticileri ürünlerini tarıma dayalı sanayi işletmelerine de pazarlamaktadırlar. Üretim için gerekli ham maddeyi tarımsal ürünlerden sağlayan tarıma dayalı sanayi işletmeleri, gerekli ham maddeyi çiftçiden direkt almaktadırlar. Daha sonra işlenen ürünler meyve suyu, konserve ve salça gibi çeşitli şekillerde iç piyasada toptancı ve bayilere, dış piyasada ise ihracatçı şirketlere pazarlanarak tüketiciye ulaştırılmaktadır. Pazarlama kanallarının oldukça uzun olması ve fazla iş gücü ihtiyacı nedeniyle diğer birçok üreticiye göre meyve ve sebze üreticileri, satış değerinden çok az oranda pay alırken, tüketiciler de bu ürünlere yüksek bir fiyat ödemek zorunda kalmaktadır.

3) AR-GE Çalışmaları;

Genel olarak değerlendirildiğinde ve Türkiye'nin AR-GE harcamalarına ayırdığı bütçe göz önünde bulundurulduğunda pazarcılık alt sektör grubunda yenilikçi uygulamalardan ve AR-GE çalışmalarından bahsetmek pek mümkün gözükmemektedir.

4) Diğer Kurum ve Kuruluşlar ile İlişkiler;

Diğer alt meslek gruplarında olduğu gibi pazarcılık alt sektör grubunda da genel anlamda kamu kurumları ile olan ilişkilerde bir karmaşıklık hâkimdir. Yetki karmaşaları, yetki sınırları, siyasetin etkisi, bürokrasi ve denetim eksikliği bu sorunların başında gelmektedir.

Pazarcılık alt sektör grubunda yer alan işletmelerin resmî olarak yükümlü olduğu birden fazla kamu kurumu bulunmaktadır. Vergi ile ilgili olarak Maliye Bakanlığı, ticaret ile ilgili olarak Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, personel açısından Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, denetim açısından ise yerel yönetimler ve Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı yetkilidir. Bu kurumların birbirinden bağımsız politikalar benimsemeleri ve yürütmeleri, işletmeler açısından olumsuz sonuçlar doğurmaktadır.

5.11.5. Devlet

1) Denetim;

Pazarcılık alt sektör grubunda faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların denetimi konusunda asıl yetkinin Gümrük ve Ticaret Bakanlığına ait olduğu görülmektedir. Gümrük ve Ticaret Bakanlığınca görevlendirilen denetim elemanları, 5957 sayılı Yasa kapsamına giren hususlarda ilgili yerlerden her türlü bilgi, belge ve defterleri istemeye, bunları incelemeye ve örneklerini almaya, işlem ve hesapları denetlemeye, ilgililerden yazılı ve sözlü bilgi almaya ve gerek duyulduğunda kolluk kuvvetleri ile belediye zabıtasından yardım talebinde bulunmaya yetkilidir. Ayrıca belediyelerin, kendi yetki alanlarında 5957 sayılı Yasa ve ilgili yönetmelik hükümleri ile Gümrük ve Ticaret Bakanlığı düzenlemeleri çerçevesinde gerekli denetim ve uygulamaları yapmakla görevli ve yetkili olduğu Yasa metninde belirtilmiştir.

2) Vergiler ve Teşvikler;

Teşvikler ve destekler açısından değerlendirildiğinde ise diğer esnaf ve sanatkâr meslek gruplarında olduğu gibi pazarcılık meslek grubuna yönelik de sistematik ve kurumsallaşmış bir destek politikasının olduğu söylenemez. Ülkemizde birçok kamu kuruluşu tarafından KOBİ'lere yönelik çeşitli destek ve teşvik programları uygulanmaktadır. Kuruluş amacı bu işletmeleri desteklemek olan KOSGEB ve Halk Bankası bu konuda ön plana çıkmaktadır. Ancak, raporun diğer bölümlerinde belirtildiği gibi esnaf ve sanatkâr işletmelerinin bunlardan yararlanma oranı oldukça düşük kalmaktadır. Bunun nedenleri arasında; sağlanan teşvikler ve destek programlarından yararlanabilmek için getirilen koşulların çoğu kez esnaf sanatkâr işletmelerinin yerine getiremeyeceği kadar ağır olması ve bürokratik işlemlerin fazlalığı ön plana çıkmaktadır.

5.12. Mesleğin SWOT Analizi

Güçlü Yönler	Zayıf Yönler
• Pazarlama avantajı • Esnafın kendi alanında tecrübeli olması • Komisyoncuların mesleki tecrübeleri ve çok sayıda üretici ile olan diyalogları • Hallerden alınan malın %90'ının pazarcılar tarafından satın alınması • Komisyoncuların çeşitli sivil toplum kuruluşları şeklinde örgütlenmiş olmaları	• Eğitimsiz insan kaynağı • Hijyen koşullarındaki eksiklikler • Hal ve pazarlardaki fiziki koşulların kötülüğü • Denetim eksikliği • Yerel yönetimlerin pazarcıları muhatap almaması • Mevcut toptancı hallerinde depolama, ambalajlama, standardizasyon vb. hizmet birimlerinin bulunmaması

Fırsatlar	Tehditler
• Halkta pazar kültürünün yerleşmiş olması • Taze ürünlerin pazarlarda satılması • Mevsimsel değişen ürün gamı • Tüketicilerin sağlıklı beslenme konusuna daha fazla ilgi gösteriyor olması • Büyüyen ve gelişen pazar yapısı • Bilinçli tüketici sayısının artması • Tüketicilerin alım güçlerinin artması	• Küçük ve orta ölçekli işletmelerin büyük firmalara karşı rekabette eksik kalması • AVM'ler ve süpermarketlerde açılan manav reyonları • Türkiye genelindeki istikrarsız tarımsal ürün fiyatları • Müşterilerin marketlerdeki sebze-meyve reyonlarını daha çok tercih etmesi

5.13. Mesleğe Özgü Sorunlar

Pazarcılık alt sektöründe de yapısal sorunlar nedeni ile sıkıntılar yaşanmaktadır. Yapısal sorunların başında, Türkiye'de tarımsal üretim planlaması ve uygulanan tarımsal politikalardan kaynaklanan sorunlar gelmektedir. Nitekim tarım alanlarının etkin kullanılmaması, tarımsal üretim faaliyetlerinin gençler tarafından artık tercih edilmemesine bağlı olarak azalan üretim miktarı, yerli üretimden çok dışa bağımlı bir politikanın uygulanması, tarımsal üretimde mazot ve enerji fiyatlarına bağlı olarak üretim maliyetlerinin yükselmesi ve üretici pazarlarında ortaya çıkan tekelleşme, temel yapısal sorunlar olarak ortaya çıkmaktadır.

Yapısal sorunlara ilaveten bu alt sektöre özel olarak belirlenen önemli sorunların başında ise "Hal Yasası"nın etkin bir şekilde uygulanmaması gelmektedir. Yasa'nın fiili şekilde uygulanmaması nedeni ile vergi mükellefi olmayan kişiler de hallerde satış yapabilmekte, giriş ve çıkışlarda ise yeterince denetim yapılmamaktadır.

Belediyelerin pazar yeri denetimlerinin adil bir şekilde yapılmaması, her belediyenin standart olmayan farklı yaptırımları, esnaf ve sanatkârın muhatap alınmaması, gündeme gelen ve pazarcılık alt sektörüne haiz önemli sorunlar olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu temel sorunların yanında pazarcılık alt sektörüne ait diğer sorunlar aşağıda sıralanmıştır:

1. Hal giriş-çıkışlarında alınan ücretler pazarcı esnafına külfet getirmektedir.
2. Hamaliye ücretleri standart değildir.
3. Vergi mükellefi olmayan kişilerin hallerde satış yapabilmesi, giriş ve çıkışlardaki denetim yetersizliği önemli sıkıntılar yaratmaktadır.
4. Pazarcı esnafının belirli bir fiziki mekânı olmadığından diğer esnafa göre kredi alması ve teminat göstermesi daha zor olmaktadır.
5. Hallerde kullanılan sandık, ambalaj vb. taşıma maddelerinin hijyeni yeterli düzeyde sağlanamamaktadır.
6. Hal hakem heyetinin ve hal müdürlüğündeki komisyonun aldığı kararlara uyulmaması problemlere yol açmaktadır.
7. Pazar Yerleri Hakkında Yönetmelik'te pazar yerlerinin sadece belediyeler ve %50'sinden fazlasına sahip oldukları belediye iştirakleri tarafından kurulup işletileceği, gerçek ve diğer tüzel kişiler tarafından pazar yeri kurulamayacağı açıkça düzenlenmesine karşın, pazarcılar işletme kooperatifi gibi yapılanmalarla belediyelerden

izin alınarak yasal olmamasına karşın pazar yerleri işletilebilmektedir. Bahsi geçen pazarlarda yer tahsisi de ilgili meslek kuruluşuna kaydı olmayan, pazarcılık mesleği ile iştigal etmeyen kimselere yapılmaktadır. Son zamanlarda sosyete pazarı olarak bilinen bu yapılanmalar, resmî olarak tek işletme çatısı altında olduğundan kayıt dışılığa ve vergi kaçakçılığına da neden olmaktadır.

8. Günlük olarak alınması gereken işgaliye harçlarının yıllık veya aylık toplanmasından dolayı pazarcı esnafının mağdur olduğu, pazar yerinde sergi açılmayan dönemlerden de işgaliye harcı tahsil edilmek istendiği, sergi açılmayan dönemlerden doğan borçlardan dolayı icra yoluna başvurulduğu belirtilmiştir. Ayrıca yıllık olarak tahsil edilmesi durumunda biriken tahsis ücretlerinin yüksek meblağlara ulaşması nedeniyle pazarcı esnafı ödeme güçlüğü çekmektedir.
9. Pazar Yerleri Hakkında Yönetmelik'e göre aynı pazar yerinde ikiden fazla satış yeri tahsis edildiği anlaşılanların, tahsislerinin iptaline belediye encümenince karar verileceği hükme bağlanmıştır. Uygulamada belediyelere göre pazar tezgâhı uzunluğu değişiklik arz ettiği için bazı yerlerdeki tezgâhlar daha küçük olmakta ve pazarcı esnafı tarafından yetersiz görülmektedir.
10. Üretici pazarları veya köylü pazarı diye tabir edilen pazarlarda etkin bir denetimin olmaması sektörü olumsuz yönde etkilemektedir. Organik pazar yerlerinde organik olmayan ürünlerin satıldığı, esnaf ve sanatkâr odasına kayıtlı olmayan pazarcılara tahsis yapıldığı belirtilmektedir.
11. Pazar Yerleri Hakkında Yönetmelik'in 16. maddesinde devir ücreti tahsil edilemeyecek hâller sayıldığından, diğer durumlarda belediyelerin devir işlemlerinden ücret tahsil etmesine müsaade edildiği gibi bir anlam çıkarılmaktadır.
12. Hallerde komisyoncuların, bozulan ürünleri tespit ederek stoklardan düşme imkânı bulunmakta; ancak esnafın böyle bir imkânı bulunmadığı için aldığı ürünün ortalama %15-20 gibi bir kısmı çürüyüp bozulmakta ve esnaf zarar etmektedir.

5.14. Mesleğe İlişkin Değerlendirme ve Öneriler

Modernleşme ve teknolojik gelişim yaşam alışkanlıklarını, iş süreçlerini, iş tanımlarını değiştirse de bunun bazı sektörler üzerindeki etkisi kısıtlı olmuştur. Bu değişimlerden en az etkilenen iş kollarından biri pazarcılıktır. Tarlada yetişen ürünlerin son tüketiciye ulaşmasını sağlayan ve her türlü gıda ve tüketim maddesini reyonlarında bulabildiğimiz pazarcı esnafı, yıllardan beri aynı düzende iş yapmaktadır. Pazarlar her semtin kültürel bir değeri olmuştur. Dünyanın pek çok yerinde pazarlar birbirleri ile benzeşmekte; sadece satılan ürün bazında değişiklikler göstermektedir. Ayrıca pazarları ile ünlü semtler, ilçeler ve şehirler oluşmuştur.

Ülkemizdeki tarihsel gelişim sürecinde pazarcılık, Anadolu'da bir Ahilik mesleğidir. Temel felsefesi dürüstlük, yardımseverlik, paylaşma, birlikte büyüme olan Ahilik kültüründe pazarcılar, yıllardan beri var olan esnaf ve sanatkârlardır. Çoğalan nüfus ve artan gündelik ihtiyaçların karşılanması için Anadolu'nun hemen hemen her şehrinde pazarlar kurulmaya başlamıştır.

5957 sayılı "Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun"da pazarcılık mesleği, "Mallar ile belediyece müsaade edilen diğer gıda ve ihtiyaç maddelerini, semt pazarlarında doğrudan tüketicilere perakende olarak satan meslek mensupları" olarak tanımlanmaktadır. 11.03.2010 yılında çıkarılan bu Kanun pazarcılık ile ilgili pek çok konuda hüküm içermektedir. Ayrıca **5362 sayılı "Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu**" ve **5393 sayılı "Belediye Kanunu**" da pazarcıları yakından ilgilendiren hususlar içermektedir.

Bu bağlamda mesleği doğrudan ve dolaylı olarak etkileyen birçok sorun bulunmaktadır. Aşağıdaki önerilerin hayata geçirilmesi mesleğin gittikçe zayıflamaması ve ekonomik yaşantıdaki yerini koruyup güçlenmesi açısından önem arz etmektedir.

- Tarım alanlarının etkin kullanılması,
- Üretici pazarları hakkında yapısal düzenlemelerin hayata geçirilmesi,
- Pazarcı esnafından alınan KDV'lerin peşin olarak alınması sonucu doğan zararların giderilmesi ile ilgili bir düzenleme yapılması (KDV'nin %1'e düşürülmesi),
- Yerel yönetimlerin pazarcı esnafı ile diyaloğunun artırılması ve yerel yöneticilerin bu konuda daha duyarlı olması,
- Mevcut pazar yeri lokasyonlarının değiştirilmemesi; yeni yapılacak olan pazar yerlerinin şehir merkezlerinde ulaşımı kolay olan yerlere konumlandırılması,
- İhracat yapılan ülke sayısının artırılması nedeniyle oluşan yıllık fiyat dalgalanmalarının önüne geçilmesi (Tarım ürünlerinde istikrarlı fiyat politikası),
- Çiftçilerin üretim planlamasının ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından yapılması,
- Çiftçilerin kaliteli ürün üretmesi için gerekli teşvik ve adımların sağlanması,
- Yerel yönetimlerin denetim eksikliğinin giderilmesi,
- Sektörde satışların vadelerinin sınırlandırılması,
- Hal girişi ücretlerinin sembolik bir rakama düşürülmesi,
- Tüketicileri bilinçlendirme konusunda farkındalık çalışmaları yapılması,
- Pazar yerlerinin güvenliğinin belediyeler tarafından etkin bir şekilde sağlanması.

6. Sektördeki İşe Başlangıç Süreçleri

6.1. Giriş

Dünya Bankası'nın her yıl hazırladığı "İş Yapma Endeksi 2015: Verimliliğin Ötesine Geçmek"[24] raporunda, ülkelerdeki yerel şirketlerin iş kurmalarını ve iş yapmalarını etkileyen bir dizi düzenlemeler mercek altına alınmaktadır. Bu raporda yer alan "İşe Başlama Kolaylığı"

[24] http://www.doingbusiness.org/~/media/GIAWB/Doing%20Business/Documents/AnnualReports/English/DB15-Full-Report.pdf

endeksi ile iş kurmak isteyen bir girişimcinin yapması gereken tüm işlemler tespit edilerek bu prosedürlerin tamamlanması için harcanan zaman ve maliyetler ölçülmektedir.

"İşe Başlama Kolaylığı" endeksinde, Türkiye 2014 yılına göre 15 sıra düşerek 2015 yılında 79. sırada yer almıştır. Rapor incelendiğinde, Türkiye'de bir iş yerinin açılması için 7 işlemden geçilmesi gerektiği ve bu işlemlerin yapılmasının 6,5 gün sürdüğü belirtilmektedir. Daha önceki yıllarda işlem sayısının 13 olduğu ve bu işlemlerin gerçekleştirilmesi için toplam 38 gün gerektiği göz önünde tutulduğunda, Türkiye'de iş kurma prosedürünün kolaylaştırıldığını söylemek mümkündür.

İş kurma süreçleri ile ilgili raporda bahsedilen bir diğer gösterge ise Türkiye'de iş kurma için istenilen asgari sermayenin, kişi başına gelirin %12,1'i olması gerektiğidir. Ancak rakamlara bakıldığında Türkiye'de iş kurma maliyetinin, kişi başına düşen millî gelirin %16,4'üne tekabül ettiği ve 2014 yılına göre iş kurma maliyetinin yaklaşık 4 puan arttığı görülmektedir.

2010 ve 2011 yılları arasında Türkiye'de, kuruluş sözleşmesi ve diğer belgeler için alınan noter harçlarında indirimin sağlanmasıyla iş kurma daha az maliyetli hâle getirilerek şirketlerin tescil süreci hızlandırılmıştır. Ancak 2013 yılından sonra asgari sermaye gerekliliklerinin, iş yeri kuruluş, kayıt ve noter ücretlerinin yeniden artırılmasıyla birlikte iş yeri kurulmasındaki engeller de artmıştır.

Avrupa Komisyonu'nun Türkiye için hazırladığı 2014 İlerleme Raporu'nda da yeni kurulan işletme sayısının bir önceki yıla göre %1,6 oranında düştüğüne dikkat çekilmiştir. İlerleme Raporu'nda ayrıca, iş kurmanın göreceli olarak masraflı hâle getirildiği belirtilmiş ve bu bağlamda Türkiye'de iş yeri açma ve ruhsatlandırma koşullarının genel olarak iyileştirmesi gerektiği vurgulanmıştır.

Mahalli idareler alanında hazırlanan mevzuat ile; esnaf ve sanatkârları da çok yakından ilgilendiren iş yeri açma ve ruhsatlandırma ile ilgili engellerin kaldırılarak iş yeri açma süreçlerinin iyileştirilmesi, iş yeri açıp çalıştırmak isteyenlerin önündeki bürokratik engellerin azaltılması, vatandaş beyanına güvenin esas alınması, yetki ve sorumluluğun bir idareye devredilmesi, kurumlar arası yetki karmaşalarının önüne geçilmesi gibi birçok hususun gerçekleştirilmesi hedeflenmiştir.

Bu kapsamda sürecin basitleştirilmesi sağlanmaya çalışılırken; yerleşme güvenliği, insan sağlığı, doğal çevrenin korunması ve mülkiyet hakkı gibi esasların da dikkate alınmasına çalışılmıştır.

Bu esaslar ile birlikte İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatları Hakkında Yönetmelik gereği yetkili idarelerden usulüne uygun olarak iş yeri açma ve çalışma ruhsatı alınmadan iş yeri açılması ve çalıştırılması kanunen yasaktır. Ayrıca iş yerlerine bu Yönetmelik'te belirtilen yetkili idareler dışında diğer kamu kurum ve kuruluşları ile ilgili meslek kuruluşları tarafından özel mevzuata göre verilen izinler ile tescil ve benzeri işlemler, Yönetmelik hükümlerine göre ruhsat alma mükellefiyetini ortadan kaldırmamaktadır. Buna istinaden iş yeri açma ve çalışma ruhsatı alınmadan açılan iş yerleri yetkili idareler tarafından kapatılmaktadır. İş yeri açma ve çalışma ruhsatı verilirken Ruhsat ve Denetim Müdürlüğü tarafından yapılan inceleme ve araştırmalarda; iş yerinin insan sağlığına, çevre kir-

liliğine, yangın, patlama, genel güvenlik, işçi sağlığı, trafik, karayolları, imar, kat mülkiyeti ve doğanın korunması ile ilgili düzenlemelere aykırı olmama şartı da aranmaktadır.

Bu bağlamda raporun bu bölümünde, söz konusu mevzuat kapsamında iş yeri açma ve ruhsatlandırma süreçleri öncelikle tüm meslek kollarında faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârları kapsayacak şekilde incelenmiş; daha sonra bu süreçler gıda sektöründe faaliyet gösteren farklı meslek kollarındaki esnaf ve sanatkârlar özelinde değerlendirilmiştir.

6.2. Esnaf ve Sanatkârların İş Yeri Açarken Başvurduğu Kurum ve Kuruluşlar

Esnaf ve sanatkârlar mevzuat gereği bir iş yeri açarken aşağıdaki makamlara/idari kuruluşlara başvurmak zorundadırlar;

1. Vergi Dairesi
2. Esnaf ve Sanatkâr Sicili
3. Esnaf ve Sanatkâr Odası
4. Belediye
5. Sosyal Güvenlik Kurumu

6.2.1. Vergi Dairesi

Esnaf ve sanatkârlar, iş yeri açmadan önce 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nun 168. maddesine göre *Gerçek kişilerde işe başlama bildirimlerini* işe başlama tarihinden itibaren on gün içinde kendilerince veya 1136 sayılı Avukatlık Kanunu'na göre ruhsat almış avukatlar veya 3568 sayılı Serbest Muhasebeci Malî Müşavirlik ve Yeminli Malî Müşavirlik Kanunu'na göre yetki almış meslek mensuplarınca yapmak zorundadırlar.

Şirketlerin işe başlama bildirimleri dışında yapılacak bildirimler ile işi bırakma ve değişiklik bildirimleri, bildirilecek olayın vuku tarihinden itibaren mükellef tarafından bir ay içerisinde vergi dairesine yapılmak zorundadır. Kanun gereği esnaf ve sanatkârlar tarafından ya da yetkili kişiler tarafından yapılacak olan bildirimler, Vergi Dairesi İşlem Yönergesi 7. maddesine göre "İşe Başlama/Bırakma Bildirimi" ile yapılmaktadır.

İlgili mevzuat gereği bildirimler, gerçek kişilerde mükellef; tüzel kişiler ile tüzel kişiliği olmayanlarda ise bunları temsile yetkili kişiler tarafından imzalanmaktadır. İşe başlama/bırakma bildiriminin serbest muhasebeci, mali müşavir veya yeminli mali müşavirler aracılığıyla düzenlenmesi hâlinde, bildirim bu kişiler tarafından da ayrıca kaşe/mühür basılmak suretiyle imzalanmaktadır.

İşe başlama bildirimi ekinde ise;

1. Noter onaylı imza sirküleri (basit usulde vergilendirilenler hariç),
2. Onaylı nüfus cüzdanı sureti (mükellefin vergi dairesine bizzat başvurması hâlinde nüfus cüzdanının fotokopisi müdür yardımcısı, şef veya görevlendirilecek bir memur tarafından aslı ile karşılaştırılarak "Aslının Aynıdır" şeklinde tasdik edilir),

3. İkametgâh ilmühaberi,
4. Basit usulde vergilendirme talep eden yükümlülerden;
   - İş yerinin kendisine ait olması hâlinde emlak vergisine esas olan vergi değerini gösteren, belediyeden alınacak onaylı bir belge,
   - İş yerinin kiralanmış olması hâlinde ise kira kontratının bir örneği,
5. Ticari plakalı nakil vasıtaları sahiplerinden, bu taşıtlara ilişkin fatura veya noter senedinin tasdikli bir örneğinin (fatura veya noter senedi örneğinin aslı ile birlikte ibraz edilmesi hâlinde müdür yardımcısı veya şef tarafından tasdik edilir) bulunması gerekmektedir.

İşe başlamanın dilekçe ile bildirilmesi hâlinde, işe başlama/bırakma bildiriminin, mükellefe, posta ile gönderilmesi veya yoklama memuru vasıtasıyla ya da bizzat vergi dairesine çağrılmak suretiyle doldurulması sağlanmaktadır.

Tablo 92. Vergi Dairelerinin İstediği Belgeler

HAZIRLANMASI GEREKEN BELGELER	YASAL DAYANAK
İşe başlama formu	Vergi Usul Kanunu 168. madde Vergi Dairesi İşlem Yönergesi 7. ve 8. madde
Kira kontratı veya tapu fotokopisi	
İşe başlayan kişinin noter tasdikli imza sirküsü	
İkametgâh ilmühaberi	
Nüfus cüzdanı örneği veya fotokopisi	

Belgeler tamamlandıktan sonra, yoklama memurunun, verilen bilgileri denetlemesi ve doğruluğunu onaylamasından sonra vergi levhası alınmaktadır. Vergi dairesince istenilen kira kontratı veya tapu fotokopisi, damga vergisi ve gelir vergisi kaybının olmasını engellemektir. Yönergede nüfus cüzdanı sureti denilmekle beraber, kişinin bizzat başvurması durumunda nüfus cüzdanının fotokopisi de yeterli olabilmektedir. İkametgâh ilmühaberinin istenilmesinin nedeni ise mükellefin takibini sağlamaktır. Vergi dairesine yapılan bu bildirim işlemi, Gelir İdaresi Başkanlığınca hazırlanmış elektronik ortama aktarılmaktadır. Ayrıca SGK e-sisteminin, vergi dairesinin sistemini otomatik olarak görmesi sayesinde, SGK kayıt işlemi yapılmadan önce vergi dairesine bildirimin yapılıp yapılmadığı görülebilmektedir. Bu sayede mükellef, daha sonra SGK'ya giderek BAĞ-KUR giriş formunu doldurup teslim etmek zorunda kalmamakta; SGK da elektronik ortamda ulaştığı bilgiler doğrultusunda esnaf ve sanatkârın kaydını gerçekleştirmektedir. Bu sistemle esnaf ve sanatkâr açısından bürokratik işlemler, bir nebze de olsa azalmaktadır.

Ancak, vergi dairesindeki e-sistem uygulaması 1999 ve sonrası için yapılan kayıtlar için kolaylık sağlamaktadır. 1999 öncesi olan kayıtlar için ise eski uygulama devam etmektedir. Bu uygulamanın önüne geçilmek için arşive kaldırılan eski kayıtlar, e-sisteme ilgili birim personelince işlenmektedir.

6.2.2. Esnaf ve Sanatkâr Sicili

Vergi dairesine işe başlama ile ilgili gerekli evraklar verildikten sonra 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun 68. maddesinde: "Bu Kanun kapsamındaki

esnaf ve sanatkârlar, yanlarında çalışanlar hariç, çalışmaya başladıkları tarihten itibaren durumlarını 30 gün içinde bağlı bulundukları sicile tescil ve Sicil Gazetesi'nde ilan ettirmekle yükümlüdürler" hükmü yer almaktadır. Bu yükümlülüğü yerine getirmediği tespit edilenler, birlik tarafından ruhsat vermekle yetkili ilgili kurum ve kuruluşlara bildirilmektedir. İlgili kurum ve kuruluşlar ise sicil kaydı yapılana kadar esnaf ve sanatkârların faaliyetlerini durdurmaktadır. Sicil işlemleri, sicil müdürleri ve personeli tarafından elektronik ortamda Bakanlık e-esnaf ve sanatkâr veri tabanında gerçekleştirilir.

Esnaf ve sanatkârların mesleki faaliyette bulunabilmeleri ve ilgili odaya kaydedilmeleri için sicile kayıtları şarttır ve sicile her bir meslek için ayrı kayıt yapılması gereklidir. Sicile kaydı yapılan esnaf ve sanatkârların ilgili odaya kaydı için bilgilerinin gönderilmesi, sicil tarafından elektronik ortamda Bakanlık e-esnaf ve sanatkâr veri tabanında gerçekleştirilmektedir.

Tescil, ilgilinin bizzat talebi üzerine yapılmaktadır. Tescilini isteyen kişinin, sicile kayıt için gerekli başvuru formunu ve formda zikredilen belgeleri sicil memuruna ibraz etmesi gerekmektedir.Sicile kayıt olan esnaf ve sanatkârlara aşağıdaki hususları içeren sicil tasdiknamesi verilir:

- Adı ve soyadı,
- T.C. kimlik numarası,
- Varsa iş yeri unvanı,
- Baba adı ve anne adı,
- Doğum yeri ve tarihi,
- Meslek dalı,
- İş yeri adresi, sabit iş yeri olmayanların kanuni ikametgâh adresi,
- Sicil müdürlüğünün adı, tarih, müdürün imzası ve mührü ve benzeri bilgiler.

Sicil tasdiknamesi, verildiği tarihten itibaren 5 yıl için muteberdir. 5 yılın sonunda ise sicile vize ettirilmesi gereklidir. Sicil personeli tarafından vize edilen sicil tasdiknamesi 5 yıl için yeniden muteber hâle gelmektedir. İlgilinin eski tasdiknameyi herhangi bir sebeple getirememesi hâlinde gerekli harç alınarak yeni tasdikname verilmektedir. Esnaf ve sanatkârların daha önce yaptırdıkları tescil işleminde değişiklik yaptırmaları hâlinde ise, kendilerine yeni durumlarına göre sicil tasdiknamesi verilmektedir.

6.2.3. Meslek Odaları

Esnaf ve sanatkârlar sicile kayıt yaptırdıktan sonra, 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu gereği odaya kayıt yaptırmak zorundadırlar. Bu Kanun'un 6. maddesinde: "Esnaf ve sanatkârların sicile kayıtları yapılmadıkça, hiçbir şekilde odaya kaydı yapılamaz. Sicile kayıt olan esnaf ve sanatkârlara ait bilgiler sicil tarafından elektronik ortamda, iş yerlerinin bulunduğu yerdeki; iş yerleri seyyar olanların ikametgâhlarının bulunduğu yerdeki meslek ve sanatları ile ilgili ihtisas odasına; meslek ve sanatları ile ilgili ihtisas odası

bulunmayanların bilgileri ise karma odaya kayıt için gönderilir. İlgili oda yönetim kurulu, bu kişilerle ilgili üyelik kararlarını ilk toplantısında alır." hükmü yer almaktadır.

Oda kuruluş yeter sayısına ulaşılamadığı için oda kurulması mümkün olmayan yerlerdeki esnaf ve sanatkârların kayıtları ise birlik aracılığıyla tutulmaktadır. Ayrıca, esnaf ve sanatkârlara odalarca verilen hizmetler, ilçelerde şube açmak suretiyle birlik tarafından verilmektedir.

Aynı iş yerinde birden fazla konuda faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlar, esas faaliyeti ile ilgili odaya kayıt olmak zorundadır. Ancak üye isterse, yükümlülüklerini yerine getirmek kaydıyla diğer faaliyetleriyle ilgili odalara da sicil marifetiyle kayıt yaptırabilmektedir.

Esnaf ve sanatkârlar odasına kayıtlı olanlar, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği bünyesindeki ticaret ve sanayi odasına, ticaret odasına, sanayi odasına, deniz ticaret odasına; bu odalara kayıtlı bulunanlar ise esnaf ve sanatkârlar odasına kaydedilemezler. Sermaye şirketlerinin ortakları, başka esnaf ve sanatkârlık faaliyeti olmadıkça, sadece şirket ortaklığı nedeni ile hiçbir şekilde esnaf ve sanatkârlar odalarına üye kaydedilemezler. Kanun'un 7. maddesine göre esnaf ve sanatkârlardan oda üyeliği için aşağıdaki şartlar aranmaktadır;

- Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmak veya yabancı devlet tabiiyetinde bulunmakla beraber Türkiye'de sanat ve ticaret yapıyor olmak,
- Medeni hakları kullanma ehliyetine sahip olmak,
- Vergi mükellefi olmak ya da vergiden muaf olmak,
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği bünyesindeki odalara kayıtlı olmamak.

Meslek odalarınca, kayıt sebebiyle istenilen belgeler aşağıdaki tabloda verilmiştir:

Tablo 93. Meslek Odasına Kayıtta İstenilen Belgeler

MESLEK ODASINA KAYITTA İSTENİLEN BELGELER	YASAL DAYANAĞI
Vergi dairesine kayıt belgesi	5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu.
3 fotoğraf	
Sicile kayıt belgesi	

Odalar, kurulan sistem sayesinde sicile kayıt yapılıp yapılmadığını ve başvuranın diğer bilgilerini görebilmektedir. Ancak oda da kayıt ve arşivleme amacıyla belli belgeleri isteyebilmektedir. Oysaki bu bilgiler esnaf sicilinde yer almakta ve odalar da bunu görebilmektedir.

6.2.4. Belediyeler

Esnaf ve sanatkârlar, meslek odasına kayıt yaptırdıktan sonra, iş yeri açma ruhsatı almak için ilgili belediyeye başvurmak zorundadırlar. İş yeri açma süreçlerinde ise asıl sorun, belediyelerce istenen evraklarda ortaya çıkmaktadır. Bunun yanı sıra, İş Yeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına Dair Kanun ve Yönetmeliği'nce istenilen belgeler de işin içine girmektedir. Bu mevzuatta iş yerleri *sıhhi ve gayrısıhhi müessese* olarak ikiye ayrılmaktadır. Gayrisıhhi

müesseseler de kendi içerisinde birinci, ikinci, üçüncü sınıf olarak ayrılırken, mevzuatta bunlara ilişkin farklı uygulamalar bulunmaktadır. Ayrıca açılacak olan iş yerinin niteliğine göre farklı şartlar aranmakta ve ek belgeler istenebilmektedir. Bununla beraber iş yeri açma ve çalışma ruhsatı için belediyelerce alınan vergi ve harçlar da, iş yeri açılması sürecini daha da uzatmaktadır. Belediyelerde iş yeri açma ve çalışma ruhsatı için gerekli evrakların tamamlanması, ortalama 1 ayı geçmektedir. Ayrıca Yönetmelik ekinde bulunan formda "ticaret siciline kayıtlı olanlardan ustalık belgesi istenmez" ibaresi hâlâ değiştirilmediği için bazı belediyeler ustalık belgesi isterken, bazı belediyeler ise ustalık belgesi olmadan iş yeri açma izni verebilmektedir.

Görüldüğü gibi esnaf ve sanatkârların, iş yeri açma ve çalışma ruhsatı alabilmesi için birbirinden farklı ve çok sayıda kanun ve yönetmelik esasına göre evrak hazırlaması, harç ve vergi ödemesi gerekmektedir. Dolayısıyla belediyelerce uygulanacak yasal gerekliliklerin bir an önce, tek bir kanun ve yönetmelik altında toplanması, esnaf ve sanatkârın iş yeri açma süreçleri için önemli bir kolaylık sağlayacaktır.

6.2.5. Sosyal Güvenlik Kurumu

Sosyal Güvenlik Kurumu, vergi dairesine yapılan başvuruları görebilmekte ve otomatik olarak işlem yapabilmektedir; dolayısıyla ilgilinin başvurusuna gerek kalmamaktadır. Ancak uygulamaya yeni geçilmesiyle birlikte vatandaşlar, SGK kaydının yapılıp yapılmadığını öğrenmek amacıyla Kurum'a gidebilmektedir. Uygulamada ortaya çıkan sorunların çözümü için ilgili kurumlar çalışmaktadır.

6.3. İş Yerlerinde Aranacak Asgari Ortak Şartlar

İş Yeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik'in 5. maddesine göre iş yeri açma ve çalışma ruhsatı verilen iş yerleri aşağıda belirtilen şartları taşımak zorundadır:

- İş sağlığı ve güvenliği ile ilgili olarak mevzuatta öngörülen tedbirlerin alınmış olması,
- *634 sayılı Kat Mülkiyeti Kanunu* kapsamına giren gayrimenkullerin, tapu kütüğünde mesken olarak gösterilen bağımsız bölümlerinde sinema, tiyatro, kahvehane, gazino, pavyon, bar, kulüp, dans salonu ve benzeri eğlence ve toplantı yerleri; fırın, lokanta, pastane, süthane gibi gıda ve beslenme yerleri; imalathane, boyahane, basımevi, dükkân, galeri ve çarşı gibi iş yerlerinin açılması hususunda kat maliklerinin oy birliği ile karar alması,
- Tapuda iş yeri olarak görünen yerlerde, umuma açık istirahat ve eğlence yeri açılması durumunda, yönetim planında aksine bir hüküm yoksa, kat maliklerinin oy çokluğu ile aldığı kararın bulunması,
- Özel yapı şeklini gerektiren; sinema, tiyatro, düğün salonu, otel, hamam, sauna, ekmek fırını ile akaryakıt, sıvılaştırılmış petrol gazı, sıvılaştırılmış doğal gaz ve sıkıştırılmış doğal gaz istasyonu için yapı kullanma izin belgesinin alınmış olması,

- Umuma açık istirahat ve eğlence yerlerinde genel asayiş ve güvenlik yönünden yetkili kolluk kuvvetinin görüşünün alınmış olması,
- Umuma açık istirahat ve eğlence yerlerinin, patlayıcı, parlayıcı, yanıcı ve benzeri tehlikeli maddeler üretilen, satılan, kullanılan, depolanan yerler ile gaz dolum tesislerine mevzuatın öngördüğü uzaklıkta bulunması,
- Karayolu kenarındaki iş yerleri için karayolu trafik güvenliğinin sağlanmış olması,
- Umuma açık istirahat ve eğlence yerleri; patlayıcı, parlayıcı ve yanıcı maddelerin üretildiği, satıldığı ve depolandığı iş yerleri; 30 kişiden fazla çalışanın bulunduğu her türlü iş yeri; ana giriş kapıları dışında cadde ve sokağa doğrudan bağlantısı olmayan ve birden fazla iş yerinin bir arada bulunduğu iş hanı, çarşı ve benzeri iş yerlerinde yangına karşı gerekli önlemlerin alındığını gösteren itfaiye raporunun alınması, diğer iş yerlerinde ise yangına karşı gerekli tedbirlerin alınmış olması,
- Umuma açık istirahat ve eğlence yerlerinden meyhane, bar, kahvehane, kıraathane, elektronik oyun merkezi ile açıkta alkollü içki satılan iş yerlerinin okul, yurt, mabet bina ve tesislerine mevzuatın öngördüğü uzaklıkta bulunması,
- Sınai, tıbbi ve radyoaktif atık üreten iş yerlerinde bu atıkların toplanması, taşınması, depolanması, işlenmesi ve bertaraf edilmesi konusunda gerekli tedbirlerin ve izinlerin alınmış olması,
- Engellilerin iş yerine giriş ve çıkışları için gereken kolaylaştırıcı tedbirlerin alınmış olması,
- Yabancı uyrukluların iş yeri açması ve çalıştırması konusunda, yabancılarla ilgili mevzuat hükümlerine uyulması,
- Büyükşehir belediyesi ile nüfusu 100.000'i geçen belediye sınırları içinde açılacak ekmek fırınlarının bu amaca tahsisli ayrık nizamda müstakil binalarda açılmış olması (Ancak, alışveriş merkezleri içinde bulunan 1000 m^2 ve üstü alana sahip hipermarket, süpermarket, grosmarket ve mega market gibi adlarla açılan iş yerleri bünyesinde yer alan fırınlarda ayrık nizamda müstakil bina şartı aranmaz.),
- Yanıcı ve parlayıcı madde kategorisindeki sıvıların depolanması amacıyla kullanılan tesis ve düzeneklerde, iş yeri açma ve çalışma ruhsatında kayıtlı hacimden fazla ve başka kategoriden sıvı depolanmaması; bu tesis ve düzeneklerde gerçekleştirilecek tadilatların ruhsata işlenmeden faaliyete geçirilmemesi,
- Turizm işletme belgeli tesisler, işletme belgesinin düzenlenmesinde esas hususlarla ilgili olarak sadece Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından denetlenmektedir. Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ile turizm alan ve merkezlerinde "Çevresel Etki Değerlendirmesi (ÇED) olumlu" kararı veya "Çevresel Etki Değerlendirmesi gerekli değildir" kararı verilen ve 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu kapsamında yer alan yatırımlar için iş yeri açma ve çalışma ruhsatı, yetkili idareler tarafından başka bir işleme gerek kalmaksızın 15 gün içinde verilmektedir. Umuma açık isti-

rahat ve eğlence yerleri için bu hususlar, iş yeri açma ve çalışma ruhsatı verilmeden önce yerinde kontrol edilir.

- Fabrika, şantiye, nakliye filosu ve benzeri işletmelerin ticari amaç dışında kendi faaliyetlerinin gerekli kıldığı yanıcı ve parlayıcı madde kategorisindeki sıvıların depolanması veya kendi araçlarına yakıt ikmali yapılması amacıyla kullanılan düzenekler, özel mevzuatındaki hükümler saklı kalmak kaydıyla, bu Yönetmelik ekindeki depolama hacimleri esas alınarak gayrisıhhi müessese olarak ruhsatlandırılır.

Yetkili idareler, iş yeri açma ve çalışma ruhsatının verilmesinden sonra yapacakları denetimlerde bu hususların yerine getirilip getirilmediğini kontrol etmektedirler.

6.4. İş Yerlerinin Sınıflandırılması ve Bu Sınıflandırmalara Göre İstenen Belgeler

İş Yeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik iş yerlerini sınıflandırmaktadır. Bu sınıflandırmaya göre iş yerleri;

- Gayrisıhhi müesseseler,
- Sıhhi müesseseler
- Umuma açık istirahat ve eğlence yerleri

olmak üzere üçe ayrılmıştır.

- **Gayrisıhhi Müessese:** Gayrisıhhi müessese, çevresine fiziksel, ruhsal, kimyasal, mikrobiyolojik ve toplumsal yönlerden az ya da çok zarar veren ya da verme olasılığı olan ve doğal kaynakları kirleten kuruluşlardır.
- *Birinci Sınıf Gayrisıhhi Müessese:* Meskenlerden mutlaka uzak bulundurulması gereken iş yerleridir. (Bu sınıfta yer alan iş yerlerinin ruhsatları büyükşehir/il belediyesi tarafından verilmektedir.)
- *İkinci Sınıf Gayrisıhhi Müessese:* Meskenlerden mutlaka uzaklaştırılması gerekmemekle beraber, izin verilmeden önce civarında ikamet edenlerin sıhhat ve istirahatleri üzerinde gerek tesisatları ve gerekse vaziyetleri itibarıyla bir zarar vermeyeceğine kanaat oluşması için inceleme yapılması gereken iş yerleridir.
- *Üçüncü Sınıf Gayrisıhhi Müessese:* Meskenlerin yanında açılabilmekle beraber yalnız sıhhi nezarete tabi tutulması gereken iş yerleridir.
- **Sıhhi Müessese:** Faaliyeti sırasında çevresinde bulunanlara biyolojik, kimyasal, fiziksel, ruhsal ve sosyal yönden az veya çok zarar veren veya vermesi muhtemel olan ya da doğal kaynakların kirlenmesine sebep olmayan müesseselerdir. Bu bakımdan, bu tür işletmelerin açılması, insanlardan ve insanların yaşadığı yerlerden uzak olması şartına bağlı bulunmaz.
- **Umuma Açık İstirahat ve Eğlence Yeri:** Kişilerin tek tek veya toplu olarak eğlenmesi, dinlenmesi veya konaklaması için açılan otel, motel, pansiyon, kamping ve benzeri konaklama yerleri; gazino, pavyon, meyhane, bar, birahane, içkili lo-

kanta, taverna ve benzeri içkili yerler; sinema, kahvehane ve kıraathaneler; kumar ve kazanç kastı olmamak şartıyla adı ne olursa olsun bilgi ve maharet artırıcı veya zekâ geliştirici nitelikteki elektronik oyun alet ve makinelerinin, video ve televizyon oyunlarının içerisinde bulunduğu elektronik oyun yerleri; internet salonları, lunaparklar, sirkler ve benzeri yerler, umuma açık istirahat ve eğlence yerini ifade etmektedir.

Esnaf ve sanatkârların faaliyet gösterdiği iş yerleri, niteliği ve büyüklüğü itibarıyla 1. sınıf gayrisıhhi iş yerleri dışında kalan iş yerleridir; bu nedenle 1. sınıf gayrisıhhi iş yerleri raporun bu bölümünde kapsam dışı bırakılmıştır.

Bu üçlü sınıflandırmaya göre gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların tabi olduğu iş yerleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 94. Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren Esnaf ve Sanatkârların Tabi Oldukları İş Yeri Türü

Gayrisıhhi Müesseseler	Sıhhi Müesseseler	Umuma Açık İstirahat ve Eğlence Yerleri
Ekmek Fırını, Gıda Üreten veya Paketleyen Yerler, Pasta, Börek, Tatlı, Yufka, Simit, Poğaça İmalathaneleri, Gıda Ürünleri Üreten veya Paketleyen Yerler	Büfe, Bakkal, Manav, Şarküteri, Kantin, Lokanta, Pastane, Pide Salonu, Kebap Salonu, Börek Salonu, Et ve Balık Ürünleri Satış Yerleri	İçkili Lokanta

6.5. Ek Belgeler

Açılan iş yerinin türüne göre belediyelerce istenen genel belgelerin dışında ek belgeler de istenebilmektedir. Açılan iş yerinin gıda sektöründe faaliyet göstermesi hâlinde, meslek grubuna göre istenilen ek belgeler şunlardır;

- **Su ürünleri (Balıkçılar)** satış yerlerinden, su ürünleri satış yerlerinde çalışabilir *Sağlık Raporu*,
- **Baharatçılardan (Aktar),** Bitkisel droglara mahsus *Satış İzin Belgesi*
- **Damacana Su Satış Yerlerinden,** İl Sağlık Müdürlüğü veya Sağlık Bakanlığından alınan *Su Analiz Raporu*, İl Sağlık Müdürlüğü Çalışma Ruhsatı ve *Bayilik Sözleşmesi*
- **Lokantalardan,** *Deşarj İzni* veya *Atık Su Bağlantı İzni*
- **Her Türlü Gıda ile İştigal Eden İşletmelerden,** *Hijyen Belgesi*

6.6. İş Yeri Açma ve Kuruluş Maliyetleri

Esnaf ve sanatkârlar iş yerlerini açarken ve kapatırken çeşitli adlar altında harcama yapmaktadırlar. İş yeri açma ve kapama maliyetleri olarak adlandırılan bu harcamalar, esnaf ve sanatkârlar için önemli bir yük oluşturmaktadır. Özellikle iş yeri kapama maliyetlerinin yük-

sek olması nedeni ile esnaf ve sanatkârlar, iş yeri kapama süreçlerinde, kurumlara herhangi bir ödemede bulunmamak için bu kurumlardan ilişkilerini kesmemektedir. Bu durum da esnaf ve sanatkârlara ilişkin kesin ve objektif verilerin toplanmasına engel olmaktadır. Gerek iş yeri açma gerekse de kapamada ortaya çıkan sorunların temeli, iş yeri açma ve kapama sebebiyle ortaya çıkan maliyetlerden kaynaklanmaktadır.

İş yeri açma ve kapamada başvurulan kurumlardan vergi dairesi ve Sosyal Güvenlik Kurumunda daha önce belirtildiği gibi işlemler e-sistemlerle yürütülmektedir. Bu kurumlarda bir maliyet unsuru oluşmamaktadır. İş yeri açma ve kapamada en önemli maliyet unsurları; sicile ve odaya kayıt ve terkin işlemleri, oda veya sicilden alınan belge ücretleri, ilgili belediyeye ödenen vergi ve harçlar ile sabit giderlerden (muhasebeci, elektrik, su, işçi giderleri gibi) oluşmaktadır.

6.6.1. Oda ve Sicil Giderleri

2. bölümde belirtildiği üzere sicilde yapılması gereken işlemler için, Esnaf ve Sanatkâr Sicili Yönetmeliği'nin 21. maddesine göre esnaf ve sanatkârların sicil işlemleri harçlarının tutarı, 492 sayılı Harçlar Kanunu'nun ticaret sicili harçları hükümlerine göre hesap edilecek harcın yarısı olup tescil sırasında ilgililerden tahsil edilmektedir. Alınan bu harcın yarısı, ilgili birliğe gelir olarak kaydedilmektedir. Sicil müdüründen harca tabi herhangi bir istekte bulunan veya tasdikli örnek isteyen kimsenin talebi, kanuni harcı ödemedikçe yerine getirilmemektedir. Harcı tahsil olunmadan yapılan işlemlerden dolayı, sicil personeli, mükellef ile birlikte müteselsil olarak sorumlu tutulmaktadır. Sicile ilk kayıtta ayrıca, 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun 61. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendinde *"Üyenin sicile ilk kayıt yapılması sırasında ödeyeceği kayıt ücreti, asgari ücretin onda birinden az, yarısından fazla olamaz. Kayıt ücreti, esnaf ve sanatkârların sicil kaydı esnasında sicil müdürlüğü tarafından tahsil edilir; kayıt ücretinin yarısı sicil ihtiyacında kullanılmak üzere birlik adına açılacak banka hesabına, diğer yarısı ise ilgili odanın banka hesabına aktarılır."* hükmü yer almaktadır. Ayrıca sicil ve odaya kayıt ücreti ve yıllık aidatlar, 2008 tarihli Esnaf ve Sanatkârların Ödeyecekleri Kayıt Ücretleri ve Yıllık Aidat Hakkında Yönetmelik'le düzenlenmiştir. Yönetmelik'in 5. maddesine göre kayıt ücreti, esnaf ve sanatkârların sicile ilk kayıt işlemi sırasında sicil müdürlüğü tarafından tahsil edilmektedir. Kayıt ücretinin yarısı, sicil ihtiyacında kullanılmak üzere birlik adına açılacak banka hesabına, diğer yarısı ise ilgili odanın banka hesabına aktarılmaktadır. Kayıt ücretinin alındığı yıl için üyelerden ayrıca yıllık aidat alınmamaktadır. Ancak, oda veya sicil kaydı silinenlerin aynı yıl içinde tekrar kayıt edilmeleri hâlinde, kendilerinden kayıt ücreti tahsil edilmektedir. Aynı çalışma bölgesi içinde meslekleriyle ilgili yeni bir ihtisas odası kurulan üyelerin kayıtları, yeni kurulan ihtisas odasına devredilmektedir. Bu üyeler, devredildikleri ihtisas odasına kayıt ücreti ödememektedirler. Birden fazla meslekten dolayı sicile kayıtları yapılan esnaf ve sanatkârların, ilgili ihtisas odalarına ayrı ayrı kayıtları yapılmakta ve kayıt ücreti de her bir meslek için ayrı ayrı tahsil edilmektedir.

Yönetmelik'in 6. ve 7. maddelerinde ise yıllık aidat ile kayıt ücreti ve yıllık aidat ücret tarifesi düzenlenmiştir. Buna göre yıllık aidat, nisan ve ekim aylarında iki eşit taksitte ödenmektedir. Birden fazla meslekten dolayı sicile kayıtları yapılan esnaf ve sanatkârların,

karma odaya her bir meslek için ayrı ayrı kayıtları yapılmakta ve sadece yıllık aidat tutarı daha yüksek olan mesleğin aidatı tahsil edilmektedir. İhtisas odasına kayıtları devredilen üyeler, eski odalarına o yılın aidatını ödemiş iseler, yeni odaya takip eden yıldan itibaren yıllık aidat öderler. Şayet, eski odalarına o yılın aidatını ödememiş iseler, yeni odaya devredildikleri tarihten itibaren, yıllık aidatın yılın kalan aylarına isabet eden kısmını devredilen odaya öderler.

Oda kaydını sildiren üyelerin aidatlarının hesaplanmasında, o yıl için üyeden alınması gereken yıllık aidatın 12 aya bölünmesi suretiyle elde edilen aylık tutar, kaydın silindiği ay dâhil olmak üzere tahsil edilmektedir. Yıllık aidat peşin ödenmiş ise, üyelikte geçen aylara ilişkin aidat tutarı mahsup edilerek kalan kısım üyeye iade edilmektedir. Yıllık aidatlarını ödemeyen üyelere, ödeme yapılıncaya kadar, odaca verilen hizmetler ile düzenlenecek ve onanacak belgeler verilmemektedir. Süresi içinde ödenmeyen yıllık aidatlar için alınacak gecikme zammı tutarı, yıllık aidatın bir mislini geçmemektedir. Süresi içinde ödenmeyen yıllık aidatlar için esnaf ve sanatkârlar meslek kuruluşları yönetim kurullarınca verilen kararlar, ilam hükmünde olup icra dairelerince yerine getirilmektedir. Yıllık aidat ile bunlara ait kesinleşen gecikme zamlarının tahsil zaman aşımı süresi 5 yıldır. 5 yıl içinde tahsil edilmeyen yıllık aidat ve gecikme zamları terkin edilmektedir.

Esnaf ve sanatkâr sicil müdürlüklerinde ve meslek odalarında yapılan işlemlerden alınan ücretler 3 temel kalemden oluşmaktadır:

1- Kayıt Ücreti, Yıllık Aidat, Evrak ve Onay Bedelleri:

Meslek kuruluşlarınca kayıt esnasında alınan ücretlerdir. Bu ücretler 5362 sayılı Kanun'un 61. maddesine göre alınmaktadır:

Buna göre 2016 Ocak tarihli kayıt ücreti ve yıllık aidatlar en az 165 TL, en çok 318 TL olarak belirlenmiştir. Belge ve onay ücreti de yine en az 17 TL, en çok 32 TL'dir.

2- Gazete İlan Bedeli:

Tescil, tadil ve terkin işlemleri Esnaf ve Sanatkâr Sicil Gazetesi'nde yayımlanmaktadır. Yayın işlemlerinden ilan başına en az 40 TL, en fazla 85 TL alınmaktadır.

3- Diğer Harçlar:

Maliye Harç Pulu (Tescil) için 108,7 TL ve Tasdikname Harcı için 17,9 TL ücret de talep edilmektedir.

14.02.2008 tarih ve 26787 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan *Esnaf ve Sanatkârların Ödeyecekleri Kayıt Ücreti ve Yıllık Aidat Hakkında Yönetmelik*'e göre kayıt ücreti ve yıllık aidat tarifesi aşağıdaki şekildedir:

Birinci grup odalar: Ankara, İstanbul ve İzmir illerindeki odalardır. Kayıt ücreti, bu gruptaki illerin merkez ilçelerinde ve büyükşehir belediyesi sınırları içinde kalan ilçelerinde asgari ücretin yüzde yirmi beşi; büyükşehir belediyesine dâhil olmayan ilçelerinde asgari ücretin yüzde onudur.

İkinci grup odalar: Ankara, İstanbul, İzmir ve kalkınmada öncelikli iller dışında kalan illerdeki odalardır. Kayıt ücreti, bu gruptaki illerin merkez ilçelerinde ve büyükşehir belediyesi sınırları içinde kalan ilçelerinde asgari ücretin yüzde yirmisi; merkez ilçe haricindeki ilçelerinde ve büyükşehir belediyesine dâhil olmayan ilçelerinde asgari ücretin yüzde onudur.

Üçüncü grup odalar (Değişik:R.G.-21/3/2008-26823): Kalkınmada öncelikli illerde bulunan odalardır. Kayıt ücreti, bu gruptaki büyükşehir statüsünde bulunan illerin merkez ilçelerinde ve büyükşehir belediyesi sınırları içinde kalan ilçelerinde asgari ücretin yüzde on beşi; bu illerin diğer ilçelerinde asgari ücretin yüzde onudur. Üçüncü grup odaların bulunduğu diğer illerin merkez ve ilçelerinde asgari ücretin yüzde onudur.

Kayıt ücreti terzi, kunduracı, mobilyacı, mobilya döşemecisi, demirci, sobacı ve benzerlerinin tamircileri; millî piyango seyyar bayileri, seyyar satıcılar ve pazarcılar gibi meslekler-de, ülke genelinde asgari ücretin yüzde onudur.

Bakanlar Kurulunca, kalkınmada öncelikli il statüsü değiştirilen iller ile kalkınmada öncelikli il statüsü kapsamına yeni dâhil edilen iller hakkında, birinci fıkrada belirtilen gruplandırma esas alınır ve bu durum Konfederasyon tarafından oda, birlik ve federasyonlara bildirilir.

14.7.2005 tarihli ve 2005/9207 sayılı Bakanlar Kurulu Kararıyla yürürlüğe konulan İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik kapsamında sınıflandırılmaları belediyelerce yapılan iş yerlerinde:

a) Birinci sınıf iş yerleri için; birinci fıkranın (a), (b), (c) bentlerinde belirtilen ücretlerin aynısı,

b) İkinci sınıf iş yerleri için;

- (Değişik bent RG. 21.03.2008-26823) Birinci grup odaların bulunduğu illerin merkez ve büyükşehire dâhil ilçelerinde asgari ücretin %20'si, diğer ilçelerinde asgari ücretin %10'u,
- (Değişik bent RG. 21.03.2008-26823) İkinci grup odaların bulunduğu illerin merkez ilçeleri ile büyükşehir belediyesi sınırları içinde kalan ilçelerinde asgari ücretin %15'i, diğer ilçelerinde asgari ücretin %10'u,
- Üçüncü grup odaların bulunduğu illerin merkez ve diğer ilçelerinde asgari ücretin %10'u,

c) Üçüncü sınıf iş yerleri için; ülke genelinde asgari ücretin %10'u uygulanmaktadır.

Ayrıca, büyükşehir belediyesi sınırları içinde kalan ilçelerin gelişmişlik durumuna göre, Kanun'da belirtilen ücret sınırları dâhilinde kalmak şartıyla, gerek görülecek ilçelerde farklı tarife uygulamasında Konfederasyon yetkilidir.

Yönetmelik'te belirtilen birinci, ikinci, üçüncü oda ayrımı ve belirlenen tarife oranları ise *Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşlarının Üst Kuruluşlarına Ödeyecekleri Kayıt Ücreti ve Katılma Payları* ile *Düzenledikleri ve Onayladıkları Belgeler ile Yaptıkları Hizmetler Karşılığında Alacakları Ücretler Hakkında Yönetmelik*'in 5. maddesinde düzenlenmiştir.

Kayıt ücreti tarifesi şöyledir:

a. Birinci grup odalar ve birlikler: Ankara, İstanbul ve İzmir illerindeki odalar ve birliklerdir. Ankara'da kurulu bulunan federasyonlar bu gruba dâhildir. Kayıt ücreti, bu gruptaki illerin büyükşehir belediyesi sınırları içinde kalan ilçelerinde asgari ücretin tamamıdır.

b. İkinci grup odalar ve birlikler: Ankara, İstanbul, İzmir ve kalkınmada öncelikli iller dışında kalan illerdeki odalar ve birliklerdir. Kayıt ücreti, bu gruptaki illerin merkez ilçeleri ile bu grupta yer alan büyükşehir belediyesi sınırları içinde kalan ilçelerde asgari ücretin dörtte üçüdür.

c. Üçüncü grup odalar ve birlikler: Kalkınmada öncelikli illerde bulunan odalar ve birliklerdir. Kayıt ücreti; bu gruptaki illerin ilçelerinde, birinci grup illerin büyükşehir belediyesi sınırları içinde olmayan ilçelerinde ve ikinci grup illerin merkez ilçe haricindeki ilçeleri ile büyükşehir belediyesi sınırları içinde olmayan ilçelerinde asgari ücretin yarısıdır.

Bakanlar Kurulunca, kalkınmada öncelikli il statüsü değiştirilen iller ile kalkınmada öncelikli il statüsü kapsamına yeni dâhil edilen iller hakkında, birinci fıkrada belirtilen gruplandırma esas alınmakta ve bu durum Konfederasyon tarafından oda, birlik ve federasyonlara bildirilmektedir.

Aynı Yönetmelik'te belge ve hizmet karşılığında alınacak ücretler ise 8. ve 9. maddelerde düzenlenmiştir; Konfederasyon tarafından basımı ve dağıtımı yapılan belgeler, ilgili esnaf ve sanatkârlar meslek kuruluşları tarafından Konfederasyonca belirlenen satış ücreti karşılığında esnaf ve sanatkârlara verilir. Esnaf ve sanatkârlar meslek kuruluşlarının düzenledikleri ve onayladıkları belgeler ile diğer kuruluşlara ait belgelerin onaylanması karşılığında alınacak ücretler aşağıda belirtilmiştir:

a. Maktu olanlarda: Belgeyi alacak esnaf ve sanatkâr için belirlenmiş olan yıllık aidatın onda biridir.

b. Nispi olanlarda: Belgede geçen değerin binde onudur. Ancak, bu miktar belge sahibi esnaf ve sanatkârdan alınan yıllık aidat miktarını aşamaz.

Kanun'un 62. maddesi gereğince hazırlanan fiyat tarifelerinin birliklerce onaylanması sırasında, asgari ücretin yüzde biri oranında onay ücreti de alınmaktadır.

01.01.2016 ile 31.12.2006 tarihleri arasında uygulanacak olan oda kayıt ücretleri ise şöyledir;

a) Birinci grup odalar: Ankara, İstanbul ve İzmir illerinde ve bu gruptaki illerin merkez ilçelerinde ve büyükşehir belediyesi sınırları içinde kalan ilçelerinde; **318,00 TL**

b) İkinci grup odalar: Ankara, İstanbul, İzmir ve kalkınmada öncelikli iller dışında kalan illerde ve bu illerin merkez ilçelerinde ve büyükşehir belediyesi sınırları içinde kalan ilçelerinde; **255,00 TL**

- Merkez ilçe haricindeki ilçelerinde ve büyükşehir belediyesine dâhil olmayan ilçelerinde; **165,00 TL**

c) Üçüncü grup odalar: Kalkınmada öncelikli illerde ve bu gruptaki büyükşehir statüsünde bulunan illerin merkez ilçelerinde ve büyükşehir belediyesi sınırları içinde kalan ilçelerinde; **191,00 TL**

- Üçüncü grup odaların bulunduğu diğer illerin merkez ve ilçelerinde; **165,00 TL**

a) Birinci sınıf iş yerleri için;

- I. Grup illerde ve bu gruptaki büyükşehir statüsünde bulunan illerin merkez ilçelerinde ve büyükşehir belediyesi sınırları içinde; **318,00 TL**
- II. Grup illerde ve bu gruptaki büyükşehir statüsünde bulunan illerin merkez ilçelerinde ve büyükşehir belediyesi sınırları içinde; **255,00 TL**
- Diğer ilçelerde; **165,00 TL**
- Büyükşehir statüsünde bulunan kalkınmada öncelikli illerde ve bu gruptaki büyükşehir statüsünde bulunan illerin merkez ilçelerinde; **191,00 TL**
- Diğer kalkınmada öncelikli illerin merkez ve tüm ilçelerinde; **165,00 TL**

b) İkinci sınıf iş yerleri için;

- I. Grup illerde ve bu gruptaki büyükşehir statüsünde bulunan illerin merkez ilçelerinde ve büyükşehir belediyesi sınırları içinde; **255,00 TL**
- II. Grup illerde ve bu gruptaki büyükşehir statüsünde bulunan illerin merkez ilçelerinde ve büyükşehir belediyesi sınırları içinde; **191,00 TL**
- Diğer ilçelerde; **165,00 TL**
- III. Gruptaki tüm il ve ilçelerde;**165,00 TL**

c) Üçüncü sınıf iş yerleri için;

- Ülke genelinde, **165,00 TL**

Ayrıca, meslek gruplarına göre terzi, kunduracı, mobilyacı, mobilya döşemecisi, demirci, sobacı ve benzerlerinin tamirciliğini yapanlar ile millî piyango seyyar bayi, seyyar satıcı ve pazarcı gibi mesleklerde; **165,00 TL** olarak belirlenmiştir.

6.6.2. Örnek Kuruluş Maliyeti

Gıda sektörü esnaf ve sanatkârlarının kuruluş maliyetleri; meslek, bölge, il vb. pek çok etkene göre farklılaşsa da aşağıda ortalama maliyetler toplanarak bir genel maliyet elde edilmiştir:

Tablo 95. Esnaf ve Sanatkârlar Aidat ve Ücretler

		En Az	En Çok
Esnaf ve Sanatkâr Sicili	Kayıt Ücreti ve Yıllık Aidatlar	165 TL	318 TL
	Belge ve Onay Ücreti	17 TL	32 TL
	Gazete İlan Ücreti	40 TL	85 TL
	Maliye Harç Pulu	108,7 TL	108,7 TL
	Tasdikname Harcı	17,9 TL	17,9 TL

		En Az	En Çok
Belediye	Belediye Kayıt İşlemleri	400 TL	500 TL
Diğer	Fatura ve İrsaliye Matbaa Ücreti	75 TL	75 TL
	Resmî Defterlerin Noter Onayı	60 TL	60 TL
	Vergi Dairesi Damga Vergisi	20 TL	30 TL
Toplam		**903,6 TL**	**1.226,6 TL**

6.7. Vergiler

Esnaf ve sanatkârların ödedikleri vergiler genel olarak yaptıkları mesleklere göre değişmekle birlikte, ödemekle yükümlü oldukları vergi ve harçlar şunlardır:

- Gelir Vergisi
- Katma Değer Vergisi
- Özel Tüketim Vergisi
- Damga Vergisi
- Motorlu Taşıtlar Vergisi (varsa motorlu taşıtlar için)
- Özel İletişim Vergisi (sabit ve cep telefonlarından)
- Banka ve Sigorta Muameleleri Vergisi (banka işlemlerinden)
- Şans Oyunları Vergisi

Ayrıca gelir vergisine tabi olan ticaret ve sanat erbabı, kazancın tespit usulü bakımından ikiye ayrılmaktadır.

- Basit usulde gelir vergisine tabi olanlar,
- Gerçek usulde gelir vergisine tabi olanlar.

Basit usulde vergilendirilen esnaf ve sanatkârlar;

- Defter tutmak zorunda değildir.
- Vergi tevkifatı yapmak ve muhtasar beyanname vermek zorunda değildir.
- Geçici vergi ödemez.
- Basit usulde vergilendirilen mükelleflerin teslim ve hizmetleri katma değer vergisinden istisnadır.
- Ticari kazancın tespitinde amortismana tabi iktisadi kıymet alışları ve satışları dikkate alınmaz.
- Alınan ve verilen belgelerin kayıtları mükelleflerin bağlı oldukları meslek odalarındaki bürolarda tutulmaktadır. Ancak isteyen mükellefler, kayıtlarını hiçbir yerden izin almadan kendileri tutabilecekleri gibi meslek mensuplarına da tutturabilirler.

6.7.1. Belediye Vergi ve Harçları

Vergiler

- Emlak Vergisi (varsa gayrimenkullerinden–belediyelere)
- Çevre Temizlik Vergisi
- İlan ve Reklam Vergisi (esnafların arasında tabela vergisi olarak biliniyor)
- Eğlence Vergisi

Harçlar

- İşgal Harcı
- Tellallık Harcı
- Kaynak Suları Harcı (bu harcın mükelleflerinin hemen hepsi şirkettir)
- Hayvan Kesimi Muayene ve Denetleme Harcı
- Ölçü ve Tartı Aletleri Muayene Harcı
- Bina İnşaat Harcı
- Kayıt ve Suret Harcı
- İmar ile İlgili Harçlar
  - Parselasyon Harcı
  - İfraz ve Tevhit Harcı
  - Plan ve Proje Tasdik Harcı
  - Zemin Açma İzni ve Toprak Hafriyatı Harcı
  - Yapı Kullanma İzni Harcı
- İş Yeri Açma İzni Harcı
- Muayene, Ruhsat ve Rapor Harcı
- Sağlık Belgesi Harcı

Katılma Payları

- Yol Harcamalarına Katılma Payı
- Kanalizasyon Harcamalarına Katılma Payı
- Su Tesisleri Harcamalarına Katılma Payı

Belediyelere ödenen vergi, harç ve katılma payları belediyeden belediyeye değişiklik göstermektedir.

7. Diğer Meslekler, Sektörler ve Alt Sektörlerle İlişkisi

Günümüzün en önemli sosyo-ekonomik etkenine sahip endüstrilerden biri olarak kabul edilen gıda sektörü, birçok alt dalı bünyesinde barındıran karmaşık bir faaliyet kolu olarak öne çıkmakta; ülkemizde de son yıllarda büyük bir gelişim göstermektedir. Bu gelişmenin düzeyini, temel değişkenlerini ve dinamiklerini anlamak ve sektörün sürdürülebilir rekabet üstünlüğüne katkıda bulunmak, sektör ve ülke ekonomisi için önem taşımaktadır.

7.1. Tarım Sektörü

Beslenme, toplum sağlığının korunmasında, ülke ekonomisinde ve kalkınmada temel işlevlerden biri olup bu işlevi sağlayan besin elementleri, besin elementlerini içeren işlenmiş ve doğal hâldeki hayvansal, bitkisel ve sentetik kökenli yenilebilir ve içilebilir karakterli maddeler "gıda" olarak tanımlanmaktadır.

Tarım sektöründen sağladığı bitkisel ve hayvansal ham maddeyi, uyguladığı bir veya birden fazla işlemle, raf ömrü uzun ve tüketime hazır ürünlere dönüştüren sanayi koluna ise "gıda sektörü" adı verilmektedir.

Tarımsal üretimin mevsime ve yöreye bağlı değişkenliğine karşılık gıda gereksiniminin sürekliliği, çabuk bozulma eğilimindeki tarımsal ürünlere belirli işleme ve muhafaza yöntemlerinin uygulanmasını zorunlu kılmaktadır; bu işlevi yerine getiren de gıda sanayisidir. Diğer bir deyişle gıda sektörü, ham maddesini tarım sektöründen almaktadır. Bu nedenle her ülkede tarım sektörü ile gıda sanayi birbiri ile etkileşim içinde olmakta ve birbirine paralel gelişmektedir. Etkileşim derecesi, gelişme düzeyine bağlı olarak artmakta ve/veya azalmaktadır.

Uluslararası Gıda Standart Sanayi Sınıflandırma (ISIC–3) Sistemine göre gıda sanayi, başlıca 8 alt sektörden oluşmaktadır:

1. Et ve et ürünleri
2. Süt ve süt ürünleri
3. Su ürünleri mamulleri
4. Nişasta mamulleri
5. Meyve ve sebze işleme
6. Bitkisel yağ ve mamulleri
7. Şeker ve şekerli mamuller
8. Yem sanayisi

Gıda sanayisi, tarımsal ham maddelerin bir ya da birden fazla işleme tabi tutulması ile elde edilen ürünleri kapsamaktadır.

Emek yoğun bir sistem gerektiren gıda sektörü, tarımsal ürünlerin değerlendirilmesi, sanayiye ham madde temini, istihdama katkısı ve halkın dengeli beslenmesi ile doğrudan ilişkili olup, dünyadaki tüm ülkelerde sosyo-ekonomik açıdan stratejik bir öneme haizdir.

Ayrıca, tarımsal üretimin bir kısmı doğrudan yani taze olarak tüketilirken, bir kısmı da gıda sanayisinde ham madde olarak işlenmekte ve değişik gıdalara dönüştürülmektedir. Tarımsal üretimin gıdaya işlenen oranı, üründen ürüne farklılık göstermektedir. Bu oran buğdayda, yağlı tohumda, şeker pancarında daha yüksek; et, süt, sebze ve meyvede daha düşük olarak görülmektedir.

Ham maddesinin büyük bir kısmını tarım sektöründen alan gıda sanayisinin neredeyse tüm alt dallarında imal edilen ürünler, ülkemiz sınırları dâhilinde üretilmektedir.

Çok büyük bir kısmı küçük ve orta büyüklükteki işletme (KOBİ) ya da esnaf ve sanatkâr olarak faaliyet gösteren sektör oyuncuları, hem sayısal hem de çeşitlilik bakımından ülkemizin hemen bütün illerinde faaliyet göstermektedir.

Gıda sanayisi için tarım sektörü vazgeçilmez bir ham madde kaynağı olup, bu oran rasyonel tarımın yapıldığı ülkelerde tarımsal ürünlerin %60'ını, ülkemizde ise %25-30'unu kapsamaktadır.[25]

7.2. Perakende Satış Yerleri

Türk gıda ve içecek sektörü, perakende satış yerlerinde sunulan seçeneklerin çeşitliliği nedeniyle talepte artış gösteren Türk tüketicileri ile birlikte son yıllarda istikrarlı bir büyüme kaydetmiştir. Tam zamanlı işlerde çalışan kadın sayısındaki artışın yanı sıra, net gelirin artması ve tüketim eğilimlerinin değişmesi, hazır yemek ve donmuş gıda gibi ambalajlı ve işlenmiş ürünlere olan ilginin artmasını sağlamıştır.

Türkiye'de, gıda sektörü geliştikçe beslenme düzeninin önemli bir parçası olan ekmek talebi artmakta ve ülkemiz en büyük unlu mamul pazarlarından biri hâline gelmektedir. Bu durum da ülkemizi, bu sektörde dünyada kişi başına en yüksek tüketim oranlarının görüldüğü ülkelerden biri yapmaktadır. Öte yandan süt, yoğurt, peynir, kefir ve ayran gibi yan sektör süt ürünleri, geleneksel Türk beslenme düzeninin ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır. Bu ürünleri geleneksel olarak kendi imkânlarıyla üreten halkımız, gün geçtikçe hayat koşullarının değişmesi ile birlikte hazır ürünleri talep etmeye başlamıştır.

Genel olarak gıda tüketimi;

- Taze ve dondurulmuş gıdalar, hazır yemekler, su ürünleri, beyaz et ürünleri,
- Organik gıda ve tüketilmeye hazır/ısıtılan gıdalar,
- Doğal katkı maddeleri kullanımı ya da daha az kimyasal katkı maddesi kullanılan gıdalar,
- Düşük tuz, şeker, asit, yağ içeriği olan ürünler,
- Tatlandırıcılar,
- Sağlıklı ve fonksiyonel gıdalar,
- Sağlık ve besleyici özelliklerinin etiket üzerinde yer aldığı gıdalar,

[25] Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), VİZYON 2023 Bilim ve Teknoloji Öngörüsü Projesi Tarım ve Gıda Paneli, Son Rapor, Temmuz 2003

- Küçük ambalajlı ürünler,
- Markalı ve kalite olgusunun öne çıktığı ürünler yönüne doğru gitmektedir.

Bu çerçevede sanayi üretimi, şekil alarak artan ve değişen talebi karşılama yönünde çalışmalarını yapmaktadır. Dünyada gelişen trend, tüketicilerin kaliteli ürünleri uygun fiyatlarla satın almalarını sağlayan, korumacılıktan arındırılmış serbest pazar ekonomisinin yerleşmesi yönünde düzenlemelerin yapılmasıdır.[26]

Türkiye perakende sektörü, gerek nüfus gerekse tüketim harcamaları açısından Avrupa genelinde önemli bir potansiyel arz etmektedir. Tüketim harcamaları açısından Avrupa'da 7. sırada yer alan Türkiye perakende sektörü; gıda harcamalarında 5., gıda dışı perakende harcamalarında ise 8. sırada bulunmaktadır.

Avrupa ülkeleri ile Türkiye'de, nüfusa göre mağaza sayıları karşılaştırıldığında perakende sektörünün, bölge ülkeleri içerisinde en fazla gelişme potansiyeline sahip olduğu ülkenin Türkiye olduğu görülmektedir. 2011 yılında 302 milyar dolar düzeyinde gerçekleşen Türk perakende sektörü büyüklüğünün 2015 yılında 421 milyar dolara ulaşacağı ve sektörün 2016 yılına kadar her yıl %10 büyüyeceği tahmin edilmektedir. Ülkemizde modern perakendeciliğin sektörden aldığı pay %40 ile 42 arasında değişirken bakkallar, büfe ve pazar yerlerinden oluşan geleneksel perakendeciliğin aldığı pay % 58 ile 60 oranında değişmektedir.

7.2.1. Hanehalkı Tüketim Harcamalarında Gıda Harcamalarının Payı

TÜİK verilerine göre 2011-2013 yılları arasında hanehalkı harcamalarında ikinci sırayı gıda harcamaları almaktadır. İlk sırayı %25 ile konut, su, elektrik ve diğer yakıtlara yapılan harcamalar almıştır. Bu sıralamada görülmektedir ki bir vatandaş, gelirinin ortalama beşte birlik kısmını gıda harcamalarına ayırmaktadır. Bu veriler gıda sektörünün ülke ekonomisindeki öneminin ve yerinin büyüklüğünü göstermektedir.

Tablo 96. Hanehalkı Harcamalarında Gıda Harcamalarının Payı

Hanehalkı Tüketim Harcamalarının Harcama Gruplarına Göre Dağılımı (%)			
	2011	2012	2013
GIDA VE İÇECEKLER	21,0	19,9	20,2
Gıda Alkolsüz İçecekler Alkollü İçecekler	19,3 1,4 0,3	18,2 1,4 0,3	18,5 1,4 0,3
KONUT, SU, ELEKTRİK VE DİĞER YAKITLAR	25,8	25,8	25,0
ULAŞTIRMA	17,2	17,2	17,4
MOBİLYA, EV ALETLERİ VE EV BAKIM HİZMETLERİ	6,4	6,7	6,6
LOKANTA VE OTELLER	5,7	5,8	5,9
GİYİM VE AYAKKABI	5,2	5,4	5,3
ÇEŞİTLİ MAL VE HİZMETLER	4,3	4,2	4,3

[26] Konya Gıda Sanayi Sektörel Analiz Raporu (2008)

HABERLEŞME	4,0	3,9	4,0
EĞLENCE VE KÜLTÜR	2,7	3,2	3,1
EĞİTİM HİZMETLERİ	2,0	2,3	2,4
SAĞLIK	1,9	1,8	2,1

Yıllar itibarıyla aylık harcamalar içerisinde gıda harcamalarının payı düşüş göstermiştir; 2008 yılında toplam harcamaların %23'lük bir kısmını oluştururken, 2013 yılına gelindiğinde %20'ye gerilemiştir. Söz konusu yıllar arasında toplam aylık hanehalkı tüketim harcaması %58'lik bir artış gösterirken gıda harcamalarındaki artış %40'lık bir oranda kalmıştır.

Tablo 97. Yıllar İtibarıyla Aylık Hanehalkı Gıda ve İçecek Harcamaları

Yıllar İtibarıyla Aylık Hanehalkı Gıda ve İçecek Harcamaları						
	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Gıda ve İçecekler	371	392	407	445	471	518
Gıda	*343*	*362*	*375*	*410*	*431*	*475*
Alkolsüz İçecekler	*25*	*26*	*28*	*29*	*33*	*36*
Alkollü İçecekler	*3*	*4*	*4*	*6*	*7*	*7*
Aylık Toplam Hanehalkı Harcaması	**1.626**	**1.688**	**1.843**	**2.120**	**2.366**	**2.572**
Gıda Harcamalarının Payı %	**23%**	**23%**	**22%**	**21%**	**20%**	**20%**

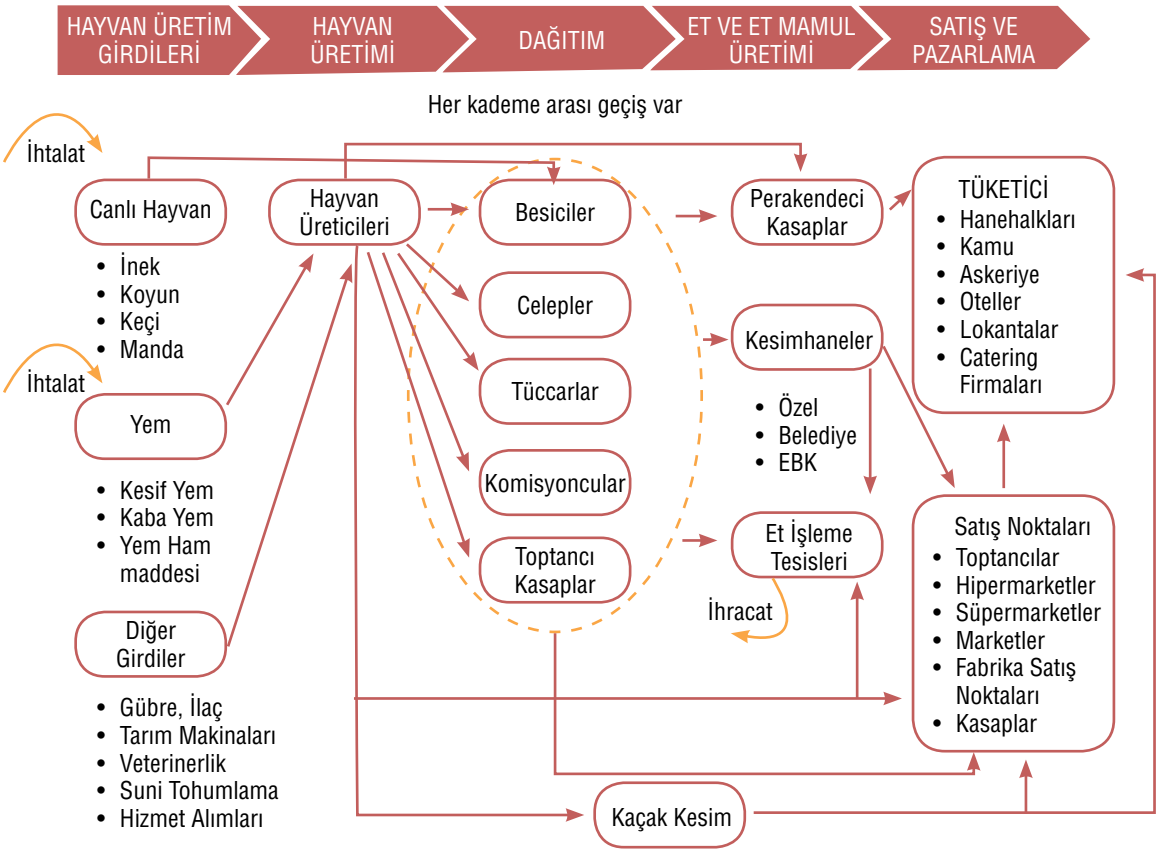
Tüm bu durumlar nedeniyle gıda sektörünün gelişimi hız kazanmıştır ve pek çok alt meslek alanlarında da bu potansiyel artarak sürmektedir (Örn: Bakkallık, Kasaplık, Manavlık, Şarkütericilik, Lokantacılık, İyi Suculuk vb.). Türkiye açısından tarım ve gıda sektörlerinden elde edilecek gelir artışı, toplum refahı, zenginliği ve yaşam kalitesini artırmada önemli bir potansiyele sahiptir. Gıda sektörü esnaf ve sanatkârları da, perakende satışta önemli bir yere sahip olarak ekonomik anlamda kritik bir yer tutmaktadırlar. [27]

7.3. Hayvancılık Sektörü[28]

Aşağıdaki şekilde kırmızı et üretim süreci ve bunun oluşturduğu değer zinciri sunulmaktadır:

[27] T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Gıda ve İçecek Sektörü Raporu (2013/1)
[28] Bu bölümde TEPAV'ın Gıda Sektöründe Değer Zinciri Analizi Projesi'nden (2013) yararlanılmıştır.

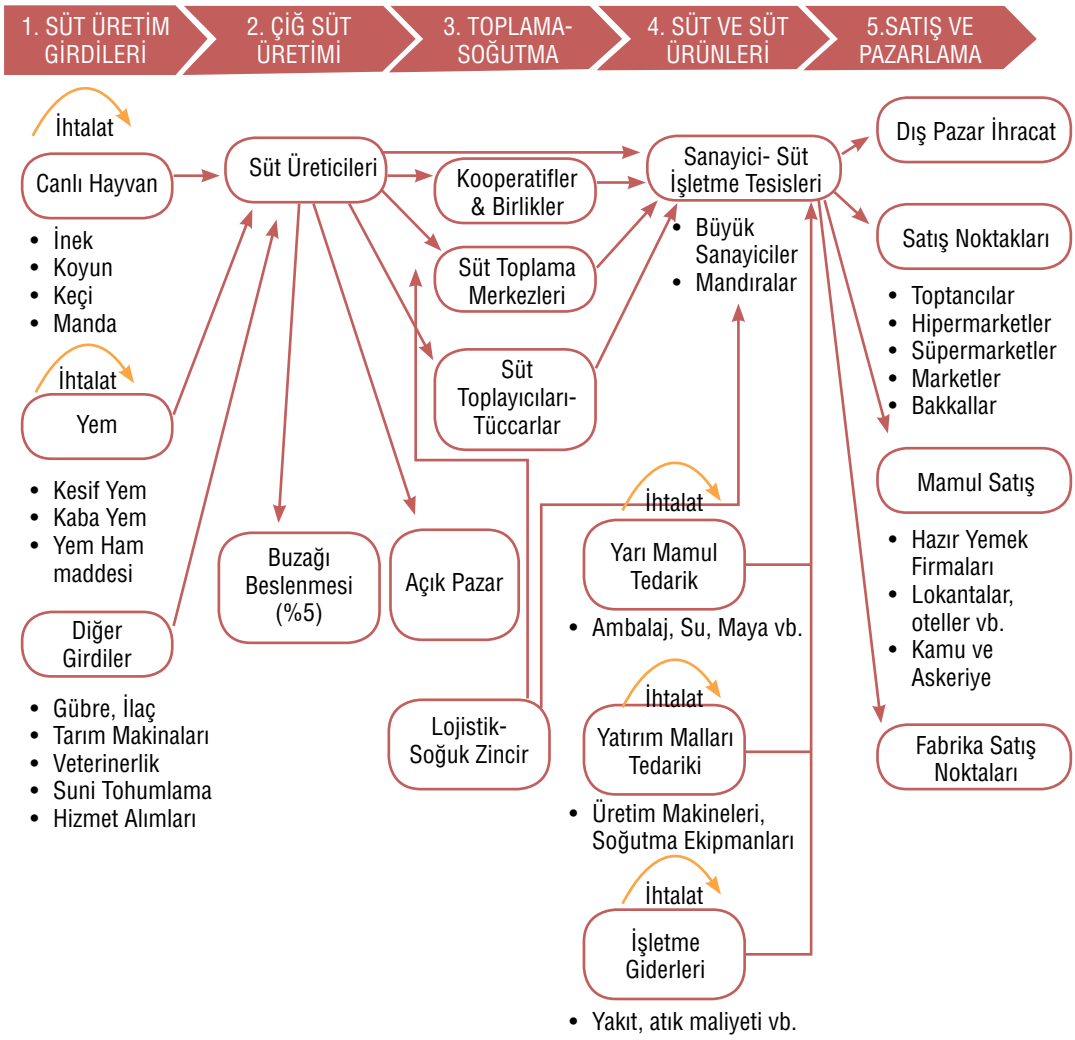
Şekil 27. Kırmızı Et Değer Zinciri (Kaynak: TEPAV)



7.4. Süt ve Süt Ürünleri Üretimi

Aşağıdaki şekilde süt ve süt ürünleri ile ilgili sektörler ve bunların esnaf ve diğer paydaşlarla olan ilişkileri özetlenmiştir:

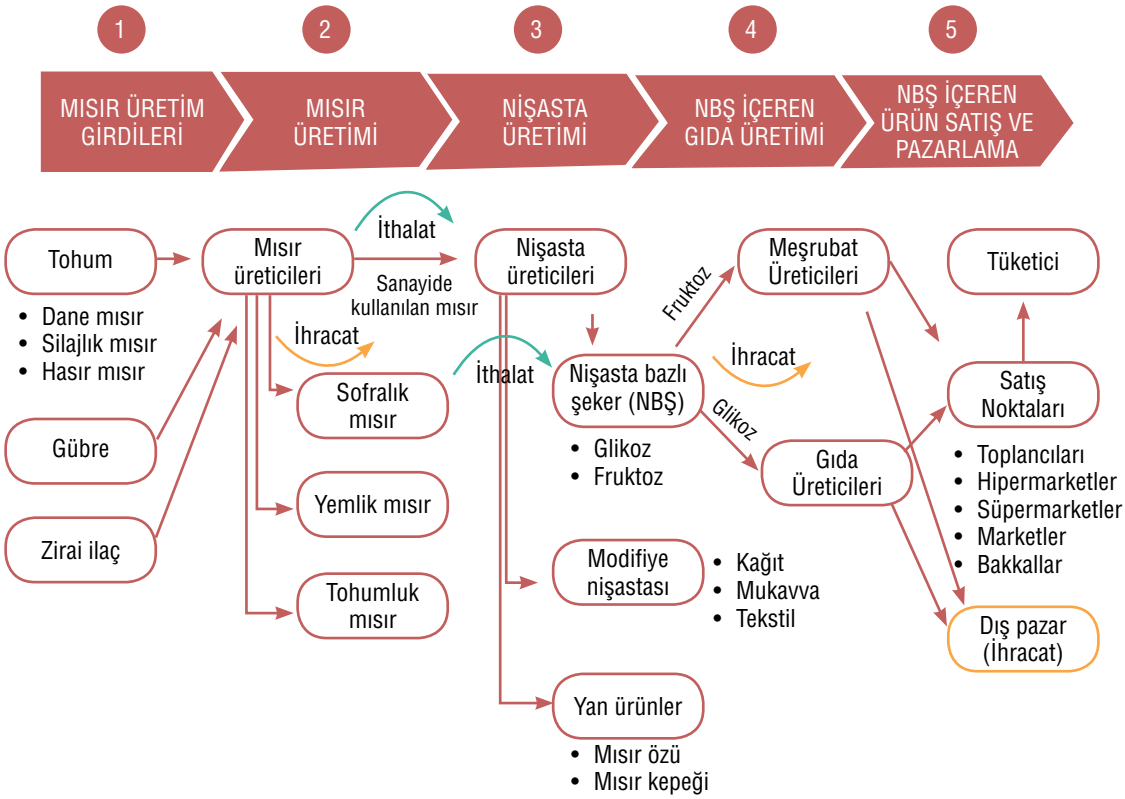
Şekil 28. Süt ve Süt Ürünleri Üretimi Değer Zinciri (Kaynak: TEPAV)



7.5. Şeker Üretim Sektörü

Aşağıdaki şekilde nişasta bazlı şeker üretiminin gıda üreticileri ve nihai olarak market ve esnaflarla olan ilişkisi sunulmuştur.

Şekil 29. Nişasta Bazlı Şeker Değer Zinciri (Kaynak TEPAV)



7.6. Ambalajlı Su Sektörü[29]

Son yıllarda dünya çapında önemli bir gündem maddesi hâline gelen küresel ısınmaya paralel olarak, doğal kaynak rezervlerinin miktarı ve yeterliliği de tartışılmaya başlanmıştır. Meydana gelen iklim değişikleri su kaynaklarını önemli oranda etkilemekte; hızlı nüfus artışı, beraberinde su talebinde artış getirmektedir.

Türkiye, su zengini bir ülke değildir. Aksine gerekli önlemler alınmaz ise gelecekte su sıkıntısı çeken bir ülke olmaya adaydır. Kişi başına düşen yıllık kullanılabilir su miktarı 1.600 m^3'tür. Diğer ülkeler ve dünya ortalamasıyla kıyaslandığında, Türkiye kişi başına kullanılabilir su miktarı bakımından su sıkıntısı çeken ülkeler arasında yer almaktadır. 2023 yılı için Türkiye'nin nüfusunun yaklaşık 84 milyon olacağı ve bu durumda kişi başına düşen kullanılabilir su miktarının da 1.125 m^3/yıl civarında olacağı tahmin edilmektedir.

Şişelenmiş su sanayisi, bugün dünya çapında hızla gelişen bir pazar niteliğine kavuşmuştur. Günlük yaşamın önemli bir parçası olan şişelenmiş su, dünyanın en ücra köşelerinde bile çok kilit bir mal niteliğindedir.

Yıllık %15 büyüme oranıyla en hızlı gelişen pazarların başında gelen bu sektörde, Coca Cola, Pepsi, Nestle, Danone gibi dünya devleri konumundaki meşrubat ve gıda şirketleri,

[29] Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı Ambalajlı İçme Suyu Sektörü Raporu, 2012

şişelenmiş su sektörüne yatırım bütçelerinden çok daha fazla pay ayırmaya başlamışlardır. 2000'li yıllar boyunca bazı Asya ülkeleri, şişelenmiş su sektöründe önemli bir büyüme sergilemiştir.

Kişi başı şişelenmiş su tüketimi ülkeden ülkeye ciddi farklılıklar gösterebilmektedir. Örneğin Batı Avrupa ülkelerinin çoğunluğunda kişi başı yıllık şişelenmiş su tüketimi 113,8 litre iken, nüfusun yoğun olduğu gelişmekte olan ülkelerde tüketim tek haneli rakamları aşmamaktadır.

Tablo 98. Ülkeler Bazında Kişi Başı Su Tüketimi (2010)

Ülke	Litre
Meksika	224
İtalya	204
BAE	150
Belçika	148
Almanya	132
Fransa	131
Türkiye	126
İspanya	121
Lübnan	115
Macaristan	110
ABD	108

Son on beş yılda, tüketicinin değişen tüketim alışkanlıklarına da paralel olarak şişelenmiş su sektörü ciddi bir büyüme kaydetmiş olup, sağlık ve beslenme alışkanlıkları açısından bilinçlenen tüketici, gelişmiş ülkelerde şişelenmiş suyun en hızlı büyüyen ve en dinamik içecek pazarı olmasını sağlamıştır. Birçok gelişmiş ülkede şişelenmiş su, su ihtiyacını gideren bir içecek olmanın ötesinde, sağlıklı yaşamın en önemli parçalarından biri olarak algılanmaktadır. Bu durum, şişelenmiş su sektörünün sürekli büyümesindeki en önemli etkenlerden biridir. Bugün gelişmekte olan bazı ülkelerde de şişelenmiş su, daha hijyenik olduğu için musluk suyuna alternatif olarak görülmektedir.

Türkiye'de su ticareti, uzun yıllar hijyen sorununu sürekli olarak gündemde tutan yöntemlerle gerçekleştirilmiştir. 1980'li yıllarda başlayan geri dönüşümsüz ambalajlarda su üretimi ise yasal düzenlemelerdeki eksiklikler ve buna bağlı olarak sektörde belli standartların bulunmayışı nedeni ile yaklaşık 15 yıl boyunca sınırlı sayıdaki firma tarafından gerçekleştirilmek durumunda kalmıştır. 1997 tarihinde yürürlüğe giren ve sonraki yıllarda bazı değişikliklere uğrayan "Doğal Kaynak Maden ve İçme Suları ve Tıbbi Suların İstihsali, Ambalajlanması ve Satışı Hakkında Yönetmelik" hükümleri uyarınca açıkta su satışının yasaklanması ve üretim, şişeleme ve satış aşamalarına belli standartların getirilmesi sonucunda, ambalajlı içme ve maden suyu sektörü hızlı bir gelişme sürecine girmiş ve günümüzde büyük holdinglerin ve bazı çok uluslu şirketlerin yatırım yaptığı veya ilgisinin bulunduğu bir üretim kolu hâline gelmiştir.

Ticari olarak içme suyu sektörü, ambalajı geri dönüşümlü ve geri dönüşümsüz sular ve maden sularını kapsamaktadır. Dönüşümlü ve dönüşümsüz ambalajda kaynak ve ma-

den suyu üretimi, Devlet Planlama Teşkilatı sektör sınıflandırmasına göre İmalat Sanayi alt sektörlerinden Gıda Sanayi sektörü içerisinde, İçki Sanayi alt başlığı altında yer almaktadır.

Ülkemizin, doğal kaynak suyu rezervleri açısından dünyanın en zengin üçüncü ülkesi olduğu ifade edilmektedir. Ticari olarak içme suyu sektörü, ambalajı geri dönüşümlü ve geri dönüşümsüz sular ve maden sularını kapsamaktadır. Türkiye su kaynaklarının zenginliği bakımından dünyadaki sayılı ülkelerden biri olup, Türkiye'nin hemen her bölgesinde farklı kaynaklar bulunmaktadır. Ülkemizde doğal su kaynaklarının yoğunlaştığı noktalar ise Adapazarı ve Bursa civarı ile Doğu Anadolu ve Akdeniz Bölgeleridir. Diğer yörelerde çıkan doğal kaynak suları, debileri düşük olduğu için ekonomik değildir. Türkiye, doğal kaynaklar bazında Fransa ve İspanya'dan sonra en güçlü 3. ülke konumunda olup şişelenmiş su sektöründe gelecek vaat eden bir potansiyele sahiptir.

Ambalajlı içme suyu sektörü gıda sektörü esnaflarını da yakından ilgilendirmektedir. İyi suculuk başta olmak üzere, bakkallık ve büfecilik, lokantacılık gibi meslekler bu ürünlerin çokça satıldığı yerlerdir. Esnafları ambalajlı su sektöründe etkileyen önemli unsurlar, ulaşım ve taşıma alanlarıdır. İçme suyu sektöründe ulaşım giderlerinin ve ulaşım zamanının, fiyatlar ve servis kalitesi üzerinde çok büyük etkisi olduğu düşünülürse, etkili bir dağıtım ağının taleplere göre tesis edilmiş olması önemli görülmektedir.

7.7. Yaş Meyve ve Sebze Sektörü

Yaş sebze meyve sektörü, tarım sektörü içerisindeki en önemli alt sektörlerden biridir. Yaş sebze meyve sektörü, meyve ve sebzelerin tarımsal faaliyetlerle yetiştirilmesi ve yetiştirilen ürünlerin doğal bozunum süresinin tamamlanmasından önce ve üzerlerinde asli yapılarını değiştirici bir işlem yapılmadan nihai tüketicilere ya da işleme tesislerine ulaştırılması faaliyetlerini içerir. Yaş sebze meyve kategorisine, yumru kökler (patates, yer elması vb.) ve ağaçta yetişen kabuklu yemişler (fındık, ceviz, fıstık, vb.) haricinde bilinen bütün meyve ve sebze türleri girmektedir. [30]

Yaş meyve ve sebze sektörü, insanlığın temel ihtiyacı olan bitkisel karbonhidrat, protein ve vitaminlere sahip besinlerin üretilmesi ve tüketime sunulması gibi insanlık için hayati bir işlevi yerine getirir; dünyadaki tüm insanları doğrudan ilgilendiren ve yaşamlarına doğrudan etki eden bir sektördür. Türkiye, üretime müsait verimli ve geniş tarım alanları ile değişik bölgelerin ekolojik farklılıkları sayesinde meyve ve sebzelerin iyi koşullarda ve kaliteli olarak yetişebildiği nadir ülkelerden biridir.

Türkiye, iklim ve ekolojik koşulların elverişli olması ve sahip olduğu geniş tarımsal arazi bakımından tarıma elverişli bir ülke konumundadır. Ülkemizde mevcut bulunan meyve ve sebze çeşitleri, iklim başta olmak üzere diğer faktörlerin de elverdiği ölçüde hemen hemen tüm bölgelerimizde üretilmektedir. Fakat bazı bölgelerimizde, birkaç meyve ve sebze çeşidi üretiminin daha yoğun bir şekilde yapıldığı görülmektedir. Meyve ve sebze endüstrisi her biri farklı özellikte arz ve talebe sahip olan çok sayıda üründen oluşmaktadır. Her ne kadar yüzlerce meyve ve sebze ürünü, ticari olarak alınıp satılıyor ise de sadece belirli sayıda ürün

[30] Doğaka Yaş Meyve ve Sebze Sektörü Raporu 2015 http://www.dogaka.gov.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.gov.tr_621_FB8B45NT_Yas-Sebze-Meyve-Sektor-Raporu-2015.pdf

bu piyasada önemli bir rol oynamaktadır. Dünyanın birçok ülkesiyle karşılaştırıldığında ülkemizde hemen hemen her mevsimde ve her bölgede meyve ve sebze üretimi söz konusudur.

TÜİK verilerine göre 2014 yılında ülkemizin toplam meyve ve sebze üretimi 46,7 milyon ton olarak gerçekleşmiştir. Bunun 17,1 milyon tonu meyve üretiminden, 28,6 milyon tonu ise sebze üretiminden kaynaklanmıştır (Tablo 99). 2013 yılı itibarıyla Türkiye'nin sebze üretim kompozisyonuna bakıldığında domates, hıyar, biber, patlıcan ve karpuz gibi ürünlerin de dâhil olduğu meyvesi için yetiştirilen sebze grubunun, toplam sebze üretiminden %83'lük pay aldığı görülmektedir. Nitekim 11,8 milyon tonluk üretim hacmiyle domates, ülkemizde en çok yetiştirilen sebze olup toplam sebze üretiminden %42 pay almaktadır. Bu ürünü 3,9 milyon tonluk üretimle karpuz ve 2,2 milyon ton ile biber (salçalık, dolmalık ve yeşil) izlemektedir. Yumru ve kök sebze grubundan olan kuru soğan 1,9 milyon tonluk üretimiyle dördüncü sırada yer almaktadır. 2013 yılında en çok üretilen meyve, önceki yıllarda olduğu gibi üzüm olmuş; söz konusu ürün, 4 milyon tonluk üretim hacmiyle toplam üretimden %22 pay almıştır. İkinci sırada 3,7 milyon tonluk üretim ve %20'lik payla turunçgiller grubu gelmektedir. Elma ise 3,1 milyon ton ile en çok üretilen üçüncü meyve konumundadır. [31]

Tablo 99. Türkiye'de Yıllara Göre Meyve Sebze Üretimi

Yıllar	Meyve Üretimi	Sebze Üretimi	Toplam
1970	7.414	8.439	15.853
1975	7.476	9.562	17.038
1980	9.545	11.990	21.535
1985	9.012	15.258	24.270
1990	10.747	16.457	27.204
1995	10.824	18.944	29.768
2000	13.421	22.358	35.779
2005	14.715	24.320	39.035
2010	16.386	25.997	42.383
2011	17.195	27.547	44.742
2012	18.013	27.820	45.833
2013	18.239	28.448	46.687
2014	17.104	28.570	45.674

Kaynak: TÜİK

Türkiye dünyada 4. büyük yaş meyve sebze üreticisidir. Türkiye'nin ihracatında en çok yer tutan ürünler aşağıda sıralanmıştır:

- Biber (%7,4),
- Domates (%6,6),
- Üzüm (%5,4),

[31] Ziraat Mühendisleri Odası Yaş Meyve ve Sebze Raporu http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/b5a3b0088c-4bc9e_ek.pdf

- Karpuz (%4,5),
- Hıyar (%4,4),
- Limon (%4,3),
- Elma (%3,7),

Türkiye incir, kayısı, kiraz ve ayvada en büyük üreticilerden biri olup; domates, biber ve hıyarda üçüncü en büyük üreticidir. Türkiye'nin 1996 yılında 490 milyon dolar dolayında olan yaş meyve ve sebze ihracatı, 2000 yılında 434 milyon dolar düzeyine gerilemiştir. 2005 yılında 1,1 milyar dolar olarak gerçekleşen ihracat, 2013 yılında 2,3 milyar dolara yükselmiştir.

Meyve sebze üretimi, dış pazarları olduğu kadar, Türkiye'yi ve özelllikle de pazarcı, manav ve kabzımal esnafını da doğrudan ilgilendirmektedir. Bütün dünya ülkelerinde olduğu gibi ülkemizde de sosyo-kültürel ve ekonomik gelişmelerle birlikte insanların gıda tüketim alışkanlıklarında da önemli değişiklikler meydana gelmiştir. Tüketicilerin gıda tercihlerindeki değişimlerden biri de meyve ve sebze tüketim alışkanlıklarındaki değişmelerdir. Meyve ve sebze tüketiminin gerek sağlık ve gerekse dengeli beslenme açısından faydalı olması nedeniyle, gelişmiş ve gelişmekte olan birçok ülkede değişik kuruluşlar tarafından kişi başına meyve ve sebze tüketiminin artırılması için değişik kampanyalar yapılmış ve hâlâ yapılmaktadır (Akbay, Candemir, & Orhan 2005). Daha çok iç pazara hitap eden pazarcı ve manav esnafları burada önemli bir rol oynamaktadır. İnsanlar gün geçtikçe daha çok organik ve sağlıklı ürüne yönelmektedir.

7.8. Diğer Sektörler

7.8.1. Taşımacılık

Hava, deniz ve kara ulaşımına oldukça elverişli bir konumda bulunan Türkiye'nin, özellikle, karayolu taşımacılığı çok gelişmiştir. Bu bağlamda, gıda sektöründe taşımacılığın büyük bir kısmı karayolu ile gerçekleştirilmektedir. Yani sektör, çok avantajlı bir konuma, güçlü bir lojistik ağa ve teknolojiye sahiptir. Ancak, soğuk hava taşımacılığını gerektiren araçların ve depoların eksikliğinin ve yetersizliğinin sıkıntısını yaşamaktadır. Aynı zamanda, Doğu Anadolu Bölgesi'nde yer alan gıda sektöründeki esnaflar, elverişsiz coğrafi yapı nedeniyle kış iklimi koşullarında lojistik sıkıntısı çekmektedir.

7.8.2. Ambalaj Sektörü

Son yıllarda büyük bir gelişme kaydeden ambalaj sektörü, ülkemizin gıda maddeleri, boya, yapı kimyasalları, madeni yağlar ve tekstil gibi birçok ürününde önemli rol oynamaktadır. Ambalaj sektörünün gelişmiş bir seviyede olması dolayısıyla, her türlü gıda maddesi rahatlıkla ambalajlanabilmekte ve tüketiciye sunulabilmektedir.

8. Teknoloji Kullanım Durumu ve Yenilik Düzeyi

İşletmelerde teknoloji kullanımını iki boyutta incelemek mümkündür. Bunlardan birincisi, üretimde teknoloji kullanımı; ikincisi ise yönetimde teknoloji kullanımıdır. "Özellikle

üretim sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin zaman, iş gücü, kalite planlaması dâhilinde ortaya çıkan ihtiyaçları, yeni makinelerin alınması, bilgisayar destekli üretimin ve tasarımın yapılması sonucunu doğurmuştur" (Demir, 2013: 2).[32] Bu durum uluslararası rekabetin her geçen gün daha çok arttığı dünyada olağan kabul edildiğinden, bu bağlamda bir teknoloji kullanımı işletmelerin hayatlarını devam ettirebilmeleri için zaruridir. Esnaf ve sanatkârlar üretim noktasındaki asıl faaliyetlerini daha düşük maliyette, daha iyi kalitede yerine getirebilmek için dünyadaki teknolojik ilerlemeleri yakından takip etmektedirler. Yeni çıkan ve işlerin işleyişini kolaylaştıracak teknolojik yenilikleri ilk etapta kullanmasalar bile, gerek müşterinin talebi doğrultusunda gerekse değişime karşı koyamama sebebi ile bu tarz yeniliklerden geri kalmamaktadırlar. Bu noktada yeni teknolojiyi adapte ederken esnaf ve sanatkârların önceliği, maliyet kısmıdır. Ancak yukarıda da belirtildiği gibi esnaf ve sanatkârlar üretim alanındaki teknolojik yenilikleri ilk adapte eden olmaktan çok, değişime karşı gelemedikleri için uyguladıklarından, hem düşen fiyatlardan yararlanmakta hem de maliyete çok karşı koyamamaktadırlar.

Esnaf ve sanatkârların asıl zayıf oldukları alan, yönetimde teknoloji alanıdır. Yönetimde teknoloji kavramı ise birçok farklı anlam ifade edebilmektedir. İş hayatında özellikle ilk akla gelen örnekler mobil teknoloji, GSM teknolojisi, internet teknolojisi ve bunlar gibi, teknolojinin farklı ayaklarıdır. Bu teknolojiler, üretim teknolojisi gibi, eksikliklerinde esnaf ve sanatkârları asıl hizmetlerinden geri bırakmadıkları için ikinci planda kalmaktadır. Yine aynı şekilde esnaf ve sanatkârların birincil derecede hizmetlerini etkilemediği için bu alandaki teknolojik gelişmeleri takip etmek ve uygulamak, maliyet açısından bir yük olarak görülebilmektedir. Bu bölümde yönetimde teknolojinin özellikle esnaf ve sanatkârlar için önem arz eden, fakat yaygın ve etkin bir şekilde kullanılmayan alanlarından bahsedilecektir.

8.1. İnternet Teknolojisi

Ülkemizde artık internete aşikâr olmayan, internet kullanmayan işletme sayısı oldukça azdır. Ancak internetin ne kadar etkin kullanıldığı şüphelidir. Dolayısıyla esnaf ve sanatkârlar için teknolojik gelişmelerin başında internet teknolojisi gelmektedir. Günümüzde esnaflar arasında bilgisayar ve internet kullanımı yaygındır. Ancak en büyük problem, bunlardan yararlanarak ticari bir avantaj sağlayamamalarıdır. Daha net bir deyişle bugün birçok küçük işletmenin, ürünlerini satmak ve tanıtımlarını yapmak için bir web sitesi yoktur. Özellikle son yıllarda küreselleşen ekonomide büyük rakipleri karşısında hayatta kalmak isteyen birçok küçük işletme, e-ticaret yolunu seçmiş, böylece dış piyasalara yönelme şansını yakalamıştır.

İnternet ve bilgisayar gibi temel teknoloji kullanımının ötesinde sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanabilen esnaf ve sanatkârların, rakiplerine göre daha başarılı bir performans sergilediklerini söylemek mümkündür. O hâlde çağımızda teknolojiyi kullanarak ticari avantaj sağlamak, temel teknolojilere sahip olmaktan da çıkmış, onları etkin bir şekilde kullanabilme beceresine dönüşmüştür. İnternete sahip olmak sadece teknolojiyi kullanmak anlamına gelmemektedir; yeni müşteriler bulmak için çevrimiçi reklam, e-mail yoluyla

[32] Demir, V., 2013. KOBİ'lerde Teknoloji Kullanımı. Kobi Bilgi.

pazarlama ile internet ortamını aktif bir şekilde kullanmak, internet teknolojisinden tam anlamıyla yararlanıldığı anlamına gelmektedir. İşte bu nedenle zaten temel teknolojik gelişmelere uyum sağlayacak alt yapısı olmayan esnaf ve sanatkârların, teknolojiye sahip olmaktan öte, sahip oldukları teknolojiyi günün ihtiyaçları doğrultusunda etkin bir biçimde kullanabilmeleri için ciddi planlamalara ihtiyaç vardır.

Bugün internete ulaşım eskisi kadar maliyetli ve zor değildir. Dolayısıyla bir şekilde herkes, ortak bir ağa bağlanıp dünyanın her yerindeki gelişmeleri takip ederek, uzaktan da olsa bu gelişmelere dâhil olabilmektedir. Ancak internet alışkanlıkları her geçen gün değişmekte; ucu bucağı olmayan bu alan, sürekli yenilikler doğurmaktadır. Son yıllarda insanoğlunun hayatına hızla giren sosyal medya, bunların en keskin örneğidir. Sosyal medya kullanımı ile artık mesafeler kısalmış; bilgi dolaşımı, duygu ve düşüncelerin aktarımı çok daha kolay bir hâle gelmiştir. Durum böyle olunca da teknolojiyi takip eden yenilikçi işletmeler ve girişimciler için internet, kendi tanıtımlarını yaptıkları ve ürünlerini gösterdikleri çok düşük maliyetli bir reklam aracı hâlini almıştır. Bu çok basit örnek bile teknolojik gelişmeleri ve yenilikleri yakından takip eden esnaf ve sanatkârların, rakiplerine göre büyük avantajlar sağladığını göstermektedir. İşte bu sebep ile internet, esnaf ve sanatkârlarca etkin bir şekilde kullanılmalı, yenilikler takip edilmeli ve cesur bir şekilde bu gelişmelere dâhil olunmalıdır.

E-ticaret ise internetin açtığı bambaşka bir kapıdır. Bu kapı, pazarlamadan öte, işletmelerin artık daha geniş bir kitleye, başka marketlere açılmalarına, daha kolay bir şekilde müşterilere ulaşmalarına olanak vermektedir. E-ticaret artık öyle bir hâl almıştır ki, insanlar ev boyamak için gerekli olan ustayı internetten bulabilmekte, ekran başından ödemeyi yapıp hem zamandan hem de uğraştan kâr etmektedirler. İşte yine bu noktada, gelişmeleri yakından takip edebilen, cesur adımlar atabilen ve yeniliğe açık esnaf ve sanatkârlar, rakiplerinin önüne geçmektedir.

Bourgeois ve Dulipovici (2003)[33], esnaf ve sanatkârların da dâhil olduğu mikro işletme sınıfına mensup şirketlerin, dünyadaki bütün şirketlerin yaklaşık %73'ünü oluşturduğunu belirtmektedirler. Bu hesaba hiç çalışanı olmayan sadece sahibi tarafından işletilen müesseseler de dâhil edilince çok daha büyük oranlara ulaşıldığını eklemektedirler. Bu durumda, bu ölçekteki işletmelerin devletlerin ekonomilerine yaptığı katkılar ve sahip oldukları potansiyeller göz ardı edilemez. Devletler, kalkınma planlarını belirlerken, stratejilerini özellikle yoksulluğun yok edilmesi, bölgesel kalkınma ve ekonomik yenilenme alanlarında mikro ölçekte işletmelere dayandırmaktadırlar. Fakat gerçekte esnaf ve sanatkârların da dahil olduğu bu ölçekteki işletmeler büyüme konusunda ciddi engellere sahiptir. Bu engellerin en başında da, iş yeri sahiplerinin sanatlarında ya da mesleklerinde modifikasyona gitmekten kaçınmaları sebebi ile büyüme isteğine ve iddiasına sahip olmamaları gelmektedir (Bourgeois ve Dulipovici, 2003). Oysaki günümüzde esnaf ve sanatkârların, çekince yaşadıkları konularda internet teknolojisi ve e-ticaret yeniliği ile bir değişikliğe gitmeden büyüme ve gelişme fırsatı yakalamaları mümkün değildir. Esnaf ve sanatkârların, teknolojiyi kullanma konusuna, KOBİ'lere göre çok daha yavaş ve temkinli yaklaşmaları, fırsatlardan yeterince yararlanamamalarına sebep olmaktadır. Bunun temelinde ise e-ticaret yeniliği ve teknolojik ilerlemeler ile ticari avantaj sağlayabileceklerinin farkında olmamaları vardır. Bu durumda

[33] Bourgeois, Y., ve Dulipovici, A., 2003. *New Brunswick – Small Business Primer.* CFIB Research.

esnaf ve sanatkârlarda teknoloji kullanımının artırılması için atılacak ilk adım, farkındalık yaratılması olmalıdır. Bu bağlamda iyi uygulama örnekleri ve/veya doğru stratejiler ile ulaşılabilecek potansiyellerin planlarının anlatıldığı eğitimler, esnaf ve sanatkârlara teknoloji kullanmanın önemini anlatmakta faydalı olacak ve farkındalık yaratılmasına yönelik ilk somut adımı oluşturacaktır.

8.2. Bilgi Teknolojileri

Küresel rekabet ortamında, esnaf ve sanatkârların yeni bilgi yaratma yeteneğine sahip olması, hem kendi aralarında hem de daha büyük ölçekli işletmelerle rekabette avantajlı konuma gelmelerinde çok büyük önem teşkil etmektedir. Piyasaların çok hızlı bir biçimde değiştiği ve yeni teknolojilerin hızla geliştiği bir ortamda, istikrarlı bir biçimde yeni bilgiler yaratan, yeni teknolojileri kullanarak yenilikçi ürünleri hızla piyasaya sunan işletmeler başarıyı sürekli kılacaklar ve uzun ömürlü olacaklardır (Özveren ve Gürsu, 2004: 645).[34]

Ülkemizde, esnaf ve sanatkârlarda, bilgi teknolojilerinden yararlanma eğilimi gün geçtikçe artmasına rağmen, hâlâ istenilen seviyede değildir. Bunun sebeplerinin başında ise başlangıç maliyeti gelmektedir. Fakat bu noktada, satın alma veya kiralama kararları değerlendirilerek en uygun maliyetli olan seçenek üzerinde karar kılınabilir. Günümüzde işletmelerin yazılım ihtiyaçları, birçok kurumsal firma tarafından seçenekli olarak karşılanabilmektedir. Bu seçeneklerden hangisinin işletmeye uygun olacağı, yapılacak görüşmelere, ödeme koşullarına ve işletmeye özel diğer koşullara göre değişebilmektedir.

Günümüzde esnaf ve sanatkârların, bilgi teknolojilerinden yeteri kadar yararlanmak istemeleri durumunda, yapabilecekleri hatalar ya da karşılaşabilme ihtimalleri olan problemleri şu şekilde sıralamak mümkündür (Demir, 2013: 1-2):

- İhtiyaç planlamasının iyi yapılmaması: İşletmeler bilgi sistemlerine gereksinim duyduklarını fark edip araştırma yoluna gittiğinde, işletmeye hangi programın alınacağını, bilgisayar donanımının ve diğer altyapının buna uygun olup olmadığını, kimlerin bu projede görev alacağını, görev alacak personelin yeterli eğitime sahip olup olmadığını gözetmeksizin acele karar verip kurulum aşamasına geçmektedir. Bu durum ileriki zamanlarda proje kurulumu ve uygulamasında büyük sıkıntılara yol açmakta ve hatta bazen projenin yarım kalmasına ve askıya alınmasına da sebep olmaktadır.
- Yazılım hakkında araştırma yapmamak: İşletmeye kurulacak yazılımı iyi tanımak gerekmektedir.
- Personele yazılım eğitiminin verilmesi: Bu durum yazılımın üreteceği çıktıların (raporların ve bilgilerin) güvenilirliğini direkt etkileyebilmektedir.

[34] Özevren, M. ve Gürsu, M., 2004. *Organizasyonlarda Bilginin Yaratılması Süreci ve Bu Süreçte Liderliğin Önemi.* 3.Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Eskişehir.

8.3. Anket Sonuçları

Proje kapsamında yapılan ankete katılan 1100 esnafa, teknoloji kullanım durumları ile ilgili aşağıdaki sorular yöneltilmiştir. Alınan cevaplar, esnafların teknoloji kullanım düzeyinin düşük olduğunu ortaya koymuştur.

Mesleğinizle ilgili yeni teknolojileri ne kadar yakından takip ediyorsunuz?		
	Kişi	Yüzde
Hiç takip etmiyorum	306	28%
Takip etmiyorum	220	20%
Ne takip ediyorum, ne takip etmiyorum	381	35%
Takip ediyorum	177	16%
Çok yakından takip ediyorum	16	1%
Toplam	1100	

"Mesleğinizle ilgili yeni teknolojileri ne kadar yakından takip ediyorsunuz?" sorusuna esnafların büyük bir kısmı "takip etmiyorum" yanıtını vermiştir (%48). Yalnızca %17'lik bir kesim takip ettiğini belirtmiştir.

Mesleğinizle ilgili faaliyetlerinizde (alım, satım, model bulma, vb.) interneti ne sıklıkla kullanıyorsunuz?		
	Kişi	Yüzde
Hiçbir zaman	445	40%
Nadiren	274	25%
Bazen	295	27%
Sık sık	76	7%
Her zaman	10	1%
Toplam	1100	

"Mesleğinizle ilgili faaliyetlerinizde (alım, satım, model bulma, vb.) interneti ne sıklıkla kullanıyorsunuz?" sorusuna %40 oranında hiç kullanılmadığı cevabı verilmiştir. Esnafların %25'i nadiren, %27'si bazen internetten yararlandığını belirtirken, %7'si sık sık, %1'i ise her zaman kullandığını belirtmiştir.

İnternet üzerinden satış yaptığını ifade eden esnafların oranı ise yalnızca %4'te kalmıştır.

Mesleğinizin geleceği açısından teknolojik gelişmelerin etkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?		
	Kişi	Yüzde
Çok olumsuz	114	10%
Olumsuz	136	12%
Ne olumlu, ne olumsuz	584	53%
Olumlu	244	22%
Çok olumlu	22	2%
Toplam	1100	

"Mesleğinizin geleceği açısından teknolojik gelişmelerin etkisini nasıl değerlendiriyorsunuz?" sorusuna %53 oranında "ne olumlu ne de olumsuz" cevabı verilmiştir. %22 olumsuz düşünürken, % 24 ise olumlu düşünmektedir.

İşletmenizde bilgi ve iletişim teknolojilerine ilişkin kullandığınız araç ve gereçler nelerdir?		
	Kişi	Yüzde
Bilgisayar	656	60%
Mobil erişim	588	53%
İnternet bağlantılı bilgisayar	513	47%
Barkod sistemi	416	38%
Yazıcı/fotokopi	391	36%
E-posta	388	35%
E-ticaret	369	34%
Tartı	5	0%
Telefon	1	0%

Esnafların %60'ı işletmesinde bilgisayar olduğunu belirtmiştir. %53'ü mobil erişim, %47'si internet bağlantılı bilgisayarı olduğunu ifade etmiştir. %38'inde barkod sistemi, %36'sında yazıcı/fotokopi bulunurken; %35'i e-posta adresi olduğunu ve %34'ü e-ticaret yaptığını belirtmiştir.

Esnafların sıralanan teknolojileri kullanma sıklıkları aşağıdaki tabloda özetlenmiştir:

Esnafların teknoloji kullanma sıklıkları				
	Nadiren	Bazen	Sık sık	Her zaman
Bilgisayar	38%	27%	25%	11%
İnternet bağlantılı bilgisayar	36%	27%	25%	12%
Yazıcı/Fotokopi	52%	23%	17%	8%
Mobil erişim	35%	23%	22%	20%
E-posta	55%	20%	15%	10%
E-ticaret	63%	17%	11%	9%
Barkod sistemi	44%	17%	23%	16%

Esnaflara "İşletmenizin yeni teknolojileri kullanma düzeyi nedir?" sorusu sorulduğunda aşağıdaki yanıtlar elde edilmiştir:

İşletmenizin yeni teknolojileri kullanma düzeyi nedir?		
	Kişi	Yüzde
Çok zayıf	272	25%
Zayıf	225	20%
Orta düzeyde	386	35%
İyi	164	15%
Çok iyi	53	5%
Toplam	1100	

Sonuçlar esnafların büyük ölçüde orta düzey ve altında yeni teknolojileri kullandığını göstermektedir.

Teknoloji kullanım düzeyinin zayıf olma nedenleri		
	Kişi	Yüzde
Teknik bilgi eksikliği	133	27%
Eğitim eksikliği	71	14%
Maliyetlerin yüksek oluşu	96	19%
İş yerinin kullanıma uygun olmaması	232	47%
Sermaye yetersizliği	31	6%
Mesleğimle ilgili teknolojiler konusunda bilgi sahibi olmama	51	10%
Hiçbiri	7	1%
Toplam	497	

Teknoloji kullanım düzeyinin zayıf olduğunu ifade eden 497 esnafa bunun nedenleri sorulduğunda, %47'si iş yerinin teknoloji kullanımına uygun olmadığını belirtmiştir. %27'si teknik bilgisinin eksik olduğunu, %19'ı ise maliyetlerin yüksek olduğunu ifade etmiştir.

8.4. Esnaf ve Sanatkârların Teknoloji Kullanımında ve Yenilikçilik Kapasitelerinde Karşılaştıkları Problemler

Günümüzde küreselleşmenin ulaştığı nokta ile birlikte yoğun bir rekabet ortamı yaşanmaktadır. Bu rekabet ortamında işletmelerin başarılı olabilmeleri, tüketici istek ve gereksinimlerini, istenilen yer, zaman, miktar, kalite ve en uygun maliyetle karşılayabilme yeteneklerini sürekli olarak geliştirebilmelerine bağlıdır (Özevren ve Gürsu, 2004). İşte bu da teknoloji kullanımında yüksek seviyelere ulaşmak ve yenilikçilik kapasitesini artırmak ile mümkündür.

Özellikle 1990'lı yıllar ile birlikte tüm dünyada doğrudan yabancı yatırımların ve uluslararası ticaretin önemi hızla artmıştır. Bu hızlı değişimin ve küreselleşmenin en büyük itici gücü, bilgi teknolojilerindeki ilerlemelerdir. Yaşanan bu hızlı değişim işletme kararlarını, faaliyetlerini ve yapısını önemli oranda etkilemiştir. Teknik ilerlemeler her türlü maliyeti düşürürken, sınırların ortadan kalkması ve çeşitliliğin artması firmaları yenilik ve yüksek kaliteye odaklanmaya itmiştir. Hızla değişen küresel ekonomiye ve teknolojiye uyum sağlayabilen küçük işletmeler bu süreçte, dinamik, esnek ve yenilikçi yapılarıyla büyük firmalarla olumlu ilişkiler oluşturabilmiş, yerel ekonomiye olan katkılarını artırmış ve teknolojik yeniliklerle sanayinin gelişimine katkıda bulunabilmişlerdir. Dolayısı ile sürekli değişen ve gelişen teknolojiye uyum sağlama ve yenilikçi bir bakış açısı, firmaların rekabetçi olabilmeleri, yaşamlarını sürdürebilmeleri ve gelir üretebilmeleri için hayati öneme sahiptir.

Esnaf ve sanatkârlarda teknoloji kullanımı değerlendirilirken, daha temelde, esnaf ve sanatkârların ülkemizde ne yapıda olduklarına bakmak gerekmektedir. Buna göre, erkek egemen olan esnaf ve sanatkârlıkta, ağırlıklı olarak orta yaş faaliyet göstermektedir. Büyüme

ve gelişme stratejileri olmayan esnafların risk iştahları yok denilecek derecede azdır ve çok büyük oranda sadece yerel pazarlarda faaliyet göstermektedirler. Daha temelde incelendiğinde esnaf ve sanatkârların aslında girişimcilikten çok uzakta oldukları ve hâlihazırdaki işletmelerini büyütmeyi bile hedeflemedikleri görülmektedir. Buna rağmen sahip oldukları birebir bağlantılardan, müşterilerine karşı sosyal yaklaşımlarından ve yerel lokasyonlarından dolayı önemli bir gelir ve istihdam kaynağı oldukları bilinmektedir.

Gıda sektörü, çok sayıda alternatif teknolojinin birlikte kullanıldığı ve teknolojinin, sektörün her alanında önemli rol oynadığı, inovasyona en açık sektörlerin başında gelmektedir. Bilindiği gibi gıda muhafazası için uygulanan birçok teknik; kurutma, soğutma, dondurma, pastörizasyon, sterilizasyon, ışınlama ve kimyasallar tarihin ilk dönemlerinden beri kullanılmış ve sürekli olarak gelişim göstermiştir. Bir diğer deyişle, bu alanda hızlı ve sürekli bir değişim yaşanmakta ve bunların yerini yeni teknolojiler almaktadır. Buna rağmen ülkemizde gıda ve içecek sektörü AR-GE harcamalarının diğer ülkeler ile karşılaştırıldığında düşük olduğu görülmektedir. Sektörde faaliyet gösteren çoğu firmanın AR-GE kapasitesine sahip olmaması, sektörün rekabet gücünü olumsuz etkilemekte ve ülkemiz firmalarının diğer AB ülkeleri firmalarına kıyasla çok daha az inovasyon yaptığı görülmektedir.

Bu durumda teknoloji ile alakalı olarak, gıda sektöründe faaliyet gösteren esnafların en temel probleminin AR-GE eksikliği olduğunu belirtmek mümkündür. Daha özelde AR-GE ve dolayısıyla teknoloji ile ilgili olarak esnafların; ürün çeşitlendirme ve yeni özellikli ürün geliştirilememesi, raf ömrünün ve ürün dayanım süresinin kısa olması, maliyetlerin yüksekliği, tam otomasyona geçilmemesi, altyapı eksikliği, üniversite sanayi iş birliğinden faydalanamama problemlerine sahip oldukları söylenebilir. Bu sorunlar her ne kadar esnafların teknoloji kullanımı ve yenilik düzeyleri ile alakalı gibi gözükse de çözümünde yapılması gereken yatırımlar, güçlü maddi kaynaklar gerektirmektedir.

Gıda sektörünün temelini oluşturan tarımın, sadece ülke düzeyinde faaliyet göstermesi günümüzde yeterli görülmemekte, varlığını sürdürebilmesi için dünyaya uyum sağlaması ve teknolojik yenilikleri yakından takip etmesi gerekmektedir. Gıda sanayisinde aynı işlemler için çok sayıda alternatif teknoloji kullanılabilmektedir. Dolayısıyla kullanılan teknolojinin eski ya da geri olarak nitelendirilmesi, özellikle bu alanda çok zordur. Fakat yine de kullanılan teknolojinin istenilen derecede modern olup olmadığı irdelenebilmektedir. Bugün, ülkemiz gıda sanayisinin alt sektörleri arasında teknolojik yenilikler bakımından önemli farklılıklar söz konusudur. Örneğin konserve, dondurulmuş gıda, meyve-sebze, makarna, bisküvi-şekerleme gibi alt sektörlerde yeni teknolojilerin kullanımı daha yaygınken; et, süt ve sıvı yağ sektöründe ise teknolojik yenilenme arzu edilen düzeyde değildir (Tekin vd., 2007).[35]

Yukarıdaki paragraflar, temel olarak üretimde teknoloji konusunu ele almış ve en basit deyişle bu alanda esnaf ve sanatkârlarımızın yeteri hızda ve kapasitede, yenilik ve teknolojilerden yararlanamadığı sonucuna varılmıştır. Daha önceki bölümde belirtildiği üzere teknoloji kavramının, bir de yönetim teknolojisi ayağı bulunmaktadır. Gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlara bu bağlamda bakıldığında, durumun üretim teknolojisi ala-

[35] Tekin, M., Güleş, Hasan K. ve Öğüt, A., 2007. *Değişim Çağında Teknoloji Yönetimi*, Gazi Kitabevi, Ankara.

nından pek farklı olmadığı görülmektedir. Gıda sektöründeki esnaf ve sanatkârlar bu alanda diğer sektörlerdeki esnaf ve sanatkârlardan ayrışmamaktadır. Bu durumda, gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların internet teknolojisi ve bilgi teknolojilerinden yeteri kadar yararlanamadıkları ve ticari avantaj elde edemedikleri ortaya çıkmaktadır. Her ne kadar internet kullanımı yaygın olsa da interneti etkin bir şekilde kullanmak, tanıtım yapmak ve e-ticarette var olmak konularında sıkıntılar mevcuttur. Aynı şekilde bilgi teknolojilerinin maliyetinden dolayı ve getireceği uzun süreli avantajların önceden kestirilememesi sebebiyle bu alandaki yeniliklerin takibi ve uygulanması tatmin edici seviyelerde değildir. Bu noktada öncelik, diğer sektörlerde de olduğu gibi gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârlara bu alandaki yeniliklerin öneminin anlatılması ve bir farkındalık oluşturulması olmalıdır. Daha bilinçli bir işletme, teknolojik gelişmeleri ve yenilikleri daha yakından takip edebilecek, uzun dönemli avantajlarını analiz edecek, uygun bulursa uygulayacak ve böylelikle hem çağı yakalamış hem de rakiplerine karşı avantaj elde etmiş olacaktır.

8.5. Esnafların Yenilikçilik ve Teknoloji Kapasitelerini Artırmaya Yönelik Çözüm Önerileri

Esnafların teknoloji ve yenilikçilik kapasiteleri ile ilgili problemleri için ilk etapta yapılabilecek çok spesifik olmayan, fakat bir o kadar da problemlerin temelini çözebilecek birkaç çözüm önerisi vardır. Buna göre;

- AR-GE ve teknoloji yatırımlarına daha fazla kaynak ayrılması,
- AR-GE desteklerinden yararlanan firma sayısının artırılması,
- Sanayi, üniversite, meslek liseleri ve meslek yüksekokulları ile iş birliklerinin artırılması; bu yolla yeni ürün ve projeler geliştirilmesi, eğitimde bilinç düzeyinin yükseltilmesi,
- Yeni ürüne yönelik müşteri beklentilerinin belirlenmesi,

hedeflerine ulaşılması ilk etapta atılabilecek somut ve öncül adımlardır.

Bu bağlamda, özellikle gıda sektöründe faaliyet gösteren esnafların yenilikçilik ve teknoloji kapasitelerini artırmak için aşağıdaki çözüm önerileri getirilebilir:

- AR-GE teşvikleri ve desteklerinde, gıda ve sağlık, gıda kalitesi, gıda ve tüketici, gıda güvenliği, sürdürülebilir gıda üretimi ve gıda zinciri yönetimi gibi konulara öncelik verilmelidir.
- Gıda işletmelerinin teknoloji kullanımını artırmasını sağlayacak AR-GE faaliyetleri konusunda bilinçlendirilmesine yönelik çalışmalar ön planda tutulmalıdır.
- AR-GE faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan yeni ürünler ve yenilikler için onay prosedürü gözden geçirilmeli, mevcut mevzuat teknolojik gelişmelere göre uyarlanmalı, tüm düzenlemeler gıda ve içecek alanında yapılacak yeniliklerin artırılmasını sağlayacak şekilde yapılandırılmalıdır.
- İnternet ve bilgi teknolojileri kullanımının öneminin anlatılması ve farkındalık yaratılması için eğitimler ve organizasyonlar düzenlenmelidir.

Esnafların yenilikçilik ve teknoloji kapasitelerini artırma çalışmalarına yönelik yukarıdaki çözüm önerileri, üç ana adımdan oluşan bir proje ile hayata geçirilebilir. Buna göre ilk etapta inovasyon ve teknoloji konularında farkındalık yaratma çalışmaları, sonrasında inovasyon ve teknoloji konularında eğitim çalışmaları yapılmalı ve en son basamakta inovasyon ve teknoloji konularında strateji belirleme ve finansman kaynakları yaratılması ile ilgili çalışmalar yapılmalıdır.

İnovasyon ve teknoloji konularında farkındalık yaratma çalışmaları:

- Başta teşkilat yöneticileri ve sonrasında esnaflara, periyodik ve sistematik eğitim ve seminerler verilerek süreç hakkında farkındalık yaratılmalıdır.
- İnovasyon ve teknoloji alanında yetkin kurum ve kuruluşlar ile esnaflar bir araya getirilerek iyi uygulama örnekleri incelenmeli ve yeniliklerin getireceği potansiyel avantajlar tartışılmalıdır.

İnovasyon ve teknoloji konularında eğitim çalışmaları:

- Oda/Birlik/Federasyon başkanları ve esnafların teknolojiyi etkin kullanmalarına imkân sağlamak amacıyla, düzenli eğitim programları organize edilmelidir.
- Teşkilat tarafından inovasyon ve teknoloji alanında esnaflara verilmek istenen her türlü eğitim organizasyonu, ilgili bakanlıklarca desteklenmelidir.

İnovasyon ve teknoloji konularında strateji belirleme ve finansman kaynakları yaratılması ile ilgili çalışmalar:

- Esnafların hizmetlerini daha iyi sunabilmeleri için gerekli teknolojik altyapıya sahip olmalarını sağlayacak projeler ve finansman yöntemleri geliştirilmelidir.
- Ortak AR-GE merkezleri oluşturularak esnafların bu merkezlerden yararlanmaları sağlanmalıdır.
- Bölgesel ve ulusal çapta inovasyon ve teknoloji alanlarında mali destek sağlayan tüm kurum ve kuruluşlar ile ortak çalışmalar yürütülerek esnaflara projeler oluşturulup kolaylıklar sağlanmalıdır.
- Bankaların esnaf ve sanatkârlar ile ilgili kampanyaları, inovasyon ve teknoloji kapasitelerini artırmaya yönelik teşvikleri kapsayacak şekilde yapılandırılmalıdır.

Yukarıda belirtilen adımların üzerine daha spesifik ve problemlere yönelik adımlar atmak, esnafların teknoloji alanında karşılaştıkları problemleri tamamen çözmek için yararlı olacaktır. Buna göre esnafların internet teknolojisinden olabildiğince yararlanmaları bu konu üzerinde büyük rol oynayabilir. İnternet ile birlikte işletmeler büyük fırsatlar yakalayabilir ve operasyonel etkinlik ile pazar ulaşımlarını kolaylaştırabilirler. Etkin kullanılan internet sayesinde artık esnaflar "küçük" olmaktan sıyrılıp bu durumdan kaynaklanan imkânsızlıkları ortadan kaldırabilirler. Buna göre, esnaflar internet sayesinde;

- Yerel ve ulusal alanda diğer işletmelerle rekabet edebilirler.
- Birçok iş ve iş birliği fırsatlarından yararlanabilirler.
- İşleriyle ilgili işlemleri yaparken zamandan ve iş gücünden tasarruf edebilirler.
- İşleriyle ilgili maliyeti düşük olanaklardan faydalanabilirler.

9. İlgili Kamu Kurum ve Kuruluşları, Meslek Kuruluşları ve Sivil Toplum Örgütleri

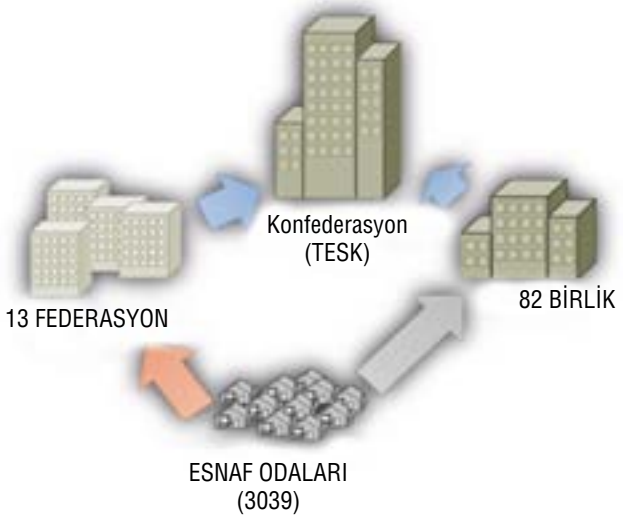
9.1. Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları ile İlişkiler

9.1.1. TESK ve Meslek Odaları

Türkiye'de esnaf ve sanatkârların mesleki teşkilatlanmalarının çatı kuruluşu Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Konfederasyonudur (TESK). Kurum ilk olarak 18 Kasım 1943 tarihli ve 4355 sayılı Ticaret ve Sanayi Odaları, Esnaf Odaları, Ticaret Borsaları Kanunu ile yasal örgütlenmesine başlamıştır. 1964 yılında yürürlüğe konulan 507 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Kanunu ile de esnaf ve sanatkârlar teşkilatı bugünkü yapısına kavuşmuştur. 21 Haziran 2005'de yürürlüğe giren 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu hükümleri doğrultusunda günümüzdeki çalışmalarını yürütmektedir. TESK kuruluş amaçlarını şöyle sıralamaktadır:

- Esnaf ve sanatkârlar odaları, birlikleri ve federasyonları arasında birliği temin, gelişme ve ilerlemeyi sağlamak,
- Genel olarak esnaf ve sanatkârların çalışmalarını mesleki yönden ve kamu yararına uygun olacak şekilde düzenlemek ve bu hususta gerekli görülecek her türlü tedbiri almak ve teşebbüste bulunmak,
- Mesleki eğitimlerini geliştirmek, esnaf ve sanatkârları yurt çapında ve uluslararası düzeyde temsil etmek,
- Sorunlarının çözümü için ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlar nezdinde gerekli girişimlerde bulunmak,
- Ulusal ekonomideki gelişmelere paralel olarak lüzumlu görülecek mesleki tedbirleri almak
- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından esnaf ve sanatkârlarla ilgili verilecek görevleri yapmak.

Şekil 30. Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları



31.05.2016 tarihli Bakanlık verilerine göre esnaf ve sanatkârların örgüt yapılanmasında il ve ilçe düzeyinde kurulmuş 3,039 meslek odası, il düzeyinde kurulmuş 82 esnaf ve sanatkârlar odaları birliği, merkezi Ankara'da olan 13 meslek federasyonu bulunmaktadır. 13 mesleki federasyondan 5'i gıda sektöründeki meslek gruplarıyla ilgilidir.

Bu federasyonların listesi şöyledir:

1. Türkiye Bakkallar ve Bayiler Federasyonu
2. Türkiye Lokantacılar, Kebapçılar, Köfteciler, Pastacılar ve Tatlıcılar Federasyonu
3. Türkiye Fırıncılar Federasyonu
4. Türkiye Kasaplar, Besiciler Et ve Et Ürünleri Esnaf ve Sanatkârları Federasyonu
5. Türkiye Sebzeciler Meyveciler ve Seyyar Pazarcılar Esnaf ve Sanatkârları Federasyonu

9.1.2. Federasyonlar Tarafından Gerçekleştirilen Projeler

Federasyonların esnaf ve sanatkârlar ile ilgili yürüttüğü projeler aşağıda sıralanmıştır:

"Bizim Kasap" Marka Tescili

Türkiye Kasaplar, Besiciler Et ve Et Ürünleri Esnaf ve Sanatkârları Federasyonu olarak Türk Patent Enstitüsüne müracaat edilerek "BİZİM KASAP" isminin marka tescili yaptırılmış; böylece başka bir teşebbüsün bu ismi tescil etmesinin önü kesilmiştir.

Müşterilerin tanıdığı, ürünlerine güven duyduğu, istediği şekilde et aldığı kasap esnafları ile ilişkisini kuvvetlendirmeyi hedefleyerek Federasyon ve Bakanlığın müştereken hazırladığı "Bizim Kasap" sertifikasyon sistemi, hijyen kılavuzları ilkelerine ve meslek odasınca belirlenen kriterlere bağlı olarak çalışmaktadır. Tüketiciler açısından satın alınan ürünlerde izlenebilirliğin ve güvenilirliğin garanti altına alındığı bu sistem ile kasap esnafının korunması ve markalaşması hedeflenmektedir.

Bizim Kasap markasının kullanılabilmesi için, federasyona bağlı odalara üye olunması, hijyen kılavuzlarına uygun çalışılması, meslek odasınca belirlenen ilkelere bağlı kalınması ve Federasyondan izin alınması gerekmektedir.[36]

GUSTO Kart ve AHİ Kart[37]

Türkiye Lokantacılar Kebapçılar Pastacılar ve Tatlıcılar Federasyonu ülke genelinde yılda 2 milyar dolarlık işlem hacmine sahip yemek kartlarına alternatif bir "millî yemek kartı" geliştirmiştir.

GUSTO Kart ve AHİ Kart adıyla iki kartı Haziran 2016'da hizmete sunan Federasyon, böylelikle yemek kartlarında esnafları ekstra kart ücretleri ödemekten kurtarmayı hedeflemektedir. Yabancı firmaların esnaflardan %10-%12 arası komisyon aldığı bir ortamda, bu hamle ile yurt dışına ödenen bu ücretlerin azalması hedeflenmektedir.

[36] http://www.kasaplarfederasyonu.org.tr/haberler/federasyonumuz-bizim-kasap-i-tescil-ettirdi
[37] http://lokantacilarvepastacilar.org.tr/

9.1.3. Meslek Kuruluşları ile İlgili Tespitler

Gıda sektörü esnafları açısından esnaf odaları, devlet ve kamu kurumları ile ilişkilerinde aracılık yapan bir kurumdur. Esnafların karşı karşıya kaldığı sorun ve sıkıntılara çözüm arama noktasında önemli bir yeri olan odaların, kamu kurumları nezdinde esnaflar adına toplu bir şekilde görüş bildirmesi ve belirli bir yaptırım gücüne sahip olması beklenmektedir. Gıda sektörü özelinde bu durum analiz edildiğinde ise, özellikle odak grup toplantılarında ortaya çıkan esnaf görüşlerine göre meslek odaları gittikçe güçsüzleşmektedir. Meslek odalarının yerel yönetimler ve kamu kurumları (bakanlıklar) nezdindeki çabaları yetersiz kalabilmektedir.

Meslek odalarının yapısal sıkıntılarının başında, esnaf ve sanatkâr tanımındaki belirsizlikten ötürü bu özelliği haiz kişilerin ticaret odalarına kayıt yaptırmış olması gelmektedir. Bu nedenden ötürü odaların temsil etmesi gereken esnaf kesiminin bir kısmı, yasal olarak etki alanının dışına itilmiştir.

Odaların birbirleriyle ve birlikler/federasyonlar ile olan ilişkileri de zayıftır. Bir başka problem ise esnafların ilgili meslek odalarının dışında diğer meslek odalarına kayıt yaptırmasıdır. Karma oda–ihtisas odası ayrımı, üye sayısı 100'ün altına düşen odaların kapanma riski vb. nedenlerle esnaflar ihtisas alanı dışındaki ilgisiz odalara kayıt yaptırılmaktadır. Burada sicillerin birliklere bağlı olarak çalışmasının da etkisi vardır. Birlik yönetiminin etkisinde kalan sicillerin, esnafı profesyonel olmayan sebeplerle (seçim kaygısı, oda-birlik arası problemler vb.) farklı odalara kayıt ettirdikleri görülmektedir.[38] Bazı odaların birbiri ve birlikler ile rekabet içerisinde olması da etkinliği düşüren nedenlerdendir. Bu ve buna benzer koordinasyonsuzluk ve iletişim eksikliğinden kaynaklı sıkıntılar nedeniyle meslek odaları esnafların sorunlarına çare bulmakta güçlük çekmektedir. Toplu olarak sesini duyurmakta zorlanan esnaflar bu nedenlerle rekabet, büyüme, AR-GE gibi alanlarda da kolektif olarak karar alma ve hareket etme kültürünü de tesis edememektedirler.

Esnaf teşkilatlarının esnafların gereksinim duyabileceği her türlü alanda hizmet verme yetkisine sahip olmaları gerekmektedir. Esnafların kamu ve özel sektörde yapacağı her türlü işlem için esnaf teşkilatlarını bir aracı mekanizma olarak konumlamak gerekmektedir. Belediyeler, bakanlıklar vb. diğer kamu kuruluşları ile olan ilişkilerin tek bir elden, odalar ve birlikler üzerinden gerçekleştirmesi yararlı olacaktır. Esnafın iş yerini açmadan önce teşkilatla buluşması ve teşkilat ile koordinasyon hâlinde ve teşkilattan danışmanlık hizmeti alarak açılış işlemlerini yapması sağlanmalıdır.

9.1.4. Esnaf Siciline Kayıt Sırasında Yaşanan Problemler

Esnaf ve sanatkârlar meslek kuruluşlarının en büyük problemleri arasında, esnaf sicili kaydının yapılmasındaki yapısal engeller gelmekteydi. Yakın bir zamana kadar üyelik aşamasında, 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu gereğince esnaflık meslek dalında açılacak olan işletmelerden, ustalık belgesi sahibi olma zorunluluğu aranması nedeniyle, esnaf özelliğini haiz pek

[38] 21.05.2016 tarihli ve 29718 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulu Kararı ile esnaf ve sanatkâr meslek kolları yeniden belirlenmiş ve esnaf ve sanatkarların kaydedilecekleri meslek odaları ile ilgili düzenleme yapılmıştır.

çok kişi daha kolay olduğu için ticaret odasına kayıt yaptırmayı tercih etmiştir. Her ne kadar bu zorunluluk yürürlükten kaldırılmış olsa da senelerce süren bu uygulama nedeniyle pek çok esnaf, ticaret siciline kayıt yaptırmayı tercih etmiştir. Bu kapsamda 29.01.2015 tarih ve 29251 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan "Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun"un 19, 20 ve 21. maddeleri aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir:

*MADDE 19 – 5/6/1986 tarihli ve 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'nun 30'uncu maddesinin ikinci fıkrasında yer alan "açacaklardan, meslek odaları ise iş yeri sahibi olarak üye kaydı yaptıracaklardan, ustalık belgesi istemek zorundadır." ibaresi "**açılışında, esnaf ve sanatkârlar ile tacirlerin kendilerinden veya iş yerinde her bir meslek dalında çalıştırdıkları en az birer çalışanından ustalık belgesi ya da en az ön lisans diploması istemek zorundadır."** şeklinde değiştirilmiştir.*

MADDE 20 – 18/5/2004 tarihli ve 5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu'nun 102'nci maddesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

"MADDE 102- Odaya kayıt sırasında, ticaret siciline kayıtlı olanlardan 5/6/1986 tarihli ve 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'nda öngörülen ustalık belgesi veya muadili belgeler istenmez."

MADDE 21 – 7/6/2005 tarihli ve 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun 68'inci maddesinin birinci fıkrasının son cümlesi aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

"Sicil ve oda tarafından, esnaf ve sanatkârlardan kayıt sırasında 5/6/1986 tarihli ve 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'nda öngörülen ustalık belgesi veya muadili belgeler istenmez."

5362 sayılı Kanun ile yapılan esnaf ve sanatkâr tanımında, Kanun'un "Üyelik Şartları" başlıklı 7'nci maddesinin (c) bendinde esnaf ve sanatkâr odalarına üyelik için vergi mükellefi olma şartı getirilmiştir. Esnaf ve sanatkârların işe başlama sırasında önce vergi dairesine, daha sonra esnaf ve sanatkârlar siciline ve odaya kayıt yaptırmaları şeklinde gerçekleşen bu uygulama, sabit bir yerde çalışmayan, gezici olarak faaliyette bulunanlar başta olmak üzere birçok esnaf ve sanatkârın kayıt dışı faaliyet göstermesine zemin hazırlamaktadır. Vergi dairelerine kayıt yaptıran bazı esnaf ve sanatkârlar, ilgili sicil ve odaya kayıt yaptırmadan doğrudan ticari faaliyetlerine başlamaktadırlar. Vergi daireleri, mükelleflerin kendilerine kayıtlı olmalarını ve vergi yükümlülüklerini tam ve zamanında yerine getirmelerini esas almakta ve esnafın bunun dışında kalan esnaf siciline kayıt olma gerekliliği ile ilgilenmemektedirler. Bu durumda pek çok esnaf sicil açısından kayıt dışı olarak faaliyet yürütmektedir.

Ticaret siciline kayıt açısından değerlendirildiğinde ise tam tersi bir durum söz konusudur. Şirketlerden önce ticaret siciline ve ticaret odalarına kayıt yaptırmaları istenmekte; daha sonra vergi dairelerine kayıt, ilgili ticaret odası tarafından gerçekleştirilmektedir.

213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nun 172'nci maddesi gereğince; ticari ve mesleki faaliyetlerinin hacmine göre, işletme defteri tutmakla mükellef bulunan esnaf ve sanatkârların, defterlerini her yıl notere tasdik ettirmeleri zorunludur. Benzer bir şekilde noter tasdiki sırasında da esnaflardan sicil kaydına dair tasdikname istenmemektedir. Bu durum da sicil açısından kayıt dışı çalışmanın önünü açmaktadır.

Bu sorunların çözümü için işe başlama ve işi bırakmada esnaflar tüm yükümlülüklerini tek bir yerden kontrollü bir biçimde gerçekleştirmelidir. Bu yetki ise esnaf teşkilatına verilmeli, odalar ve birlikler güçlendirilmelidir. Esnaf tescil işlemlerinde başvuranlar, esnaf odalarından tüm işlemlerini yapabilmelidir. Böylelikle kurumlar arası farklı uygulamalar, haksız rekabete yol açan kontrolsüz işyerleri ve kayıt dışı faaliyetlerde bulunan esnaflar kontrol edilmiş olacaktır.

Ayrıca esnaf ve sanatkâr tanımı da güncellenip net bir hale getirilerek, esnafların ticaret odasına kayıt seçeneğinin yasal olarak engellenmesi gerekmektedir. Mali müşavirlerin keyfi yönlendirmelerinin de etkili olduğu ticaret odasına kayıt olan esnaf ve sanatkârlar sorunu ancak yasal bir zeminde giderilebilecektir.

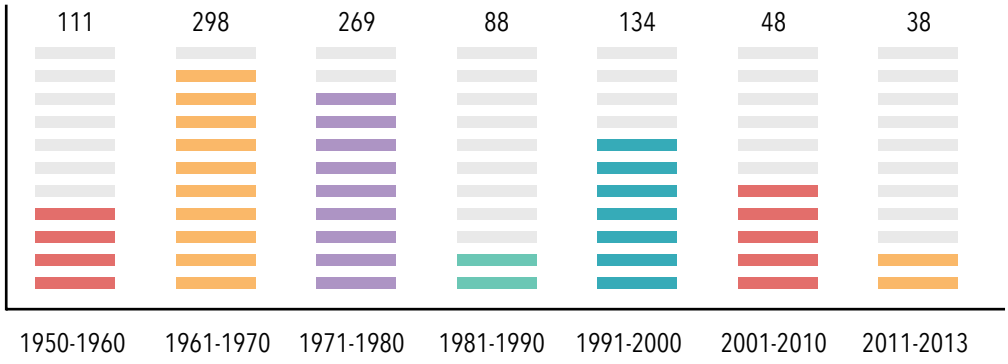
9.2. TESKOMB ve Kredi Kefalet Sistemi

Esnaf ve sanatkârın finansman ihtiyacını karşılamak üzere kurulan Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri resmî statüsünü kazandığı 10.08.1951 tarihinden itibaren faaliyetlerine devam etmektir.

Kooperatifler, 1969 yılına kadar Türk Ticaret Kanunu hükümlerine tabi iken, bu tarihten sonra 1163 sayılı Kooperatifler Kanunu'nun yürürlüğe girmesiyle bu Kanun hükümlerine göre faaliyetlerini sürdüren özel hukuk tüzel kişiliğine sahip kuruluşlar hâline gelmiştir.

Türkiye'de, Kredi ve Kefalet Kooperatifçiliğinin kurulduğu 1950'li yıllardan 1980'e kadar geçen dönemde kooperatiflerin, birliklerin ve merkez birliğinin oluşturulması yoluyla Kredi ve Kefalet Kooperatifçiliği, yatay ve dikey örgütlenmesini tamamlamış ve büyümüştür. Yıllara göre kurulan kooperatif sayısı aşağıdaki şekilde verilmiştir:

Şekil 31. Yıllar İtibarıyla Kurulan ESKKK Sayısı



Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatiflerinin kuruluş amacı; "kooperatife ortak olan esnaf ve sanatkâra mesleki faaliyetleri için gerekli krediyi sağlamak veya kredi ve banka teminat mektubu almak üzere kefil olmak" şeklinde tanımlanmıştır. Kooperatiflerin rolü borçlunun mal sorumluluğunu azaltmamak kaydıyla, finansman kaynaklarına erişimini kolaylaştırmak ve kefalet sağlamaktır.

Kooperatiflerin temel görevleri ise;

- Ortaklara verilecek kredi veya kefalet miktarını tespit etmek,

- Ortaklar için yeni kredi imkânları sağlamak,
- İlgili kuruluşlardan borç para almaktır.

Bölge Birlikleri; kooperatif ortaklarının mamullerini en iyi şartlarla değerlendirmek, kredi ihtiyaçlarının karşılanmasına yardımcı olmak, çalışmalarını koordine etmek ve müşterek menfaatlerini korumak amacıyla kurulmuş bir danışma, destek ve koordinasyon birimi mahiyetindedir.

TESKOMB ise bu kooperatiflerin şemsiye birliği olarak esnaf ve sanatkârın finansman sorunlarına, günün koşullarına uygun, kalıcı ve sistematik çözümler üretmek, bu amaçla gerekli yapıları oluşturmak ve işletmek amacıyla 1970 yılında kurulmuştur.

TESKOMB'un 3 temel görevi bulunmaktadır;

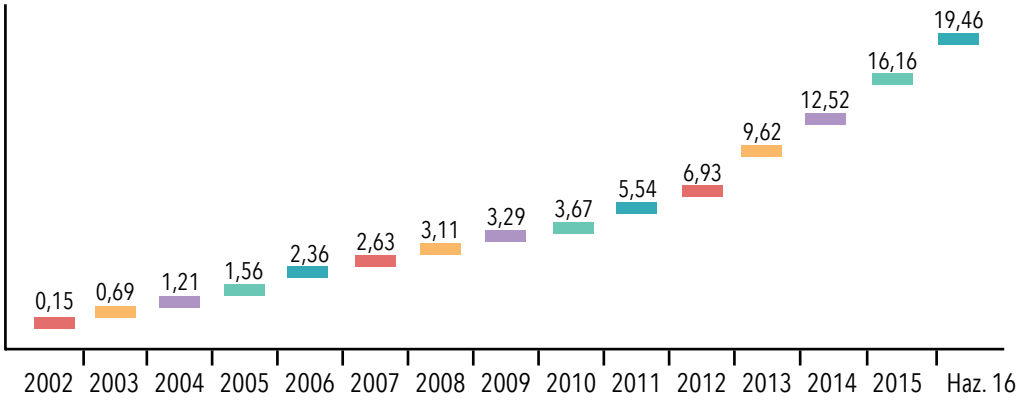
1. Kooperatiflerin sorunlarına başta TBMM ve Hükümet olmak üzere ilgili platformlarda çözüm aramak,
2. Teşkilatın ekonomik faaliyetlerine öncülük etmek ve eğitim desteği sağlamak,
3. Bağlı birlik ve kooperatiflerin mevzuata uygun olarak faaliyet göstermelerini temin eden denetim faaliyetlerini ifa etmek.

Günümüzde Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri, Halkbankasınca esnaf ve sanatkârlara kullandırılan ve devlet tarafından faiz desteği sağlanan esnaf kredilerine, müşterek ve müteselsil kefil sıfatıyla kefalet etmektedirler. Türkiye genelinde 986 Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifi vardır; fakat bunların arasından 838 tanesi kefalet verebilmektedir. Bu kooperatifler, bağlı bulundukları 32 Bölge Birliği ile TESKOMB alt teşkilatını oluşturmaktadırlar.

9.3. Türkiye Halk Bankası A.Ş.

Ülkemizde esnaf ve sanatkârlara 1938 yılından itibaren kredi sağlayan Halk Bankası, esnaf ve sanatkârlar ile küçük işletmelerin en önemli finans kaynaklarından biri olagelmiştir. Özellikle son yıllarda devletin desteğini artırması ile esnaf için kredi faiz oranı %4'e kadar düşmüştür. Halk Bankası'nın ESKKK'lar kefaleti ile esnaf ve sanatkârlara kullandırmış olduğu kredi miktarının yıllara göre değişimi aşağıda sunulmuştur:

Şekil 32. ESKKK'lar Kefaletiyle Esnafa Kullandırılan Kredi Miktarları (Milyar TL)



Yukarıdaki şekilde de görüldüğü üzere 2003 yılında 154 milyon TL olan kredi bakiyesi, 2016 Haziran ayı itibarıyla 19,46 milyar TL'ye ulaşarak yaklaşık 126 kat büyümüştür.

9.4. Kamu Kurumları ile Olan İlişkiler

Genel anlamda esnafların kamu kurumları ile olan ilişkilerinde bir karmaşıklık hâkimdir. Yetki karmaşaları, yetki sınırları, siyasetin etkisi, bürokrasi ve denetim eksikliği bu sorunların başında gelmektedir.

Esnafların resmî olarak yükümlü olduğu birden fazla kamu kurumu bulunmaktadır. Vergi ile ilgili olarak Maliye Bakanlığı, ticaret ile ilgili olarak Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, personel açısından Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, denetim açısından ise yerel yönetimler yetkilidir. Bu kurumların birbirinden bağımsız politikalar benimsemeleri ve yürütmeleri, esnaflar açısından olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. Esnaflar herhangi bir sıkıntısını dile getirmek istediğinde genellikle bu kurumlar arasında muhatap bulma güçlüğü çekmektedir. Sorumluluğu, her kurum diğerine yüklemekte ve problemler çözümsüz kalmaktadır.

Kamu kurumlarının üst düzeyde aldığı politik kararların küçük esnafı korumaktan ziyade, büyük şirketlerin çıkarlarına hizmet ettiği algısı da esnaflar arasında oldukça yaygındır. Kamu kurumlarından en büyük beklentiler arasında, büyük şirketlerin rekabet baskısına karşı esnafları koruyucu önlemlerin alınması gelmektedir.

Esnafın, makroekonomi politikaları belirlenirken fikir danışılan, daha da önemlisi çıkarları korunan bir konuma gelmesi için lobi gücünün artması gerekmektedir. Bunun en önemli araçlarından biri de meslek kuruluşlarıdır. Meslek kuruluşlarının yapısal olarak değişmesi, kendini yenilemesi ve etkin bir konuma ulaşması, esnafların kamu kurumları ile ilişkilerini düzene koyacak ve çok daha etkili hâle getirecektir.

9.4.1. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı

Esnaf ve sanatkârların doğrudan bağlı bulunduğu Gümrük ve Ticaret Bakanlığı merkez teşkilat örgütündeki hizmet birimlerinden Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü (ESGM), Bakanlığın esnaf ve sanatkârlar ile ilgili görev ve sorumluluklarını Bakan adına yürütmektedir. Bakanlık esnaf ve sanatkârları izleyen ve denetleyen bir konumda kalmamakta, esnaf ve sanatkârların gelişimi ve ülke ekonomisindeki yerinin güçlenmesi için pek çok proje ve faaliyet yürütmektedir. Bu kapsamda ESGM'nin görevlerini ve hedeflerini şöyle sıralayabiliriz:

- Esnaf ve sanatkârlara ilişkin politikaları, ilke ve hedefleri ilgili kuruluşlarla iş birliği yaparak belirlemek, stratejiler geliştirmek, sonuçlarını izlemek ve değerlendirmek,
- Esnaf ve sanatkârlarla ilgili görev ve hizmetlerin etkin bir şekilde yürütülmesini sağlamak,
- Esnaf ve sanatkarların AB entegrasyon sürecine intibakını sağlamak,
- Esnaf ve sanatkârların yaşadığı sorunlara kalıcı çözümler bulmak, rekabetçi güçlerini artırmalarına destek olmak,
- Esnaf ve sanatkârların birbirleri ile olan ilişkilerini ve koordinasyonlarını artırmak,

- Esnaf ve sanatkârlara ilişkin istatistikleri üretip derlemek, raporlar hâline getirip kamuoyuyla paylaşmak,
- Esnaf ve sanatkârlar ile çalışanlarının eğitim faaliyetlerini desteklemek.

Ayrıca 5362 sayılı Kanun, esnaf ve sanatkârların örgütlü yapıları olan Oda, Birlik, Federasyon ve Konfederasyona, Bakanlık tarafından esnaf ve sanatkârlarla ilgili verilecek görevleri yerine getirme sorumluluğunu vermektedir.

ESGM'nin esnaflara dönük olarak yürüttüğü hâlihazırdaki projeler:

ESGM ile yürütülen projelerden ilki, bu raporun da bir parçası olduğu "Esnaf ve Sanatkârlar Özelinde Gıda Sektörü Analizi"dir. Bu projenin amaçları gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların mevcut durumlarını, sorunlarını, ihtiyaçlarını ve beklentilerini tespit etmek; tespit edilen bu sorunlara çözüm önerileri geliştirmek, gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların rekabet gücünün artırılabilmesi için sektördeki yurt içi ve yurt dışı iyi uygulamaları, yeni akımları, yönetsel ve teknolojik gelişmeleri tespit etmek ve bu çerçevede sektör vizyonunu ortaya koymak ve sektörü, bu vizyona taşıyacak gelişme eksenlerini tanımlamaktır.

ESGM'nin yeni başlattığı bir diğer proje ise Oda, Birlik ve Federasyonlara yönelik olarak "Esnaf ve Sanatkârlara Sunulan Hizmetlerin Etkinlik ve Verimliliğinin Artırılması Projesi"dir. Bu projenin temel amacı esnaf ve sanatkârların üye oldukları odalar ve üst birlikler ile birlikte Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğünün yapısal, örgütsel ve mevzuat ile kanunlardan kaynaklanan sorunlarını belirleyerek esnaf ve sanatkârlara daha iyi hizmet verebilmeleri için gerekli düzenlemelerin yapılmasını sağlamaktır.

9.4.2. Bakanlık E-Esnaf ve Sanatkâr Veri Tabanı (ESBİS):

Bakanlık e-esnaf ve sanatkâr veri tabanı (ESBİS); esnaf ve sanatkâr meslek kuruluşlarının işlemlerinin ve verilecek hizmetlerin elektronik ortamda çevrimiçi (online) olarak yapılmasını sağlayan sistemdir.

Esnaf ve Sanatkâr Bilgi Sistemi (ESBİS) ile 81 ilde kurulu esnaf ve sanatkârlar sicil müdürlükleri;

- Ticari faaliyete başlayan esnaf ve sanatkârların (Tescil),
- Durumunda değişiklik olan esnaf ve sanatkârların (Tadil),
- Ticari faaliyetini bırakan esnaf ve sanatkârların (Terkin),

işlemlerini elektronik ortamda gerçekleştirmektedir.

Yine, esnaf ve sanatkârların sicil müdürlüklerinde gerçekleştirilen işlemleri, işlemin yapılmasını takiben ESBİS üzerinden sicil gazetesi yolu ile elektronik ortamda yayımlanmaktadır.

ESBİS sistemi sayesinde Türkiye genelindeki esnaf ve sanatkârlar hakkında;

- Tescil, tadil ve terkin sayıları,

- Terkin sebepleri,
- Mesleklere göre istatistikler,
- Meslek kuruluşlarına göre istatistikler,

gibi birçok konuda bilgi alınabilmekte ve kamuoyunu bilgilendirmeye yönelik olarak raporlama yapılabilmektedir.

Esnaf ve Sanatkâr Bilgi Sisteminde (ESBİS), ülke çapında faaliyette bulunan tüm odaların, birliklerin, federasyonların ve Konfederasyonun kendilerine ait bağlantıları (linkleri) mevcuttur. Her bir kuruluş için tahsis edilen bu sayfalarda, kuruluşla ilgili genel (adres, telefon), mali tablolar (bilanço, gelir-gider tablosu), organ üyeleri ve personel ile ilgili bilgilere ulaşılabilmektedir. Ayrıca bu sistemde kuruluşun üyeleri ile ilgili detaylı bilgilere de ulaşmak mümkündür. Bunun yanında, meslek kuruluşlarınca yapılacak genel kurul toplantılarına sunulan hazırun listeleri Bakanlık veri tabanından temin edilmektedir.

9.4.3. Kamu Kurumlarının Rekabete Etkisi

Bu bölümde özellikle üzerinde durulması gereken bir diğer konu bazı kamu kurumlarının ve yerel yönetimlerin esnaflara yönelik kendi eliyle oluşturduğu haksız rekabet ortamıdır.

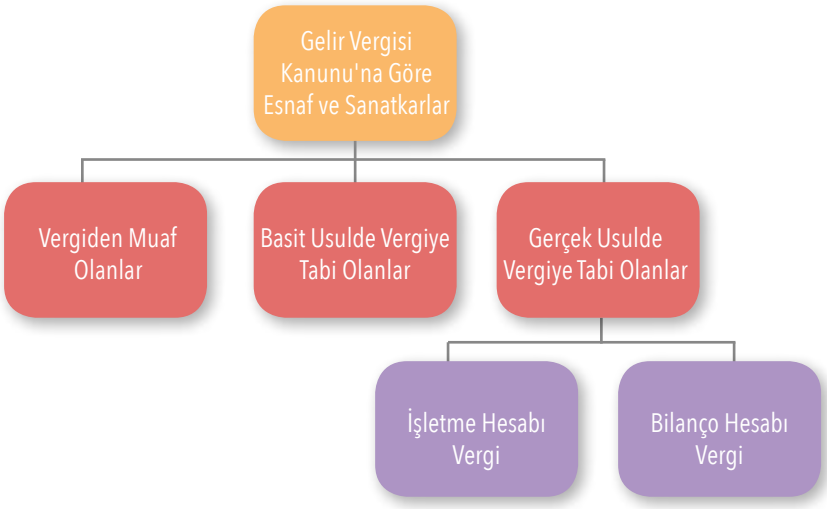
Bazı kamu kurum ve kuruluşlar, kendi mensupları ve bunların dışındaki kişilere gıda, konaklama ve benzeri alanlarda hizmet vermektedirler. Bu durumda ise devlet, ticari hayatın içine girmiş ve kendi imkânlarından yararlanarak ucuz maliyette (işçilik, arazi, elektrik-su, vergi indirimleri vb.) işletmeler işletmekte ve sunduğu düşük fiyatlar ile esnaf ve sanatkârları zor durumda bırakmaktadır. Esnaf devletin imkânlarıyla rekabet edemez duruma gelmektedir.

9.5. Maliye Bakanlığı ve Vergilendirme[39]

Mevcut sistemimizde ne vergi mevzuatında ne de 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu'nda esnaf ve sanatkârlar ile tacirler arasında bir ayrım ve tanımlama yapılmamıştır. Gelir Vergisi Kanunu'nda sadece gelir unsurları itibarıyla bir sınıflama yapılarak esnaf ve sanatkârlar ile tacirlerin tamamı, bu gelir unsurları içinde ticari kazanç elde edenler olarak belirtilmektedir. Gelir Vergisi Kanunu'na göre esnaf ve sanatkârların vergilendirilmesi, gelir düzeyine bağlı olarak üç ayrı şekilde olmaktadır:

[39] Baykul, Ayşegül (2009) *Isparta İl merkezindekiesnafsorunlarıveesnafınyerelekonomiileilişkisi.* Masters thesis, SosyalBilimler. SüleymanDemirelÜniversitesi http://eprints.sdu.edu.tr/620/

Şekil 33. Gelir Vergisi Kanunu'na göre Esnaf ve Sanatkârın Vergilendirilmesi



5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun 3/a. maddesinde esnaf ve sanatkâr tanımı yapılmış ve bu tanımda da "…basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabı esasına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanat sahibi kimseler" ifadesine yer verilmiş olduğundan, bilanço usulüne göre vergiye tabi esnaf ve sanatkârların sınırlı sayıda olduğu tahmin edilmektedir.

Türkiye'de vergi sistemi karmaşık bir yapıya sahiptir. Türkiye'de esnafın tabi olduğu gelir vergisiyle birlikte birçok vergi ve harç bulunmaktadır. Meslek kollarına göre 28 farklı vergi ve harç çeşidi bulunmaktadır. Bu kadar çok sayıdaki vergi ve harcın beyan ve ödeme zamanlarını takip etmek bile esnaf ve sanatkârlar için önemli bir zaman maliyetine neden olmaktadır.

Ayrıca ülkemizde vergilendirmede sık sık değişikliklere gidilmektedir. Vergi kanunlarında sık yapılan bu değişikliklerle mevzuat karmaşık hâle gelmektedir; esnaf ve sanatkârların bu karmaşıklıkta vergi planlaması yapması neredeyse imkânsızdır. Hem öz kaynak ve hem de finansman sıkıntısı içinde olan esnaf ve sanatkâr kesimi, iyi düşünülmeden hazırlanan ve yürürlüğe giren yasalar yüzünden beklenmedik mali yüklerle karşı karşıya kalabilmektedir. Ayrıca mükellefler kanun değişiklikleri ile ilgili uzmanlardan yardım almadığı durumlarda mevzuatı bilmemek ve takip edememek sebebiyle, vergi ile ilgili ödevlerini zamanında ve gereği gibi yerine getirememekte; dolayısıyla vergi cezaları, gecikme zammı, gecikme faizi vb. yaptırımlara tabi olmaktadırlar.

10. Mesleği İlgilendiren Mevzuat

10.1. Giriş

Esnaf ve sanatkârlar özelinde gıda sektörü projesi kapsamında incelenen 5 alt sektör ve toplam 18 meslek kapsamında, 2015 yılı itibarıyla 353.062 esnaf ve sanatkârın faaliyet gösterdiği görülmektedir. Avrupa Birliği'ne tam üyelik sürecinde, "güvenilir gıda" giderek

daha fazla önem kazanan bir kavram hâline gelirken, hem kanuni ve yasal açıdan bu konuda her gün yeni düzenlemeler getirilmekte, hem de tüketiciler giderek bilinçlenmektedir. Dolayısıyla gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların bu uyum sürecinde ilgili kanun, yönetmelik, tebliğ ve uygulamalar hakkında bilgi sahibi olması ve buna bağlı olarak iş yerlerinde halk sağlığını ve tüketici memnuniyetini ilk planda tutan anlayışı benimsemeleri büyük önem taşımaktadır.

Bu noktadan hareketle, raporun mevzuat ile ilgili bu bölümünde öncelikle gıda sektörü özelinde ilgili mevzuat taramaları yapılmış, daha sonra ise gıda sektöründe yer alan alt sektörler ve meslek dallarını ilgilendiren mevzuatlara yer verilmiştir.

10.2. Gıda Sektörü Mevzuatı

Gıda sektörü özelinde mevzuat, tüketicinin korunması ve sektörde faaliyet gösteren işletmeler arasında haksız rekabeti önlemek amacıyla uygulamaya konan kanun, yönetmelik ve tebliğlerden oluşan yasal bir bütündür. Ülkemizde bunların uygulamasında usul ve esasları belirlemek üzere hazırlanan *"tüzükler"* de yasal düzenlemeler olarak kullanılmaktadır.

Gıda mevzuatının uygulanmasının nedeni, öncelikle, gıda sektöründe faaliyet gösteren işletmeler ile tüketicilerin faaliyetlerini uyum içerisinde düzenlemek; aynı zamanda ortaya konulan kurallara aykırı hareketleri ve davranışları önlemektir. Diğer bir deyiş ile gıda mevzuatı, üretimden satış noktalarına kadar gıda maddelerinin nitelik ve bileşimlerinin ortaya konduğu bir hukuk kuralları dizisidir. Özel anlamda ise, gıda sektöründe faaliyet gösteren ve hem üretim hem de ticaret ile iştigal eden esnaf-sanatkârlar ile tacirlerin uymaları zorunlu olan kurallar ile üretimi ve/veya satışı yapılan gıda maddelerinin taşıması gerekli olan asgari hijyen ve kalite ölçütlerini ortaya koyan mevzuat bütünüdür. Ayrıca, mevzuata aykırı durumlarda uygulanması gereken cezai uygulamaları ve bunları uygulayacak olan birimleri de tanımladığı için, kamu hukuku prensiplerini içeren bir karma mevzuat bütünüdür.

Günümüzde gıda üretim ve tüketim şekillerinde ortaya çıkan değişim ve gelişmeler ile buna bağlı olarak gıda sanayi ve gıda ticaretinde de oluşan gelişim ve değişim sonucunda, gıda maddelerinin üretim teknikleri, ürün formülasyonları ve ürün çeşitliliği büyük bir artış göstermiştir. Giderek artan bu olgu içinde yer alan seri üretim ve yüksek otomasyon; ambalajlama, formülasyon ve dağıtım sistemlerinde yenilikler getirmiş ve gıda sistemini çok daha kompleks hâle getirmiştir.

Teknolojinin gelişmesi ile birlikte gıda maddeleri, çok kısa bir zaman dilimi içinde çok farklı şekillerde ve büyük miktarlarda üretilerek birçok bölge ve ülkede, hatta kıtada süratle tüketime sunulmaktadır. Ancak ulaşılan bu yüksek teknolojiye rağmen, gıdalardan, üretim tekniklerinden ve/veya satışa sunum şekillerinden kaynaklanabilen birçok olumsuzluk yaşanabilmekte ve bu olumsuzluklar tüketici gruplarını etkileyebilmektedir. Bu nedenle gıda maddelerinin insan sağlığına zarar vermeyecek şekilde üretilmesi, sektörün uygun rekabet koşullarında ve etik kurallara uyarak faaliyet göstermesi önem teşkil etmektedir. Türkiye'de olduğu gibi tüm ülkelerde gıda mevzuatını hazırlayan birim devlet olmakla birlikte, mevzuat hazırlama sürecinde konuyla ilgili tüm kamu kurum ve kuruluşları, sivil toplum örgütleri, meslek kuruluşları ve üniversitelerin de katılımlarının sağlanması esastır.

10.2.1. Türk Gıda Sektörü Mevzuatı

Türkiye'de gıda mevzuatı ile ilgili ilk kapsamlı çalışmalar Cumhuriyet Dönemi'nde yapılmıştır. Nitekim 1930 yılında yürürlüğe konulan **1593 sayılı "Umumi Hıfzıssıhha Kanunu"** ile gıda mevzuatı hazırlanmış ve buna göre yapılacak kontroller için yetkili merci olarak Sağlık Bakanlığı görevlendirilmiştir. Bu Yasa'nın 181. ve 199. maddeleri gıdaya ilişkin değerlendirme, denetim ve yasakları içermektedir. Yasa'nın 184. maddesi ile tüketenin sağlığını az ya da çok bozacak gıda maddelerinin üretimi, depolanması ve satışı yasaklanmıştır. Yasa'nın 188. maddesi ise gıda katkı maddeleri ve gıda boyalarının kullanımını Sağlık Bakanlığının iznine bırakmıştır. Diğer maddeler ise denetim ve cezalarla ilgilidir.

1593 sayılı Umumi Hıfzıssıhha Kanunu gereği, önce 1942 yılında **"Gıda Nizamnamesi",** daha sonra da 1952 yılında **"Gıda Maddeleri Tüzüğü"** (GMT) yürürlüğe konmuştur. Gıda maddeleri ile umumi sağlığı ilgilendiren eşya ve levazımın hususi vasıflarını gösteren GMT, kapsamında yer alan tüm maddelerin taşıyacağı niteliklere ve bunların hangi koşullarda bozulmuş, taklit veya tağşiş edilmiş sayılacağına dair hükümleri içermektedir. Mevcut mevzuata göre, **5393 sayılı "Belediye Kanunu"** ile nüfusu 10,000'den fazla olan belediyelerin, Sağlık Bakanlığı sorumluluğunda olmak üzere gıda kontrolü yapabilecekleri hükme bağlanmıştır. Bu nedenle bir yandan kimi belediyelerin bünyesinde Sağlık, Veteriner, Küşat ve Zabıta Müdürlükleri gibi birimler oluşturulurken, diğer yandan da bu hizmetler için önemli miktarda ödenekler ayrılmıştır.

1963 tarihli MEHTAP raporu doğrultusunda ve 1972 tarihinde oluşturulan Gıda İşleri Genel Müdürlüğü (eski adıyla İaşe Genel Müdürlüğü) ile Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı da gıda hizmetleri konusunda yetkilendirilmiştir. Ancak bakan emri ile oluşturulan bu genel müdürlük, yetki yetersizliği nedeniyle, denetimleri, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı denetçileri ile birlikte yürütmüştür. Daha sonra, **3161 sayılı Tarım Orman ve Köy İşleri Bakanlığı Kuruluş ve Görevleri Hakkındaki Kanun** ile bu genel müdürlük, Veteriner İşleri Genel Müdürlüğü, Zirai Mücadele ve Karantina Genel Müdürlüğü ve Su Ürünleri Genel Müdürlüğü ile birlikte kapatılarak, günümüzdeki "Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü" oluşturulmuştur.

Cumhuriyet Dönemi'nde gıda hizmetlerine yönelik en temel ve yapısal değişiklikler, **560 sayılı "Gıdaların Üretimi Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararname"** ile getirilen düzenleme olup 28.06.1995 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu kararname ile gıda hizmetlerindeki dağınıklık ve kargaşanın önlenmesi amaçlanmıştır. Ayrıca Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği Anlaşması'nın imzalaması sonucu, ülkemiz gıda mevzuatının AB mevzuatı ile uyumlu hâle getirilmesinde, söz konusu Kararname önemli bir başlangıç oluşturmuştur. Ancak, 560 sayılı KHK'nın yürürlüğe girmesi, gıda konusundaki çok başlılığı tam olarak gideremememiştir. Bu nedenle 27.05.2004 tarihinde **5179 sayılı "Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararname'nin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun"** kabul edilmiş ve "gıda güvenliğinin temini" bu Kanun'un doğrudan amacı olmuştur. Ayrıca, gıda güvenliğini temin için bu Kanun çerçevesinde bir dizi yönetmelik ve tebliğler yayımlanmıştır. Bu Yasa'da gıda güvenliğinin sağlanması hususundaki sorumluluk, gıda işletmelerine verilmekle beraber Bakanlığın belirleyeceği usul ve esaslar çerçevesinde yerel otoriteler, belediyeler ve Sağlık Bakanlığının ilgili birimleri de denetimleri yapmakla görevlendirilmişlerdir. Ancak, AB'nin 2006 yılı iler-

leme raporunda da belirtildiği gibi, 5179 sayılı Kanun ile de AB Gıda Mevzuatı'na uyum sağlanamamıştır.

5179 sayılı Kanun, tüm kontrol yetkilerinin merkezî otoritede toplanması, yerel otoriteler arasında yetki karmaşası ile tutarsızlıkların olması ve Tarım Orman ve Köy İşleri Bakanlığının bu yönde yeniden yapılandırılması gerekçesi ile AB tarafından eleştirilmiştir. Bu nedenle 5179 sayılı Kanun yerine geçmek üzere, Bakanlık yetkilileri ile AB Komisyon yetkilileri arasında yapılan görüşmeler neticesinde Tarım ve Köy İşleri Bakanlığınca 13.06.2010 tarih ve 27610 sayılı Resmî Gazete'de **"5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu"** yayımlanmıştır.

10.3. Esnaf ve Sanatkârlar ile İlgili Mevzuatlar

10.3.1. 4857 Sayılı İş Kanunu

Hizmet akdine istinaden çalışanların, iş sözleşmesinin feshi (işten çıkma–çıkarılma), kıdem ve ihbar tazminatı, ücret ve fazla mesai, yıllık ücretli izin başta olmak üzere 4857 sayılı İş Kanunu'nda yer alan tüm hak ve imkânlardan yararlanabilmeleri için, çalıştıkları iş yerinin İş Kanunu kapsamında olması gerekmektedir. Nitekim Kanun'un "İstisnalar" başlıklı 3. maddesinde, İş Kanunu hükümleri uygulanmayacak işler ve iş yerleri sayılmış olup bunlar arasında esnaf ve sanatkârlara da yer verilmiştir. Madde uyarınca, 507 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Kanunu'nun 2. maddesinin tarifine uygun üç kişinin çalıştığı iş yerlerinde, İş Kanunu hükümleri uygulanmamaktadır. Bu iş yerlerinde çalışanlar ücret, izin, tazminat başta olmak üzere hak ve borçları yönünden 6098 sayılı yeni Türk Borçlar Kanunu hükümlerine tabidirler.

507 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Kanunu'nu 21 Haziran 2005 tarihinde yürürlükten kaldırarak onun yerini alan 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun "Tanımlar" 3. maddesinde esnaf ve sanatkâr tanımı; "İster gezici ister sabit bir mekânda bulunsun, Esnaf ve Sanatkâr ile Tacir ve Sanayiciyi Belirleme Koordinasyon Kurulunca belirlenen esnaf ve sanatkâr meslek kollarına dâhil olup, ekonomik faaliyetini sermayesi ile birlikte bedenî çalışmasına dayandıran ve kazancı tacir veya sanayici niteliğini kazandırmayacak miktarda olan, basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabı esasına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanat sahibi kimseler" olarak verilmiştir. İlgili maddede "üç kişinin çalıştığı iş yerleri" ifadesi kullanılmış olup "işçi" ifadesine yer verilmediğinden, iş yeri sahibi yani bedeni gücünü ortaya koyan meslek ve sanat erbabı (esnaf) dâhil olmak üzere toplam çalışan sayısı 3 kişiden fazla olan iş yerleri 4857 sayılı İş Kanunu'na tabi olmakta; dolayısıyla burada çalışanlar ve bunları çalıştıranlar İş Kanunu'nda yer alan hükümlere tabi olmakta; iş yeri sahibi dâhil çalışan kişi sayısı 3 veya daha az olan iş yerlerinde çalışanlar ve bunları çalıştıranlar da Borçlar Kanunu hükümlerine tabi olmaktadırlar. Dolayısıyla burada belirleyici olan, iş yerinde çalışan kişi sayısıdır; iş yerinin esnaf ve sanatkâr faaliyeti kapsamında olması, sonucu değiştirmemektedir.

10.3.2. 6098 Sayılı Borçlar Kanunu

Daha önce belirtildiği gibi, 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Kanunu'nun 3. maddesinin tarifine uygun üç kişinin çalıştığı iş yerlerinde İş Kanunu hükümlerinin uygulanmaması

nedeni ile bu iş yerlerinde çalışanlar ücret, izin, tazminat başta olmak üzere hak ve borçları yönünden 6098 sayılı yeni Türk Borçlar Kanunu hükümlerine tabidirler.

6098 sayılı yeni Türk Borçlar Kanunu 04.02.2011 tarihli Resmî Gazete'de yayımlanarak 1 Temmuz 2012 tarihi ile yürürlüğe girmiştir. Yeni Kanun'un altıncı bölümü hizmet sözleşmelerini düzenlemekte olup, işçi–işveren ilişkileri açısından önemli hükümleri kapsamaktadır. Kanun'daki hizmet sözleşmesine ilişkin değişiklikler başta İş Kanunu kapsamı dışında kalan esnaf ve sanatkârlar olmak üzere, geniş bir kesimi yakından ilgilendirmektedir.

a) Hizmet Sözleşmesinin Tanımı

Yeni Kanun en başta hizmet sözleşmesini; *"Hizmet sözleşmesi, işçinin işverene bağımlı olarak belirli veya belirli olmayan süreyle iş görmeyi ve işverenin de ona zamana veya yapılan işe göre ücret ödemeyi üstlendiği sözleşmedir."* (m.393) şeklinde tanımlayarak, öğretide ve içtihatlarda yer alan hizmet akdinin üçüncü unsuru olan bağımlılığı da tanımın içine almıştır.

Diğer taraftan, önceki Kanun'da yer almayan kısmi süreli çalışma, yeni kanunda; *"İşçinin işverene bir hizmeti kısmi süreli olarak düzenli biçimde yerine getirmeyi üstlendiği sözleşmeler de hizmet sözleşmesidir."* (m.393) şeklinde tanımlanmıştır. Maddede, hizmetin sadece kısmi süreli ve düzenli bir biçimde sunulması şartı getirilmiştir.

b) Hizmet Sözleşmesinin Kurulması

"Hizmet sözleşmesi, kanunda aksine bir hüküm olmadıkça özel bir şekle bağlı değildir" (m.394). Yazılı ya da sözlü olması, belli bir yere onaylatılması zorunluluğu yoktur. İş Kanunu'ndan farklı olarak, belirli süreli hizmet sözleşmelerinin dahi yazılı olması şartı bulunmamaktadır.

c) İşçinin Bizzat Çalışma Borcu

"Sözleşmeden veya durumun gereğinden aksi anlaşılmadıkça, işçi yüklendiği işi bizzat yapmakla yükümlüdür"(m.395). Hizmet sözleşmelerinin kişiselliğinin gereği olarak ifanın, bizzat işçi tarafından yapılması gerekmektedir.

d) İşçinin Özen Borcu

İşçi işini ifa sırasında gerekli dikkat ve özeni göstermek, makine, araç ve gereçlere, sistemlere zarar verecek hareketlerden sakınmak durumundadır. Aksi hâlde *"İşçi, işverene kusuruyla verdiği her türlü zarardan sorumludur. Bu sorumluluğun belirlenmesinde; işin tehlikeli olup olmaması, uzmanlığı ve eğitimi gerektirip gerektirmemesi ile işçinin işveren tarafından bilinen veya bilinmesi gereken yetenek ve nitelikleri göz önünde tutulur."* (m.400) hükmü gereğince kusuru ile verdiği zararı, işçinin tazmin etmesi gerekmektedir.

e) İşçinin Sadakat Borcu

İşçi, bu borç gereğince, işverenin menfaatlerini kollamak, işverenin zararına olan, itibarını zedeleyecek davranışlardan kaçınmak, işverenin menfaatlerine zarar verecek bir durum ya da davranış gördüğünde bunu engellemek veya ilgililere iletmek, onun iş sırlarını, üretim bilgilerini saklamak, işvereni ile rekabet teşkil edecek faaliyetlerde bulunmamak zorundadır.

Bununla birlikte işçinin iş saatleri dışında ve işvereni ile rekabet etmeyecek şekilde çalışması, aralarındaki sözleşmeye bağlıdır.

f) Teslim ve Hesap Verme Borcu

Sadakat borcunun bir gereği olarak işçinin, yaptığı iş ile ilgili işverene hesap verme ve aldığı mal, eşya, para vs. teslim etme yükümlülüğü bulunmaktadır. Bu maddede bu husus özel olarak belirtilmiş ve özellikle para tahsil eden çalışanların müşteriden aldıkları para veya diğer eşyaları işverene teslim etme zorunlulukları düzenlenmiştir.

g) Fazla Çalışma Borcu

Madde 398'in ilk cümlesinde genel anlamda fazla çalışma düzenlenmiş ve fazla çalışma işçinin isteğine bırakılmıştır. Ancak maddede geçen *"ilgili kanunlarda belirlenen normal çalışma süresi"* ibaresinde, hangi kanunların esas alınacağı açık değildir. Maddenin ikinci cümlesinde zorunlu fazla mesai düzenlenmiş olup, bir zorunluluk olması hâlinde yasada belirtilen şartların oluşmasıyla işçinin rızası aranmaksızın fazla çalışma yaptırılabileceği düzenlenmiştir.

h) Düzenlemelere ve Talimata Uyma Borcu

İşverenler, iş yerinde çalışanların uyacakları hususları, çalışma şartlarını belirtmek, düzenli bir iş ortamı oluşturmak, hizmet sözleşmesinin devamı mahiyetindeki konuları düzenlemek vs. amacıyla yönetmelikler, talimatlar uygulamaya koyabilirler. Yönetmelik gibi genel düzenlemeler, bütün çalışanları ve iş yerinin genelini kapsamakta iken özel talimatlar; işin icabı olarak belli çalışanları, belli konular için verilen emri ve direktifleri kapsamaktadır. İşveren, söz konusu düzenlemeleri yaparken Anayasa, yasa, varsa toplu iş sözleşmesi hükümleri ile sınırlıdır; iş yeri yönetmeliklerine, bu düzenlemelere aykırı olarak işçi aleyhine hükümler koyamaz. İşveren tarafından yapılan bu düzenlemelerin, çalışanlar tarafından yerine getirilebilmesi için duyurulması da gerekmektedir. Diğer taraftan işverenin, hizmet sözleşmesinin esaslı unsurlarında bir değişikliğe gidebilmesi için işçi ile mutabakata varması gerekmekte olup, bu husustaki değişiklikleri tek taraflı olarak iş yeri yönetmelikleri ile yapması mümkün değildir.

ı) İşverenin Ücret Ödeme Borcu

Bir hizmet sözleşmesinin en temel unsurları; işçinin hizmet görmesi, işverenin ise ona ücret ödemesidir. İşçi, emeği karşılığında aldığı ücret ile geçinen kişi olduğu için ücret ve ücretin korunması çok önemli bir husustur. Yasa'da ücretin taraflarca belirlenmemiş olması hâlinde, asgari ücretten az olmamak üzere emsal ücretin ödeneceği düzenlenmiştir.

i) İşverenin İş Araç ve Malzemeleri Sağlama Yükümlülüğü

İşveren, aksine bir uygulama ve sözleşme hükmü yoksa işçisinin kullanacağı araçları ve malzemeyi temin ile yükümlüdür.

j) İşçinin Kişiliğinin Korunması

Hizmet sözleşmesinin esaslarından biri de işçinin işverene sadakatle hizmet etmesi; işverenin de işçisini korumak, onun sağlıklı ve güvenli bir ortamda çalışmasını temin etmesidir. İşçiyi koruma ve gözetme borcu; işçinin vücut bütünlüğünün, onurunun,

kişilik haklarının korunması olarak anlaşılmalıdır. İşverenin, iş sağlığı ve güvenliği ile ilgili önlemleri alma yükümlülüğü, yine bu maddede düzenlenmiş olmakla birlikte; işverenin iş sağlığı ve güvenliği konusundaki yükümlülükleri, detaylı olarak özel kanun hükmünde olan 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu'nda düzenlenmiştir.

k) İşçilere Tatil ve Dinlenme Hakkı Verme Borcu

Kanun, işçilere tatil ve dinlenme hakkı verilmesini zorunlu kılmakla birlikte, işçilerin hafta tatiline nasıl hak kazanacaklarını belirtmemiştir. Kanun, kıdemi dikkate almadan 18 ve 50 yaş arasındaki işçiler için asgari iki haftalık tek tip bir izin süresi belirlemiş ve en fazla iki bölüm hâlinde kullanılabileceğini belirlemiştir. İşçilerin kusurları sebebi ile işinden ayrı kaldıkları her tam ay için, 1 gün yıllık ücretli izinlerinden indirim yapılabilmesi mümkündür. İş Kanunu, yıllık ücretli izne hak kazanma süresinden sayılmayan süreyi "tehir süresi" olarak değerlendirirken; Borçlar Kanunu yıllık izinden indirim yapılması yöntemini benimsemiştir.

l) Hizmet Belgesi Verme Borcu

İşveren, işçinin isteği üzerine her zaman, işin türünü ve süresini içeren bir hizmet belgesi vermekle yükümlüdür. İşçinin açıkça istemde bulunması hâlinde, hizmet belgesinde onun iş görmedeki becerisi ile tutum ve davranışları da belirtilir. Hizmet belgesinin zamanında verilmemesinden veya belgede doğru olmayan bilgiler bulunmasından zarar gören işçi veya işçiyi işe alan yeni işveren, eski işverenden tazminat isteyebilir.

m) Sınai ve Fikri Mülkiyet Hakkını Ödeme Yükümlülüğü

İşçinin işini ifası sırasında, kendi gayreti ve tecrübesi neticesinde yaptığı buluşlar için işverenin, 551 sayılı "Patent Haklarının Korunması Hakkındaki Kanun Hükmünde Kararname"[40] gereğince bir karşılık ödemesi gerekmektedir.

10.3.3. 213 Sayılı Vergi Usul Kanunu

Vergi Usul Kanunu'nun 176. maddesi, tüccarları, defter tutma yükümlülüklerine göre iki sınıfa ayırmıştır. Kanun, "Birinci Sınıf Tüccarlar" başlıklı 177. maddesi ile "İkinci Sınıf Tüccarlar" başlıklı 178. maddelerinde, alış-satış ve gayrisafi iş hasılatı bakımından büyüklükler belirlemiş ve 1.sınıf tüccarların bilanço esasına göre, ikinci sınıf tüccarların ise işletme hesabı esasına göre defter tutacaklarını hüküm altına almıştır. Tüccarların tutmaları gereken defterleri belirlemede ise alış-satış ve gayrisafi iş hasılatı büyüklüklerini belirterek hangi tür defterleri tutmaları gerektiğini bildirmiştir. VUK'un bu maddelerine göre işletme hesabına göre defter tutan mükellefler esnaf; bilanço hesabına göre defter tutmak zorunda olanlar ise tacir sayılmaktadır. Ancak Vergi Usul Kanunu'nun 173. maddesine göre, vergiden muaf esnaf ile Gelir Vergisi Kanunu'na göre kazançları basit usulde tespit edilenlerin defter tutma yükümlülüğü yoktur.

Madde metinlerini birebir buraya taşımamakla birlikte ilgili maddeler incelendiğinde; VUK'da esnaf ve tacir kavramına özellikle vurgu yapılmadığı hâlde, tutulacak defterler bakı-

[40] Bu KHK 22/12/2016 tarihli ve 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun 191 inci maddesiyle yürürlükten kaldırılmıştır.

mından yapılan ayrımla esnaf ve tacir kavramlarının belirlenmiş olduğu, Ticaret Kanunu'nda ise esnaf ile tacirin ayrı ayrı ve detaylıca tanımlandığı görülmektedir.

Esnaf ve sanatkârlar tüm işlemlerinde 213 sayılı Vergi Usul Kanunu'nun İkinci Kitap Üçüncü Kısmında belirtilen belgeleri (fatura, perakende satış fişi, gider pusulası, bordro vb.) düzenlemek, ilgili olanlarını müşterilere vermek ve belirli bir süre saklamak zorundadırlar. Ayrıca kendileri de mal ve hizmet alımında fatura ve benzeri belgeleri satıcılardan alıp belirli bir süre saklamak zorundadırlar. Ancak Maliye Bakanlığı, Vergi Usul Kanunu'nun mükerrer 257. maddesinde verilen yetkiye dayanarak yaptığı düzenlemede, basit usulde vergiye tabi olanların belge vermedikleri günlük hasılatları için gün sonunda tek bir fatura düzenlemelerine imkân tanımıştır. Bu imkândan yararlanan esnaf ve sanatkârlar, müşterilerinin istemeleri hâlinde fatura veya perakende satış vesikası (dolmuş işletenler hariç) vermek zorundadırlar.

Vergi Usul Kanunu, 230. maddesinde, fatura nizamını; "Faturada en az aşağıdaki bilgiler bulunur:

- Faturanın düzenlenme tarihi seri ve sıra numarası;
- Faturayı düzenleyenin adı, varsa ticaret unvanı, iş adresi, bağlı olduğu vergi dairesi ve hesap numarası;
- Müşterinin adı, ticaret unvanı, adresi, varsa vergi dairesi ve hesap numarası;
- Malın veya işin nevi, miktarı, fiyatı ve tutarı;
- Satılan malların teslim tarihi ve irsaliye numarası (Malın alıcıya teslim edilmek üzere satıcı tarafından taşındığı veya taşıttırıldığı hâllerde satıcının, teslim edilen malın alıcı tarafından taşınması veya taşıttırılması hâlinde alıcının taşınan veya taşıttırılan mallar için sevk irsaliyesi düzenlemesi ve taşıtta bulundurması şarttır.)"

şeklinde devam eden metin ile düzenlemiştir.

VUK defter tutma yükümlülüğü ile ilgili olarak 172. maddesinde, defter tutmak zorunda olanları saymıştır. Buna göre;

- Ticaret ve sanat erbabı,
- Ticaret şirketleri,
- İktisadi kamu müesseseleri,
- Dernek ve vakıflara ait iktisadi işletmeler,
- Serbest meslek erbabı,
- Çiftçiler

defter tutmak zorundadırlar.

VUK'un 220. maddesinde tasdike tabi defterler;

- Yevmiye ve envanter defterleri,
- İşletme defteri,

- Çiftçi işletme defteri,
- İmalat ve istihsal vergisi defterleri (Basit istihsal vergisi defteri dâhil),
- Nakliyat vergisi defteri,
- Yabancı nakliyat kurumlarının hasılat defteri,
- Serbest meslek kazanç defteri

olarak sıralanmıştır.

Vergi Usul Kanunu tasdik edilmesi gereken defterler için ortak bir hüküm belirlemiş ve 221. maddesinde detaylı olarak açıklama yapmıştır. VUK'da defterlerin açılış tasdiki hükümlerine yer verilmiş, fakat kapanış tasdiklerine değinilmemiştir.

10.3.4. 193 Sayılı Gelir Vergisi Kanunu

Gelir Vergisi Kanunu'na göre esnaf ve sanatkârların vergilendirilmesi, gelir düzeyine bağlı olarak,

- vergiden muaf olanlar
- basit usulde vergilendirilenler
- gerçek usulde vergilendirilenler

olmak üzere üç ayrı yönteme göre yapılmaktadır. Gerçek usulde vergilendirilenler de yine gelir düzeyine bağlı olarak kendi aralarında, işletme hesabı esasına göre vergilendirilenler ve bilanço hesabı esasına göre vergilendirilenler olmak üzere iki gruba ayrılmaktadırlar.

5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun 3/a. maddesinde esnaf ve sanatkâr tanımı yapılmış ve bu tanımda da "… basit usulde vergilendirilenler ve işletme hesabı esasına göre deftere tabi olanlar ile vergiden muaf bulunan meslek ve sanat sahibi kimseler" ifadesine yer verilmiş olduğundan, bilanço usulüne göre vergiye tabi esnaf ve sanatkârların sınırlı sayıda olduğu tahmin edilmektedir.

Basit usulde vergilendirmede, bir hesap dönemi içinde elde edilen hâsılat ile giderler ve satılan malların alış bedelleri arasındaki müspet fark, ticari kazanç olarak tespit edilmektedir. Bu fark, faaliyetle ilgili olarak alınması ve verilmesi mecburi olan alış ve giderler ile hâsılatlara ilişkin belgelerde yazılı tutarlara göre hesaplanmaktadır.

Basit usulde vergilendirme 193 sayılı Gelir Vergisi Kanunu'nun 46–51. maddelerinde düzenlenmiştir. Basit usulde vergilendirmenin esnaf ve sanatkârlara sağladığı avantajlar şunlardır:

- Defter tutulmamaktadır,
- Geçici vergi ödenmemektedir,
- İsteyenlerin kayıtları meslek odalarındaki bürolarda tutulmaktadır,
- Mal teslimi ve hizmet ifaları katma değer vergisinden istisna edilmiştir,
- İsteyen mükellefler ödeme kaydedici cihaz kullanmaktadır,

- Gün sonunda toplu belge düzenleme imkânına sahiptirler,
- Vergi tevkifatı yapma yükümlülükleri bulunmamaktadır,
- Ticari kazancın tespitinde, amortismana tabi iktisadi kıymet satışları dikkate alınmamakta ve fatura düzenlenmemektedir,
- Meslek odalarına üye kaydı yapılmayan mükelleflere, II. sınıf tüccarlar gibi belge temini kolaylığı sağlanmaktadır.

10.3.5. 3065 Sayılı Katma Değer Vergisi Kanunu

4369 sayılı Kanun'la yapılan düzenleme ile Gelir Vergisi Kanunu'na göre basit usulde vergilendirilen esnaf ve sanatkârlar KDV kapsamına alınmış, KDV açısından gerçek usulde vergilendirilen mükelleflerin tabi oldukları usul ve esaslar çerçevesinde vergilendirilmeleri sağlanmıştır. Konu ile ilgili olarak yayımlanan 215 seri no.lu Gelir Vergisi Kanunu ve 72 seri no.lu KDV Genel Tebliğleri ile basit usulde vergilendirilen mükelleflerin 3'er aylık dönemler hâlinde KDV beyannameleri vermeleri öngörülmüş, bu mükelleflerin amortismana tabi iktisadi kıymet satışlarının KDV'ye tabi olmadığı, mal ve hizmet alımları ile diğer giderleri nedeniyle yüklendikleri KDV'yi indirim konusu yapabilecekleri açıklanmıştır. Ancak, Katma Değer Vergisi Kanunu'nun (KDVK) 17/4-a maddesi 4842 sayılı Kanun'la 01.07.2003 tarihinden itibaren geçerli olmak üzere değiştirilerek, basit usulde vergilendirilen mükellefler tarafından yapılan teslim ve hizmetler KDV'den istisna edilmiştir.

Gerçek usulde vergilendirilen tüm esnaf ve sanatkârlar ise KDV'ye tabidir. Kanun'a göre gerçek usulde vergilendirilen esnaf ve sanatkârlar mal ve hizmet satışlarında katma değer vergisi tahakkuk ettirmek ve tahakkuk ettirdikleri katma değer vergisini yasal defterlerine kaydetmek, mal ve hizmet alımlarında tahakkuk ettirilen katma değer vergisini de yasal defterlerine kaydetmek ve katma değer vergisi beyannamesi vermek zorundadırlar. Bunun için söz konusu esnaf ve sanatkârın katma değer vergisi mükellefiyeti tesis ettirmesi gerekmektedir.

10.3.6. 5510 Sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu

5510 sayılı Sosyal Sigortalar ve Genel Sağlık Sigortası Kanunu'nun 4. maddesinin (b) bendine göre, ticari kazanç veya serbest meslek kazancı nedeniyle gerçek veya basit usulde gelir vergisi mükellefi olanlar ile gelir vergisinden muaf olup, esnaf ve sanatkâr sicili ile birlikte kanunla kurulan meslek odalarına usulüne uygun olarak kayıtlı olan tüm esnaf ve sanatkârlar, ilgili Kanun gereği sigortalı sayılmaktadır.

İlgili Kanun'un 6. maddesi (k) bendine göre ise kendi adına ve hesabına bağımsız çalışanlardan gelir vergisinden muaf olup, esnaf ve sanatkâr siciliyle birlikte kanunla kurulu meslek odalarına usulüne uygun olarak kayıtlı olanlardan, aylık faaliyet gelirlerinden bu faaliyetine ilişkin masraflar düşüldükten sonra kalan tutarının, prime esas günlük kazanç alt sınırının otuz katından az olduğunu belgeleyenler sigortalı kapsamına alınmamaktadır.

İlgili Kanun'a göre sigortalılığın başlangıcı, gelir vergisi mükellefi olanların gelir vergisi mükellefiyetinin başladığı tarihten; gelir vergisinden muaf olanların ise esnaf ve sanatkâr

sicili ile birlikte kanunla kurulu meslek kuruluşlarına usulüne uygun kayıtlı oldukları tarihten itibaren başlamaktadır.

5510 sayılı Kanun'un 4. maddesinin 1. fıkrasının (a) bendi kapsamında ise esnaf ve sanatkârların sigortalı olarak bir kişiyi yanlarında istihdam etmeleri hâlinde;

- Malullük, ölüm ve yaşlılık sigortası primi işçi payı %9 ve işveren payı %11 olmak üzere toplam %20;
- İşverenin ödediği kısa vadeli sigorta kolları %2,
- Genel sağlık sigortası primi işçi payı %5 ve işveren payı %7,5 olmak üzere toplam %12,5,
- İşsizlik sigortası işçi payı %1 ve işveren payı %2 olmak üzere toplam %3

sigorta primi ödenmektedir.

Asgari ücretle çalışma yapılması hâlinde, 2016 Ocak itibarıyla ödenecek toplam sigorta primi tutarı 617,63-TL olmaktadır. İşverenin, prim bildirgelerini zamanında vermesi ve prim ödemelerini düzenli yapması ve % 5'lik hazine teşvikinden yararlanması hâlinde bu tutar; 535,28 TL olmaktadır.

10.3.7. 6331 Sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu

Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı tarafından hazırlanan 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu 30.06.2012 tarihli ve 28339 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Söz konusu Kanun'un amacı; iş yerlerinde iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması ve mevcut sağlık ve güvenlik şartlarının iyileştirilmesi için işveren ve çalışanların görev, yetki, sorumluluk, hak ve yükümlülüklerini düzenlemektir. Kanun, çalışan istihdam etmeksizin kendi nam ve hesabına mal ve hizmet üretimi yapanlar hariç olmak üzere, kamu ve özel sektöre ait bütün işlere ve işyerlerine, bu işyerlerinin işverenleri ile işveren vekillerine, çırak ve stajyerler de dâhil olmak üzere tüm çalışanlarına faaliyet konularına bakılmaksızın uygulanmaktadır.

Söz konusu kanun ile ilgili yönetmelikler şunlardır;

a) İş Güvenliği Uzmanlarının Görev, Yetki, Sorumluluk ve Eğitimleri Hakkında Yönetmelik

Bu Yönetmelik ile iş sağlığı ve güvenliği hizmetlerinde görevli iş güvenliği uzmanlarının nitelikleri, eğitimleri ve belgelendirilmeleri, görev, yetki ve sorumlulukları ile çalışma usul ve esasları düzenlenmektedir. Söz konusu Yönetmelik; 20.06.2012 tarihli ve 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu kapsamında yer alan iş yerleri ile eğitim kurumlarını kapsamaktadır. Yönetmelik'e göre işveren, mesleki risklerin önlenmesi ve bu risklerden korunmasına yönelik çalışmaları da kapsayacak iş sağlığı ve güvenliği hizmetlerinin sunulması için iş güvenliği uzmanı görevlendirmekle yükümlüdür. İş güvenliği uzmanları, söz konusu Yönetmelik'te belirtilen görevlerini yerine getirmek için aşağıda belirtilen sürelerde görev yapacaktır:

- 10'dan az çalışanı olan ve az tehlikeli sınıfta yer alan iş yerlerinde, çalışan başına yılda en az 60 dakika.
- Diğer iş yerlerinde:
  - Az tehlikeli sınıfta yer alanlarda, çalışan başına ayda en az 10 dakika.
  - Tehlikeli sınıfta yer alanlarda, çalışan başına ayda en az 15 dakika.
  - Çok tehlikeli sınıfta yer alanlarda, çalışan başına ayda en az 20 dakika.

Ancak bu yükümlülüklerin uygulanmasında 6331 sayılı Kanun'un 38. maddesinde bir geçiş süreci öngörüldüğünden;

- Kamu kurumları ile 50'den az çalışanı olan ve az tehlikeli sınıfta yer alan iş yerleri için **yayımı tarihinden itibaren iki yıl sonra,**
- 50'den az çalışanı olan tehlikeli ve çok tehlikeli sınıfta yer alan iş yerleri için **yayımı tarihinden itibaren bir yıl sonra,**
- Diğer iş yerleri için **yayımı tarihinden itibaren altı ay sonra**

geçerli olacaktır.

Ayrıca 31.01.2013 tarihli ve 28545 sayılı Resmî Gazete'de İş Güvenliği Uzmanlarının Görev, Yetki, Sorumluluk ve Eğitimleri Hakkında Yönetmelik'te Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik yayımlanmıştır.

b) İş Sağlığı ve Güvenliği Hizmetleri Yönetmeliği

Bu Yönetmelik ile iş sağlığı ve güvenliği hizmetlerini yürütmek üzere kurulacak iş yeri sağlık ve güvenlik birimlerinin (İSGB) kuruluşu ile ortak sağlık ve güvenlik birimlerinin (OSGB) yetkilendirilmeleri, yetki belgelerinin iptali, görev, yetki ve sorumlulukları ile çalışma usul ve esasları düzenlenmektedir. İş Sağlığı ve Güvenliği Hizmetleri Yönetmeliği, 20.06.2012 tarihli ve 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu kapsamında yer alan iş yerlerini kapsamaktadır. Söz konusu Yönetmelik ile işverenin iş sağlığı ve güvenliği hizmetleri ile ilgili yükümlülükleri de belirlenmiştir.

İşveren, iş yerlerinde alınması gereken iş sağlığı ve güvenliği tedbirlerinin belirlenmesi ve uygulanmasının izlenmesi, iş kazası ve meslek hastalıklarının önlenmesi, çalışanla rın ilk yardım ve acil tedavi ile koruyucu sağlık ve güvenlik hizmetlerinin yürütülmesi amacıyla; çalışanları arasından söz konusu Yönetmelik'te belirtilen nitelikleri haiz bir veya birden fazla iş yeri hekimi, iş güvenliği uzmanı ve diğer sağlık personelini görevlendirmekle yükümlüdür. Gerekli nitelikleri haiz olması hâlinde tehlike sınıfı ve çalışan sayısını dikkate alarak bu hizmetin yerine getirilmesini kendisi üstlenebilir.

İşverenin katılım sağlama ve bilgilendirme yükümlülüğü, işverenin sağlık ve güvenlik kayıtları ve onaylı deftere ilişkin yükümlülükleri ile çalışanların hak ve yükümlülükleri de İş Sağlığı ve Güvenliği Hizmetleri Yönetmeliği'nde ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

Ayrıca 31.01.2013 tarihli ve 28545 sayılı Resmî Gazete'de İş Sağlığı ve Güvenliği Hizmetleri Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik yayımlanmıştır.

c) İş Sağlığı ve Güvenliği Risk Değerlendirmesi Yönetmeliği

Yönetmelik, iş yerlerinde iş sağlığı ve güvenliği yönünden yapılacak risk değerlendirmesinin usul ve esaslarını düzenlenmektedir. Söz konusu Yönetmelik, 20.06.2012 tarihli ve 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Kanunu kapsamındaki iş yerlerini kapsamaktadır.

İşveren; çalışma ortamının ve çalışanların sağlık ve güvenliğini sağlama, sürdürme ve geliştirme amacı ile iş sağlığı ve güvenliği yönünden risk değerlendirmesi yapmakla veya yaptırmakla yükümlüdür. Risk değerlendirmesi ekibi, tehlikelerin tanımlanması, risklerin belirlenmesi ve analizi, risk kontrol adımları, dokümantasyon, risk değerlendirmesinin yenilenmesi gibi başlıkların detayları söz konusu Yönetmelik'te ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

Risk değerlendirmesi yapılırken, işveren tarafından oluşturulacak risk değerlendirmesi ekibinde yer alması gereken "iş yerinde sağlık ve güvenlik hizmetini yürüten iş güvenliği uzmanları ile iş yeri hekimleri" bulundurma zorunluluğu, 6331 sayılı Kanun'un 38. maddesinde belirtilen sürelere uygun olarak aranmaktadır.

d) İş Sağlığı ve Güvenliğine İlişkin İş Yeri Tehlike Sınıfları Tebliği

İlgili Tebliğ ile iş yeri tehlike sınıfları, NACE kodlarına göre liste hâlinde belirlenmiştir. Tehlike sınıfının belirlenmesinde, iş yerinde yürütülen asli faaliyetin tehlike sınıfı dikkate alınmaktadır. Asli faaliyette belirsizlik söz konusu olduğunda ise iş yerinin kuruluş amacı dikkate alınmaktadır. İş yerlerinde asli faaliyetin yanında tali faaliyetlerin de yürütülmesi durumunda ise, bu faaliyetlerden tehlike sınıfı yüksek olan faaliyet esas alınmaktadır. Gıda sektörü ile ilgili meslekler bazında tehlike sınıflarını gösteren liste Tablo 100'de sunulmuştur.

Tablo 100. Meslekler Bazında NACE Kodlarına Göre Tehlike Sınıfları

Meslek Dalı	NACE Rev.2	NACE Rev.2 Açıklama	Tehlike Sınıfı
Bakkal	47.11.01	Bakkal ve marketlerde yapılan perakende ticaret (belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret)	Az Tehlikeli
Bakkal	47.11.02	Süpermarket ve hipermarketlerde yapılan perakende ticaret (belirli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret)	Az Tehlikeli
Bakkal	47.11.03	Belli bir mala tahsis edilmemiş mağazalarda gıda, içecek veya tütün ağırlıklı perakende ticaret (tanzim satış ve gıda tüketim kooperatifleri dâhil)	Az Tehlikeli
Manav	47.21.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda taze sebze ve meyve perakende ticareti (manav ürünleri ile kültür mantarı dâhil)	Az Tehlikeli
Aktar	47.21.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda işlenmiş ve korunmuş meyve ve sebzelerin perakende ticareti (turşular ile dondurulmuş, salamura edilmiş, konserve ve kurutulmuş sebze ve meyveler vb. dâhil, baklagil, zeytin ve kuruyemiş hariç)	Az Tehlikeli
Bakkal Şarküteri	47.21.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda zeytin perakende ticareti	Az Tehlikeli

Meslek Dalı	NACE Rev.2	NACE Rev.2 Açıklama	Tehlike Sınıfı
Zahire	47.21.04	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kuru bakliyat ürünleri perakende ticareti (fasulye, mercimek, nohut, vb.)	Az Tehlikeli
Kuruyemiş	47.21.05	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda kuruyemiş perakende ticareti	Az Tehlikeli
Kasap	47.22.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda et perakende ticareti (sakatatlar, av ve kümes hayvanı etleri ile kasaplar dâhil)	Tehlikeli
Kasap Şarküteri	47.22.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda et ürünleri perakende ticareti (sosis, salam, sucuk, pastırma vb.)	Az Tehlikeli
Balıkçı	47.23.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda balık, kabuklu hayvanlar ve yumuşakçaların perakende ticareti (canlı, taze, soğutulmuş ve dondurulmuş olanlar ile balık filetosu gibi bunlardan yapılan ürünler dâhil)	Az Tehlikeli
Unlu Mamuller	47.24.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda ekmek, pasta ve unlu mamullerin perakende ticareti (ekmek, bisküvi, pasta, çörek, dondurma külahı vb.)	Az Tehlikeli
Bakkal	47.24.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda çikolata ve şekerleme perakende ticareti (bonbon şekeri, akide şekeri, lokum, helva vb. dâhil, dondurma hariç)	Az Tehlikeli
Bakkal	47.24.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda dondurma, aromalı yenilebilir buzlar vb. perakende ticareti (pastanelerde verilen hizmetler hariç)	Az Tehlikeli
Bakkal Büfe	47.25.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda alkollü ve alkolsüz içeceklerin perakende ticareti (rakı, bira gibi alkollü içkiler ile meyve suyu, şıra, şalgam suyu, gazlı içecekler vb. dâhil, içme suyu hariç)	Az Tehlikeli
İyi Sucu	47.25.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda içme suyu perakende ticareti (şişelendirilmiş veya damacanaya konulmuş olanlar dâhil, şebeke suyu hariç)	Az Tehlikeli
Bakkal Büfe	47.26.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda tütün ve tütün ürünleri perakende ticareti (nargile tütünü, pipo tütünü, sigara, puro, vb.)	Az Tehlikeli
Bakkal Büfe	47.26.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda pipo, nargile, sigara ağızlığı, vb. perakende ticareti	Az Tehlikeli
Bakkal Şarküteri	47.29.01	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda süt ve süt ürünleri perakende ticareti	Az Tehlikeli
Bakkal	47.29.02	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda toz, kesme ve kristal şeker perakende ticareti	Az Tehlikeli
Aktar Bakkal Kuruyemiş	47.29.03	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda çay, kahve, kakao ve baharat perakende ticareti (bitki çayları dâhil)	Az Tehlikeli
Bakkal	47.29.04	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda yenilebilir katı ve sıvı yağların perakende ticareti (yemeklik yağ dâhil)	Az Tehlikeli
Zahire	47.29.06	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda hububat, un ve zahire ürünleri perakende ticareti (bulgur, pirinç, mısır, vb.)	Az Tehlikeli
Bakkal Şarküteri	47.29.11	Belirli bir mala tahsis edilmiş mağazalarda yumurta perakende ticareti	Az Tehlikeli

Meslek Dalı	NACE Rev.2	NACE Rev.2 Açıklama	Tehlike Sınıfı
Pazar	47.81.02	Tezgâhlar ve pazar yerleri vasıtasıyla sebze ve meyve (taze veya işlenmiş) perakende ticareti (zeytin dâhil, seyyar satıcılar hariç)	Az Tehlikeli
Pazar	47.81.03	Tezgâhlar ve pazar yerleri vasıtasıyla et ve et ürünleri (sucuk, salam, pastırma, kümes hayvanı eti, vb.) perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Az Tehlikeli
Pazar	47.81.04	Tezgâhlar ve pazar yerleri vasıtasıyla yumurta perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Az Tehlikeli
Pazar	47.81.05	Tezgâhlar ve pazar yerleri vasıtasıyla yenilebilir katı ve sıvı yağ perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Az Tehlikeli
Pazar	47.81.07	Tezgâhlar ve pazar yerleri vasıtasıyla süt ve süt ürünleri perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Az Tehlikeli
Pazar	47.81.08	Tezgâhlar ve pazar yerleri vasıtasıyla balık ve diğer su ürünleri perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Az Tehlikeli
Pazar	47.81.09	Tezgâhlar ve pazar yerleri vasıtasıyla çay, kahve, kakao, baharat perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Az Tehlikeli
Pazar	47.81.10	Tezgâhlar ve pazar yerleri vasıtasıyla fırın ürünleri perakende ticareti (seyyar satıcılar hariç)	Az Tehlikeli
Pazar	47.81.90	Tezgâhlar ve pazar yerleri vasıtasıyla diğer gıda ürünleri perakende ticareti (bal, un, tahıl, pirinç, bakliyat, vb. dâhil, seyyar satıcılar hariç)	Az Tehlikeli
Lokanta	56.10.01	Seyyar yemek servisi faaliyetleri (simit, poğaça, börek, kokoreç, nohut-pilav, piyaz, dondurma, vb. ile kayıklarda yapılanlar dâhil)	Az Tehlikeli
Unlu Mamuller	56.10.02	Börekçilerin faaliyetleri (imalatçıların faaliyetleri ile seyyar olanlar hariç)	Az Tehlikeli
Lokanta	56.10.03	Çorbacıların ve işkembecilerin faaliyetleri (imalatçıların faaliyetleri ile seyyar olanlar hariç)	Az Tehlikeli
Lokanta	56.10.05	Oturacak yeri olmayan fast-food satış yerleri (hamburger, sandviç, tost, vb.), al götür tesisleri ve benzerleri tarafından sağlanan diğer yemek hazırlama ve sunum faaliyetleri	Az Tehlikeli
Lokanta	56.10.06	Döner, lahmacun ve pidecilik faaliyeti (garson servisi sunanlar ile self servis sunanlar dâhil, imalatçıların ve al götür tesislerin faaliyetleri ile seyyar olanlar hariç)	Az Tehlikeli
Lokanta	56.10.07	Ciğer, kokoreç, köfte ve kebapçıların faaliyeti (garson servisi sunanlar ile self servis sunanlar dâhil, imalatçıların ve al götür tesislerin faaliyetleri ile seyyar olanlar hariç)	Az Tehlikeli
Lokanta	56.10.08	Diğer lokanta ve restoranların (içkili ve içkisiz) faaliyetleri (garson servisi sunanlar ile self servis sunanlar dâhil, imalatçıların ve al götür tesislerin faaliyetleri ile seyyar olanlar hariç)	Az Tehlikeli
Unlu mamuller Pastane	56.10.09	Pastanelerin ve tatlıcıların faaliyeti (garson servisi sunanlar ile self servis sunanlar dâhil, imalatçıların ve al götür tesislerin faaliyetleri ile seyyar olanlar hariç)	Az Tehlikeli
Pizzacı	56.10.10	Pizzacıların faaliyeti (garson servisi sunanlar ile self servis sunanlar dâhil, imalatçıların ve al götür tesislerin faaliyetleri ile seyyar olanlar hariç)	Az Tehlikeli

Meslek Dalı	NACE Rev.2	NACE Rev.2 Açıklama	Tehlike Sınıfı
Unlu Mamuller	56.10.17	Mantıcı ve gözlemecilerin faaliyeti (garson servisi sunanlar ile self servis sunanlar dâhil, imalatçıların ve al götür tesislerin faaliyetleri ile seyyar olanlar hariç)	Az Tehlikeli
Lokanta	56.10.18	Oturacak yeri olan fast-food satış yerleri (hamburger, sandviç, tost, vb.) tarafından sağlanan yemek hazırlama ve sunum faaliyetleri	Az Tehlikeli
Lokanta	56.10.19	Yiyecek ağırlıklı hizmet veren kafeteryaların faaliyetleri	Az Tehlikeli
Kantin	56.29.01	Kantinlerin faaliyetleri (spor, fabrika, okul veya işyeri kantinleri, vb.)	Az Tehlikeli
Kahvehane	56.30.02	Çay ocakları, kıraathaneler, kahvehaneler, kafeler, meyve suyu salonları ve çay bahçelerinde içecek sunum faaliyeti	Az Tehlikeli

10.3.8. Esnaf ve Sanatkârlarca Üretilen Mal ve Hizmetlerin Fiyat Tarifeleri Hakkında Yönetmelik

Bu Yönetmelik, 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun 62. maddesi ile 75.maddesinin (f) bendi hükümlerine dayanılarak hazırlanmıştır. Yönetmelik'in amacı, esnaf ve sanatkârlarca üretilen mal ve hizmetlerin fiyat tarifelerinin belirlenmesine, uygulanmasına ve denetlenmesine dair usul ve esasları düzenlemektir. Yönetmelik, 07.06.2005 tarihli ve 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'na tabi esnaf ve sanatkârlarca üretilen mal ve hizmetleri kapsamaktadır.

Esnaf ve sanatkârlarca üretilen her türlü mal ve hizmetlerin fiyat tarifeleri, bağlı bulundukları odalarca hazırlanır ve odanın bağlı olduğu birlik yönetim kuruluna sunulur. Odalar, tarifesi yapılacak mal ve hizmetler için bir önceki dönem belirlenmiş olan tarifedeki hadler üzerinden, gerekli maliyet hesaplarını yaparak, buna ilişkin belgelerle birlikte yeni döneme ait tarifelerini incelenmek üzere birliğe verirler.

Birlik yönetim kurulu, fiyat tarifesinin birliğe sunulmasından itibaren otuz gün içinde, gerektiğinde bu konuda oluşturulacak komisyon veya uzman kişi ve kuruluşların görüşlerini de alıp inceledikten sonra tarifeyi aynen onaylar ya da gerekçesiyle birlikte reddeder. Birlik yönetim kurulu, bu süreyi hiçbir şekilde uzatamaz. Birlik yönetim kurulunca onaylanan fiyat tarifesi, belediye, mülki amirlik ve ilgili odaya yedi gün içerisinde tebliğ edilir ve tebliğ tarihinden itibaren yürürlüğe girer.

Birlik yönetim kurulu tarafından fiyat tarifelerinin reddedilmesi hâlinde oda yönetim kurulu, birliğin ret gerekçelerini de dikkate alarak birlikçe reddedilen tarifeyi aynen sunabileceği gibi, yeni fiyat tarifesi de hazırlayabilir. Oda yönetim kurulunda karara bağlanan fiyat tarifesi, birlik yönetim kurulunun onayına tekrar sunulur.

Odalar, çalışma bölgeleri içerisinde bulunan yerleşim yerlerinin ekonomik ve sosyal göstergelerini dikkate alarak, farklı tarifeler de hazırlayabilir. *Fiyat tarifesinde yer alan fiyatlar, azami hadleri gösterir.*

Belediyeler veya o yerin en büyük mülki idare amiri, onaylanarak yürürlüğe giren tarifeleri uygun bulmadıkları takdirde, ilgili oda veya birlikle anlaşma sağlayamazlarsa, tarifenin kendilerine tebliğ tarihinden itibaren on beş gün içinde 7. maddede belirtilen komisyona itiraz edebilirler. İtiraz, onaylanan tarifelerin uygulanmasını durdurmaz. Komisyon, itirazları başvuru tarihinden itibaren en geç beş gün içinde karara bağlar. Komisyonun, tarifeleri uygun bulmaması hâlinde tarife, kararın birliğe tebliğ tarihinden itibaren yürürlükten kalkar. Komisyon tarafından alınan kararlar, karar tarihinden itibaren üç gün içinde taraflara yazılı olarak tebliğ edilir. Komisyona yapılan itirazlarda komisyona ilgili oda yetkilisi de davet edilerek, tarife hakkında görüşü alınır. Ancak, oda yetkilisinin oy kullanma hakkı yoktur.

Komisyon kararına karşı olan ilgililer, kararın kendilerine yazılı tebliğ tarihinden itibaren on gün içinde ticari davaları görmeye yetkili mahkeme nezdinde itirazda bulunabilirler. Mahkemenin bu konuda vereceği karar kesindir.

Üretilen mal ve hizmetlerin fiyat tarifelerini içeren belge, levha, panolar ve benzerleri, Konfederasyonun belirlediği tip ve ebatta Konfederasyonca hazırlanır, basılır ve ilgili birlik aracılığıyla bedeli karşılığında odalara dağıtılır. Birlikler odalarca talep edilen matbu fiyat tarifelerini vermek zorundadırlar. Herhangi bir sebeple ilgili odanın matbu tarife talebi karşılanmadığı durumlarda, Konfederasyonca, ilgili odaya matbu fiyat tarifesi gönderilebilir. Fiyat tarifelerinin satış bedelleri Konfederasyonca belirlenir. Üyeler fiyat tarifelerini bağlı oldukları odalarından temin ederler.

Üretilen mal ve hizmetin özelliklerine ve tüketiciye sunuluş biçimlerine göre tarifelere ilişkin belge, levha, panolar ve benzerleri, mal ve hizmetin sunulduğu iş yerinde veya doğrudan üretilen mal üzerinde, tüketiciler veya ilgililerce rahatlıkla görülebilecek ve okunabilecek şekilde asılır, takılır, bulundurulur veya yapıştırılır. Üyeler, onaylanan fiyat tarifelerini ilgili odadan temin etmeden, fiyat tarifesinde yer alan yeni ücretleri uygulayamazlar.

Tarifelerin üzerine yazıldığı belge, levha, pano ve benzerleri üzerinde aşağıda belirtilen hususların bulundurulması zorunludur;

- Konfederasyon amblemi, unvanı ve soğuk damgası,
- Varsa ilgili federasyonun adı,
- Üyenin bağlı bulunduğu oda ve odanın bağlı bulunduğu birliğin adı ve onayı,
- Üyenin adı, soyadı, varsa unvanı ve oda kayıt numarası,
- Üyenin esnaf ve sanatkâr sicil numarası,
- Tarifede belirlenen fiyatların azami haddi gösterdiğine dair açıklayıcı bilgi.

Kanun'un 11. maddesinin birinci fıkrasının (l) bendi gereğince, tarifelerin bulundurulup bulundurulmadığı ve tarifelere uyulup uyulmadığı, o esnaf ve sanatkârın kayıtlı olduğu odaca denetlenir. Oda veya birlik bünyesinde, denetimle ilgili olarak gerektiğinde geçici veya sürekli uzman personel istihdam edilebilir. Yapılan denetim sonucunda, herhangi bir şekilde mevzuata aykırılık tespit edildiği takdirde İşyeri Denetim Tutanağı üç nüsha olarak düzenlenir. Düzenlenen İşyeri Denetim Tutanağının bir nüshası ilgiliye, bir nüshası ilgilinin

mensubu olduğu odaya, bir nüshası da birlik disiplin kurulunca ilgili hakkında gerekli işlem yapılmak üzere ilgili birliğe intikal ettirilir. Genel hükümler doğrultusunda yapılacak denetimler saklıdır. Bu Yönetmelik'te düzenlenen hususlara uymayanlar hakkında Kanun'un 24. maddesi hükümleri gereğince işlem yapılır.

NOT: Rekabet Kurumunun 16.03.2006 tarih ve 000786 sayılı yazısı ile 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un amacının, mal ve hizmet piyasalarındaki rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı anlaşma, karar ve uygulamaları ve piyasaya hâkim olan teşebbüslerin bu hâkimiyetlerini kötüye kullanmalarını önlemek, bunun için gerekli düzenleme ve denetlemeleri yaparak rekabetin korunmasını sağlamak olduğu belirtilerek, **"Esnaf ve Sanatkarlarca Üretilen Mal ve Hizmetlerin Ücretlerinin Düzenlenmesi Hakkında Yönetmelik"**in 4. maddesi gereğince Esnaf ve Sanatkârlar Odaları tarafından hazırlanıp Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliklerince onaylanan fiyat tarifelerinde yer alan fiyatların *azami hadleri gösterdiği ifade edilerek, tarifelerde yer alan azami fiyatların altında da satış yapabileceğinin mümkün olduğunu belirtir bir açıklayıcı notun fiyat tarifelerinde yer almasının sağlanması talep edilmiştir.*

Mülga olan 507 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Kanunu gereğince daha önce yayımlanmış olan **Esnaf ve Sanatkârlarca Üretilen Mal ve Hizmetlerin Ücretlerinin Düzenlenmesi Hakkında Yönetmelik'in** "Tarife tespit esasları" başlıklı 4. maddesinin son fıkrasında yer alan "Tarifede yer alan fiyatlar azami hadleri gösterir." hükmü, 21/06/2005 tarih ve 25852 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu'nun "Fiyat tarifelerinin tespit şekli" başlıklı 62. maddesinin birinci fıkrasına; *"…Fiyat tarifeleri, uygulanacak azami hadleri gösterir."* ifadesi eklenerek kanun hükmü hâline getirilmiştir.

Diğer taraftan, 5362 sayılı Kanun'un 62. maddesi hükmü gereğince, bu Kanun'a tabi esnaf ve sanatkârlarca üretilen mal ve hizmetlerin fiyat tarifelerinin belirlenmesi ile uygulama ve denetimine dair usul ve esasların tespit edilebilmesi için hazırlanan ve Resmî Gazete'de yayımlanmasını müteakip yürürlüğe giren "Esnaf ve Sanatkârlarca Üretilen Mal ve Hizmetlerin Fiyat Tarifelerinin Düzenlenmesi Hakkında Yönetmelik'te"; *fiyat tarifelerinde, bu tarifelerde yer alan fiyatların azami hadleri gösterdiğini belirtir açıklayıcı not* konulması zorunlu hâle getirilmiştir.

10.3.9. AVM'ler Hakkında Yönetmelik

Avrupa Birliği müktesebatına uyum sağlanabilmesi ve perakende sektörü ile AVM'lerin yasal düzleminin yaratılabilmesi için özel hukuki düzenlemelere ihtiyaç duyulmuştur. Bu bağlamda öncelikle, 29.01.2015 tarihinde Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun ile, perakende sektöründe genel hukuki bir çerçeve oluşturulmuş; ileride çıkarılacak yönetmeliklere ilişkin altyapı sağlanmıştır. Daha sonra Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından 26 Şubat 2016 tarihinde Alışveriş Merkezleri Hakkında Yönetmelik yayımlanmış ve aynı tarihte yürürlüğe girmiştir.

6585 sayılı Kanun'un yürürlüğe girdiği 29.01.2015 tarihi itibarıyla faaliyette olan AVM'ler için Yönetmelik'in 4. maddesi uyarınca;

- Yönetmelik'te belirtilen şekilde ortak kullanım alanlarına ve
- Merkezî bir yönetime,

sahip olma unsurlarını 1 yıl içerisinde sağlama yükümlülüğü getirilmiştir.

Yönetmelik'in çıkarılış amacı; AVM'lerin nitelikleri ile açılış, faaliyet ve denetimlerine ilişkin usul ve esasları düzenlemektir. Bu sebeple kapsamı, yalnızca AVM'lere ilişkin ilke ve kurallar ile AVM yönetiminin, yetkili idarelerin ve diğer ilgili kurum ve kuruluşların AVM'lere ilişkin görev ve sorumluluklarından oluşmaktadır. Yönetmelik, 6585 sayılı Kanun'un 3'üncü, 5'inci, 10'uncu, 11'inci, 12'nci, 16'ncı ve 17'nci maddelerine dayanılarak hazırlanmıştır.

Yönetmelik, tanımlar kısmında 6585 sayılı Kanun'a paralel düzenlemeler getirirken 6585 sayılı Kanun'un Yönetmelik'le düzenleyeceğini öngördüğü boşlukları da doldurmuştur. Yönetmelik'te tanımlar kısmında düzenlenen kavramlardan en önemlileri; AVM, AVM Yönetimi, Büyük Mağaza ("Anchor") ve Satış Alanı tanımlarıdır. Yönetmelik uyarınca AVM'ler:

- Bir yapı veya alan bütünlüğü olan,
- İçinde en az biri büyük mağaza niteliğini taşımak kaydıyla beslenme, giyinme, eğlenme, dinlenme, kültürel ve benzeri ihtiyaçların bir kısmının veya tamamının karşılandığı en az 10 iş yerine ya da büyük mağaza niteliği taşıyan iş yeri bulunmasa dahi beslenme, giyinme, eğlenme, dinlenme, kültürel ve benzeri ihtiyaçların bir kısmının veya tamamının karşılandığı en az otuz iş yerine sahip bulunan,
- Bir yapıya veya alan bütünlüğü içinde yapılar topluluğuna sahip olan,
- En az beş bin metrekare satış alanı bulunan,
- Yönetmelik'te belirtilen ortak kullanım alanları olan,
- Merkezî bir yönetime sahip olması gereken yapılardır.

Yönetmelik'te AVM yönetimi ise, "AVM'nin maliki tarafından alışveriş merkezinin yönetimi konusunda yetkilendirilen gerçek veya tüzel kişilerden oluşan birimi" şeklinde tanımlanmıştır. Uygulamada olmasına rağmen daha önce tanımlanmamış olan anchor tipi büyük mağazalar da Yönetmelik'te özel olarak tanımlanmıştır. İlgili tanım uyarınca; hangi ad altında olduğuna bakılmaksızın, tüketim mallarının kısmen veya tamamen perakende satışının yapıldığı, en az dört yüz metrekare satış alanına sahip işletmeler "Büyük Mağaza" olarak nitelendirilmiştir. Sık sık kullanılan "Satış Alanı" ile kastedilen ise; münhasıran büro amaçlı kullanılan iş yerleri ile konaklama, depolama, üretim tesisleri/alanları ve ortak kullanım alanları hariç olmak üzere AVM'lerdeki iş yerlerinin toplam alanıdır.

Yönetmelik öncelikle, AVM projelerine yapı ruhsatı verilmesi şartını ve yöntemini ele almıştır. Yönetmelik, bir projenin AVM projesi olarak kabul edilebilmesi için üç ön şart öngörmüştür.

Bunlar projenin:

- Bir yapıya veya alan bütünlüğü içinde yapılar topluluğuna,

- En az beş bin metrekare satış alanına,
- İçinde en az biri büyük mağaza niteliğini taşımak şartıyla beslenme, giyinme, eğlenme, dinlenme, kültürel ve benzeri ihtiyaçların bir kısmının veya tamamının karşılandığı en az on iş yerine ya da büyük mağaza niteliği taşıyan iş yeri bulunmasa dahi beslenme, giyinme, eğlenme, dinlenme, kültürel ve benzeri ihtiyaçların bir kısmının veya tamamının karşılandığı en az otuz iş yerine sahip olmasıdır.

Yönetmelik'te ayrıca AVM projelerinde ortak kullanım alanlarına da yer verilmesi zorunluluğu düzenlenmiştir.

AVM'ye yapı ruhsatı, yapı kullanma izin belgesi, iş yeri açma ve çalışma ruhsatı verme, bunları değiştirme ve yenileme yetkisi, belediye sınırları ve mücavir alanlar içinde büyükşehir olan yerlerde büyükşehir belediyesine, diğer yerlerde ilgili belediyelere; belediye sınırları ve mücavir alanlar dışındaki yerlerde ise il özel idarelerine verilmiştir.

Yönetmelik'te, alışveriş merkezi projesi için yapı ruhsatı verilirken, başvuru tarihinden itibaren üç iş günü içinde üst meslek kuruluşlarının yazılı görüşlerinin talep edilmesi düzenlenmiştir. Üst meslek kuruluşlarının, talep yazısının kendilerine ulaştığı tarihten itibaren on beş iş günü içinde görüşlerini yazılı olarak göndermeleri gerekmektedir. Bu görüşler tavsiye niteliğindedir. Üst meslek kuruluşlarının görüş yazılarında; büyükşehir belediyesi sınırları içindeki AVM sayısı ve bunların birbirine yakınlığı, ulaşım imkânları, AVM'nin çevreye, altyapıya ve trafiğe getireceği yükler ile yaratacağı can ve mal güvenliği riski gibi ekonomik, sosyal, çevresel ve demografik unsurlara yer vermesi öngörülmüştür. Eğer süresi içerisinde görüş bildirilmezse, bu durumda görüşün olumlu olduğu kabul edilmektedir. Bu şekilde süreçlerin seri ilerlemesi hedeflenmiştir. Ayrıca, büyükşehir belediyesi tarafından AVM projesi için yapı ruhsatı verilirken ilgili ilçe belediyesinden de yukarıda belirtilen hususlara ilişkin görüş yazısı alınabileceği düzenlenmiştir.

Yönetmelik'te son olarak, belirtilen niteliklere sahip olan AVM'lere verilen yapı kullanma izin belgesinin, çalışma ve iş yeri açma ruhsatı yerine de geçeceği düzenlenmiştir. Bu yenilik, uygulamada, bürokratik işlemleri azaltıcı pratik ve olumlu bir gelişmedir.

Yönetmelik'te öncelikle hangi alan ve yerlerin ortak kullanım alanlarına dâhil olduğu; bu alan ve yerlerin genel olarak hangi niteliklere sahip olması gerektiği belirtilmiştir. Sonrasında ise alan ve yerlerin ayrı ayrı sahip olması gereken niteliklerine yer verilmiştir.

Yönetmelik uyarınca, AVM içindeki perakende işletmelerin haricinde sosyal ve kültürel etkinlik alanı, acil tıbbi müdahale ünitesi, ibadet yeri, bebek bakım odası, çocuk oyun alanı ve ortaklaşa kullanma ve faydalanma için alanlar oluşturulmalıdır. Alışveriş merkezi otoparkının müşteriler ve alışveriş merkezi içindeki perakendeciler haricinde kullanımını sınırlandırmak amacıyla alışveriş merkezi yönetimi tarafından, süreli kullanıma bağlı ücretlendirme yapılabileceği belirtilmiştir. Bu çerçevede uygulamada zaman zaman uyuşmazlıklara sebebiyet veren "otopark ücretlendirmesi" kavramı yasal dayanağa kavuşmuştur. Ortak kullanım alanlarının niteliklerine ilişkin olarak bu alanlar engelliler ile yaşlı ve çocukların ihtiyaçları dikkate alınarak oluşturulacaktır.

Yönetmelik'e ve Türk Standartları Enstitüsünün ilgili standartlarına uygun olarak ortak kullanım alanlarının oluşturulmasından, amacına uygun olarak kullanılmasından ve bu

alanlara ilişkin güvenlik tedbirleri alınmasından ve diğer yükümlülüklerin yerine getirilmesinden AVM maliki ile yönetimi müştereken sorumlu olacaktır.

AVM'de sergi, söyleşi, tanıtım ve imza günleri gibi sosyal ve kültürel etkinliklerin düzenlenmesi amacıyla satış alanının en az binde beşi oranında alan ayrılacak; Gümrük ve Ticaret Bakanlığı bu oranı bir katına kadar artırmaya veya yarısına kadar azaltmaya yetkili olacaktır. Sosyal ve kültürel etkinlikler, etkinlikten en az yedi gün önce AVM'nin görülebilir yerlerinde ve varsa internet sitesinde ilan edilecektir.

Yönetmelik'te, acil tıbbi durumlarda ilk müdahalenin yapılabilmesi ve ihtiyaç hâlinde en yakın hastaneye sevkin sağlanabilmesi amacıyla, AVM'nin kolay ulaşılabilir bir yerinde en az yirmi metrekare büyüklüğünde acil tıbbi müdahale ünitesi oluşturulması ve acil tıbbi müdahale ünitesinin girişinde "Acil Tıbbi Müdahale Ünitesi" yazısının ve işaretinin yer alması zorunluluğuna yer verilmiştir. Bu yerin yönlendirme levhalarıyla belirtilmesi gerektiği öngörülmüştür.

Acil tıbbi müdahale ünitesinde, satış alanı yirmi bin metrekarenin altında olan AVM'de en az bir acil tıp teknisyeni veya acil tıp teknikeri; yirmi bin ile elli bin metrekare arasında satış alanına sahip AVM'de en az birer acil tıp teknisyeni ve acil tıp teknikeri veya acil tıp teknikeri bulunmayan hâllerde en az iki acil tıp teknisyeni istihdam edilmelidir. Satış alanı yüz bin metrekare ve üzerinde olan AVM'lerde ise en az birer acil tıp teknisyeni ve acil tıp doktoru bulunmalıdır.

Acil tıbbi müdahale ünitesinde, Sağlık Bakanlığı tarafından belirlenen nitelik ve miktarda ilk yardım malzemesi ve ekipmanı bulundurulmalıdır. Alışveriş merkezindeki ortak kullanım alanlarının ve dört yüz metrekareden büyük perakende işletmelerin görünür kısımlarına, acil tıbbi müdahale ünitesiyle iletişimi sağlamak amacıyla yeterli sayıda acil tıbbi durum butonu yerleştirilmesi gerektiği belirtilmiştir. Bu hizmetler, özel sağlık hizmeti veren kuruluşlardan hizmet satın alınmak suretiyle de verilebilecektir.

AVM'de, kolay ulaşılabilir yerlerde, her katta on metrekareden az olmamak üzere yeterli büyüklük ve sayıda içinde lavabosu, alt değiştirme ünitesi, emzirme koltuğu ve sehpa bulunan, yeterli iklimlendirme ve hijyen şartlarını sağlayan, yeterli sayıda bebek bakım odası oluşturulması öngörülmüştür. Ayrıca Yönetmelik uyarınca AVM'de, 0-10 yaş grubu çocukların oyun oynaması için ebeveynlerin çocuklarının gözetimini sağlayabileceği oturma yerleri bulunan, yaralanma ve kazalara karşı güvenlik tedbirleri alınmış yeterli sayıda ve ücretsiz çocuk oyun alanı oluşturulması gereği de düzenlenmiştir.

Yönetmelik'te, satış alanı yüz bin metrekarenin altında olan alışveriş merkezinde en az otuz metrekare, yüz bin metrekare ve üstünde olan alışveriş merkezinde ise en az elli metrekare büyüklüğünde, içinde lavabosu bulunan, yeterli iklimlendirmeye ve ihtiyacı karşılayacak diğer niteliklere sahip, kadın ve erkekler için ayrı ayrı olacak şekilde, otopark haricinde, alışveriş merkezinin kolay ulaşılabilir bir yerinde ibadet yeri oluşturulması gerektiği belirtilmiştir.

Ortak kullanım alanlarına ilişkin elektrik, su, ısınma, bakım-onarım, güvenlik ve temizlik gibi belirli dönemlerde tekrarlanan ve AVM'nin aynına ilişkin olmayan ortak giderler, perakende işletmelerin kiraladıkları alanların AVM'nin satış alanı oranına göre paylaştırıla-

caktır. Perakende işletmelerin ortak giderler dışında kalan pazarlama ve yönetim gibi ortak faydaya yönelik hizmetler için katılım payı talep edebilmesi, bu hususun, taraflar arasındaki sözleşmede belirtilmiş olmasına bağlıdır. Taraflar arasındaki sözleşmede aksi belirtilmedikçe bu giderler de Yönetmelik ekinde belirtilen usul ve esaslara göre hesaplanacaktır. Dolayısı ile taraflar arasındaki sözleşme, esaslı bir düzenleyici unsur olmaktadır. Yani Yönetmelik'ten farklı şekilde bir hesap yöntemi uygulanmak istendiği takdirde, bunun sözleşmede açıkça düzenlenmesi gerekmektedir. Kiracı olarak faaliyette bulunan perakende işletmelerden, yukarıda bahsedilen giderler dışında ortak gider adı altında herhangi bir bedel talep edilemeyecektir.

Yukarıda bahsedilen giderler için, bir önceki yılın kesinleşen giderlerinin yeniden değerleme oranında artırılması suretiyle hesaplanacak muhtemel gider tutarı üzerinden avans talep edilebilecek ve bu giderler için avans alınması hâlinde, avansın ait olduğu yılın sonuna kadar mahsup işlemi gerçekleştirilecektir. Ortak kullanım alanı giderlerine ilişkin kiracı katılım payları, Türk lirası üzerinden hesaplanıp ödenecektir. Ortak gider katılım payları perakende işletmelerden yazılı olarak talep edilecektir.

Yönetmelik'te, AVM yönetiminin, her yıl mart ayı sonuna kadar, bir önceki yılın ortak giderleri ile ortak kullanım alanı gelirlerine ilişkin raporu hazırlayarak alışveriş merkezindeki perakende işletmelere göndermesi gerektiği düzenlenmiştir. Bu raporda; Yönetmelik ekindeki usul ve esaslara göre her bir perakende işletmeden tahsil edilmesi gereken ve tahsil edilen ortak gider katılım paylarına, ortak kullanım alanlarından elde edilen gelirlere ve ortak gider katılım payından yapılan ödemelere ilişkin bilgiler ile, her bir gider türü için ortak gider hesaplamalarına yer verilecektir. Perakende işletmelerce talep edilmesi hâlinde, ortak kullanım alanlarından elde edilen gelirler ile ortak gider katılım paylarından yapılan ödemelere ilişkin belgelerin birer örneği, alışveriş merkezi yönetimince perakende işletmelere verilecektir. Ortak kullanım alanı giderlerine ilişkin kiracı katılım payları, tahsilat amacı dışında kullanılamayacaktır.

AVM içindeki perakende işletmeden, Yönetmelik ekindeki usul ve esaslara göre yapılan hesaplama sonucunda tahsil edilmesi gerekenden daha az ortak gider katılım payı tahsil edilmesi durumunda, tahsil edilmeyen kısmın, iş yeri malikince karşılanacağına hükmedilmiştir. Kiraya verilmemiş iş yerlerine ait ortak gider katılım payları ise bu iş yerlerinin malikleri tarafından karşılanacaktır.

Ortak giderler hakkındaki hükümlerin uygulanmasından, AVM maliki ile yönetimi müştereken sorumlu olacaktır.

6585 sayılı Kanun'a paralel olarak Yönetmelik'te, AVM'lerde pek yer alamayan esnaf ve sanatkâr işletmeleri ile geleneksel, kültürel veya sanatsal değeri olan kaybolmaya yüz tutmuş meslekleri icra eden sanatkârların yer almasını teşvik amacıyla, belirli oranlarda yerin tahsis edilmesi öngörülmüştür.

AVM'de;

- Esnaf ve sanatkâr işletmecilerine rayiç bedel üzerinden kiraya verilmek üzere, toplam satış alanının en az yüzde beşi oranında,

- Geleneksel, kültürel veya sanatsal değeri olan kaybolmaya yüz tutmuş meslekleri icra edenlere, en fazla rayiç bedelinin dörtte biri tutarında kiraya verilmek üzere, toplam satış alanının en az binde üçü oranında yer tahsis edilecektir.

Bu hükmün uygulanmasından AVM maliki ve yönetimi müştereken sorumlu olacaktır.

Yönetmelik, yukarıda bahsedilmiş olan rayiç bedelin tespitine ilişkin olarak, ayrıca bir düzenleme getirmiştir. Buna göre; tahsis edilen iş yerlerinin rayiç kira bedeli, AVM maliki tarafından tespit edilecektir. Rayiç bedelin tespitinde, tahsis edilen iş yerinin büyüklüğü ve AVM içindeki konumu, AVM'nin büyüklüğü ve bulunduğu yer, potansiyel iş hacmi ve ciro gibi hususlar dikkate alınacaktır.

Tahsis edilen iş yerlerine ilişkin kiralama duyurusu, ilgili üst meslek kuruluşuna ve üyelerine bildirilmek üzere o ilin esnaf ve sanatkârlar odaları birliğine AVM yönetimince yazılı olarak yapılacak; ilgili esnaf ve sanatkârlar odaları birliği ile ilgili üst meslek kuruluşu tarafından yazının kendilerine ulaştığı tarihte, AVM tarafından ise yazının gönderildiği tarihte AVM'nin internet sitesinde ilan edilecektir. Kiralama duyurusunda, AVM'nin adı, adresi, kiraya verilecek iş yerine ait bilgiler, rayiç kira bedeli, başvuru adresi ve son başvuru tarihi belirtilecektir. Kiralama duyurusunun ilgili üst meslek kuruluşuna ulaştığı tarih, duyuru tarihi kabul edilecektir. Bu hükmün uygulanmasından AVM yönetimi sorumlu olacaktır.

Tahsis edilen iş yerlerinin kiralanmasına ilişkin başvurular ise yazılı olarak AVM yönetimine yapılacaktır. Başvuru yazısına, esnaf siciline kayıtlı olunduğuna dair belge ve AVM yönetimince gerekli görülen diğer belgeler eklenecektir. Yönetmelik'e göre başvuru, AVM yönetimince kayıt altına alınacak ve başvurunun yapıldığını gösterir bir belge düzenlenerek başvuru sahibine verilecektir. Bu belgede, başvurunun tarihi ile tarafların adı, soyadı, unvanı ve imzası yer alacaktır. Başvuru kayıt ve belgeleri, başvuru tarihinden itibaren AVM yönetimince beş yıl süreyle saklanacaktır.

Kiraya verme ile ilgili hususlar madde 16'da düzenlenmiştir. AVM maliki, başvuruları değerlendirme ve tahsis edilen iş yerlerini kiraya vermeye yetkilidir. Bu iş yerleri, usulüne uygun başvuru yapan ve kiralama şartlarını kabul eden esnaf ve sanatkâr işletmecileri ile geleneksel, kültürel veya sanatsal değeri olan kaybolmaya yüz tutmuş meslekleri icra edenlere kiralanır. Esnaf ve sanatkâr işletmecilerine tahsis edilen iş yerlerine yeteri kadar talep olmaması durumunda veya boşalan yerlerin, bu Yönetmelik'te belirtilmiş olan duyuru tarihinden itibaren yirmi gün içinde doldurulamaması hâlinde, bu iş yerleri diğer talep sahiplerine kiraya verilebilecektir. Bu maddenin uygulanmasından, AVM maliki ile yönetimi müştereken sorumlu olacaktır.

Yönetmelik'in bu maddesinde geleneksel, kültürel veya sanatsal değeri olan kaybolmaya yüz tutmuş mesleklerin nasıl belirleneceğine ilişkin bir düzenleme yapılmıştır. Yönetmelik'e göre bu meslekler, ilgili üst meslek kuruluşunun görüşü alınmak suretiyle Bakanlıkça belirlenecektir. Bu şekilde belirlenen meslekler, Bakanlığın internet sitesinde ilan edilecektir.

Yönetmelik'te, AVM'lerde sürekli indirimli satış yapıldığını gösteren veya çağrıştıran ibarelerin kullanılabilmesinin, AVM'deki perakende işletmelerin her birinin sürekli indirimli satış yapmasına (outlet) bağlı olduğu belirtilmiştir. Bu ibarelere AVM'nin ön cephesinde yer verilebilecektir. Beslenme, eğlenme, dinlenme, kültürel ve benzeri hizmetle-

rin ve/veya hızlı tüketim mallarının satışını yapan lokanta, sinema, berber, terzi ve market gibi perakende işletmeler ile niteliği itibarıyla sürekli indirimli satış türüne uygun olmayan diğer perakende işletmeler bakımından, bu hüküm uygulanmayacaktır. AVM'nin sürekli indirimli satış türünü gösteren ve çağrıştıran ibareleri kullanıyor olmasından AVM maliki ve yönetimi müştereken sorumlu olacaktır.

Yönetmelik ile AVM'deki güvenlik hizmeti kapsamı düzenlenmektedir. Bu madde ile AVM'de, otopark dâhil her türlü bağlantı ve eklentiler ile giriş çıkışlarda, Özel Güvenlik Hizmetlerine Dair Kanun çerçevesinde güvenlik hizmeti sağlanacağı belirtilmiştir. AVM'de tuvalet ve bebek odası gibi kayda alınması uygun olmayan alanlar dışındaki tüm ortak alanların, kamera ile kayıt altına alınması gerektiği ve en az otuz (30) gün süre ile saklanması gerektiği belirtilmiştir. Bu kayıtların saklanmasından AVM yönetiminin sorumlu olduğu hükme bağlanmıştır.

Yönetmelik'e ilişkin denetim ve ceza hükümleri de düzenlenmiştir. Buna göre; Bakanlık, Yönetmelik'in uygulanmasında ortaya çıkan sorunlar ve şikâyetlerle ilgili olarak AVM'ler nezdinde denetim yapmaya yetkili olacaktır. Bakanlık bu yetkisini taşra teşkilatı aracılığı ile de kullanabilecektir. Yetkili idareler, Bakanlığın talebi üzerine bu Yönetmelik hükümleri çerçevesinde AVM'ler nezdinde ön inceleme mahiyetinde denetim yapabilecektir. Yetkili idareler tarafından bu kapsamda yapılan denetimlerin sonuçları, denetimin sonuçlandığı on beş (15) gün içinde İl Müdürlüğüne bildirilecektir.

6585 sayılı Kanun'un 18. maddesi ile perakende işletmelerle ilgili verilecek idari para cezaları düzenlenmiş olup, bu cezalar Bakanlık tarafından veya Yönetmelik'te öngörüldüğü takdirde Bakanlığın talebi ile yetkili idareler tarafından verilecektir. Madde hükmü uyarınca:

- 6585 sayılı Kanun'da düzenlenmiş olan prim ve bedel talebine aykırılık hâlinde bu bedel kadar,
- Mağaza markalı ürünlerin üzerinde veya ambalajında perakendeci dışında üreticinin marka veya unvanına yer verilmediği takdirde her ürün grubu için 10 bin Türk lirası,
- Perakende işletmelerin başlangıç ve bitiş süresi belli olmayan indirimler yapması hâlinde veya sürekli indirimli satış yapılan yerlerde en az yüzde yetmiş (%70) mağazanın bu nitelikte olmaması hâlinde 5 bin Türk lirası,
- AVM satış alanının en az binde beşinin sosyal kültürel etkinliklere ayrılmaması hâlinde 20 bin Türk lirası, aykırılığın verilen sürede giderilmemesi hâlinde iki katı kadar,
- AVM'lerde acil tıbbi müdahale ünitesi, ibadet yeri, bebek bakım odası, çocuk oyun alanı gibi ortak kullanım alanları oluşturulmaması hâlinde 50 bin Türk lirası, verilen süre içinde aykırılığın giderilmemesi hâlinde ise iki katı kadar,
- Esnaf ve sanatkâr işletmecileri ile kaybolmaya yüz tutmuş geleneksel mesleklere yukarıda bahsedilen oranlarda yer ayırmayan AVM'ler hakkında, ayrılması gerekip

ayrılmayan her bir metrekare için rayiç kira bedeli tutarında, aykırılığın verilen süre içerisinde giderilmemesi hâlinde tutarın iki katı kadar,

- Hızlı tüketim malları satışına dair 6585 sayılı Kanun'da düzenlenen hususlara aykırı hareket hâlinde her bir mağazası ya da şubesi için 20 bin Türk lirası, aykırılığın verilen süre içinde giderilmemesi hâlinde bu tutarın iki katı,
- Çalışma saatleri hükümlerine aykırı hareket hâlinde bin Türk lirası,
- Bakanlıkça belirlenen meslek davranış ve kurallarına aykırılık hâlinde 3 bin Türk lirası,
- 6585 sayılı Kanun çerçevesinde Bakanlıkça alınan tedbirlere ve yapılan ikincil düzenlemelere uymayanlar, istenilen defter, belge ve diğer kayıtlar ile bunlara ilişkin bilgileri vermeyenlere veya eksik verenlere ya da denetim elemanlarının görevlerini yapmalarını engelleyenlere 2 bin Türk lirası, idari para cezası verileceği öngörülmüştür.

Son olarak Yönetmelik'te, karışıklığa neden olmamak adına geçiş hükümleri öngörülmüştür. Bu hükümler uyarınca; 6585 sayılı Kanun'un yürürlüğe girdiği tarih itibarıyla faaliyette olan AVM'ler, Yönetmelik'te belirtilen ortak kullanım alanlarına ve merkezî yönetime ilişkin öngörülen nitelikleri bu Yönetmelik'in yürürlüğe girdiği tarihten itibaren bir yıl içinde sağlayacaktır. Alışveriş merkezlerinde yapılacak tadilatların, yapı ruhsatının yenilenmesini gerektirmesi durumunda ruhsatlandırma, alışveriş merkezine yapı ruhsatını vermiş olan idare tarafından yapılacaktır.

Perakende Bilgi Sistemi uygulamaya geçinceye kadar yapı kullanma izin belgesi verilen AVM'lere ilişkin bilgiler, yapı kullanma izin belgesinin düzenlendiği tarihinden itibaren on beş gün, hâlihazırda faaliyette olan alışveriş merkezlerine ilişkin gerekli bilgiler ise bu Yönetmelik'in yürürlük tarihinden itibaren üç ay içinde yetkili idare tarafından yazılı olarak Bakanlık İç Ticaret Genel Müdürlüğüne bildirilecektir.

Yönetmelik'in yürürlüğe girdiği tarihten itibaren AVM'lerde boşalan satış alanları, esnaf ve sanatkâr işletmecilerine kiralanmak üzere tahsis edilmesi zorunlu orana ulaşana kadar, Yönetmelik'te düzenlenmiş olan yer tahsisi, rayiç bedel tespiti, tahsis edilen iş yerlerinin duyurulması, başvuru ve kiraya verme ile ilgili hükümlere uygun olarak esnaf ve sanatkâr işletmecilerine öncelik verilmek suretiyle kiralanacaktır.

Yönetmelik'in yürürlüğe girdiği tarihinden itibaren AVM'lerde boşalan satış alanları, geleneksel, kültürel ve sanatsal değeri olan kaybolmaya yüz tutmuş meslekleri icra edenlere kiralanmak üzere tahsis edilmesi zorunlu orana ulaşana kadar, Yönetmelik'te düzenlenmiş olan yer tahsisi, rayiç bedel tespiti, tahsis edilen iş yerlerinin duyurulması, başvuru ve kiraya verme ile ilgili hükümlere uygun olarak, bu meslekleri icra edenlere kiralanacaktır.

Sonuç olarak; 29.01.2015 tarihinde yayımlanarak yürürlüğe giren 6585 sayılı Kanun ile birlikte oluşturulan hukuki kapsam bağlamında çıkarılan Yönetmelik, 6585 sayılı Kanun'un çizdiği sınırların içinde bırakılan boşlukları doldurmaya yönelik düzenlemeler ile perakende sektörünün lokomotifi olan AVM'leri esaslı şekilde etkileyen düzenlemeler getirmektedir.

10.4. Gıda Sektöründe Tüm Meslek Dalları ile İlgili Mevzuat

10.4.1. Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair 5179 Sayılı Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığını gıda ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemeler konularında üretim, işleme, ihracat ve ithalat aşamalarında yürütülen tescil, mevzuat, denetim ve kontrol hizmetlerinde tek yetkili kamu kurumu kılan, gıdaya ilişkin tüm hizmetleri tek bir yetkili merci otoritesine veren bu Kanun, toplam 41 madde ile 6 geçici maddeden oluşmaktadır.

Kanun'un amacı; kapsamlı gıda güvenliği sağlamak olup buna uygun olarak her türlü gıda maddesinin ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemelerin teknik ve hijyenik şekilde üretim, işleme, muhafaza, depolama, pazarlama gibi aşamalarda üretici ve tüketici haklarını korumaktır. Buna uygun olarak hem bu maddelerin taşımaları gereken asgari nitelikleri, hem bu maddeleri üreten ve satan iş yerlerinde bulunması gereken asgari teknik ve hijyenik şartları ve hem de bunu sağlamak üzere verilecek hizmetlerin usul ve esaslarını belirleyen hükümleri içermektedir.

Kanun'un 4. maddesi, üretim izni, gıda sicili ve tescil işlerini bir esasa bağlarken; 5. maddesi Türk Silahlı Kuvvetleri ile Sağlık Bakanlığına ait olanları hariç tutarak, gıda maddelerinin ve gıda ile temas eden madde ve malzemelerin gıda güvenliği yönünden, hijyen ve kalite analizlerini yapmak üzere kurulacak kamu ve özel laboratuvarların kuruluş ve çalışmasını Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı iznine bağlı kılmıştır. Yine Kanun'un 6. maddesi, istihdam ile ilgili olup gıda maddeleri ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemeleri üreten iş yerlerinde üretimin niteliğine göre sorumlu yönetici istihdamını zorunlu kılmaktadır.

Kanun'un 7. maddesi; gıda maddelerinin asgari hijyen ve kalite kriterleri, pestisit ve veteriner ilacı kalıntıları, katkı maddeleri, gıdaya bulaşan zararlı maddeler, numune alma, ambalajlama, etiketleme, nakliye, depolama esasları ile analiz metotlarını ihtiva eden Türk Gıda Kodeksinin, Ulusal Gıda Kodeksi Komisyonunca hazırlanmasını ve Bakanlıkça yayımlanmasını esas almıştır.

Türk Gıda Kodeksinin hazırlanması sürecinde Ulusal Gıda Kodeksi Komisyonu kurulması ve Komisyonun oluşum ve çalışma şekli ile komisyon üyelerinin görev süresi, Kanun'un 8. maddesinde açıklanmıştır.

Kanun'un 9. maddesi, insan sağlığının korunması ve gıda güvenliğinin sağlanabilmesi için, gıda mevzuatı uygulamalarında bilimsel kanıtlara dayanan, bağımsız, şeffaf ve tarafsız bir şekilde yapılacak risk analizinin esas alınacağını belirlemiştir.

Kanun'un 10. maddesinde, insan sağlığı üzerinde zararlı bir etkinin olma ihtimalinin belirmesi ve bilimsel belirsizliklerin sürmesi gibi özel hâllerde, kapsamlı bir risk değerlendirmesi imkânına kavuşana ve ileri düzeyde bilimsel veriler elde edilene kadar, geçici risk yönetimi önlemlerinin alınabileceği belirtilmiştir. Aynı konuya değinen 11. maddede ise,

risk değerlendirmesi için bilimsel ve teknik verileri araştırmak, toplamak, düzenlemek, analiz etmek, yorumlamak, özetlemek ve görüş oluşturmak üzere, bilimsel komiteler oluşturulacağı hükme bağlanmıştır.

Kanun'un 12. maddesine göre Bakanlığın gıda ile ilgili düzenlemelerin ve uygulamaların yapılmasında görüş ve önerilerini almak üzere Ulusal Gıda Meclisi oluşturmasına yetki verilmiş ve söz konusu meclisi oluşturacak üyelerin hangi kuruluşları temsil edeceği ve nitelikleri belirtilirken, ayrıca Gıda Bankaları Birliği oluşturulmasına imkân getirilmiştir. Meclis, Bakanın veya Bakanlık müsteşarının başkanlığında; gıda işleri ile ilgili hizmetlerin yürütüldüğü Genel Müdürlükten üst düzey üç temsilci, Sağlık Bakanlığından üst düzey iki temsilci, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı ve Türk Standartları Enstitüsünden iştirak edecek birer temsilciden, üniversitelerin gıda bilimi ve teknolojisi, bitki ve hayvan sağlığı dallarından gündemindeki konularla ilgili görüş almak üzere davet edilecek beş öğretim üyesinden, gıda alanında faaliyet gösteren kamu kurumu niteliğindeki meslek kuruluşları ve ilgili özel sektör kuruluşları ile sivil toplum örgütlerinden seçilecek birer temsilciden oluşmaktadır.

Kanun'un 13. maddesi; insan sağlığını korumak ve gıda güvenliği koşullarını sağlamak üzere gıdadan kaynaklanan doğrudan veya dolaylı bir riskin bildirimine ilişkin sistemlerin Bakanlık tarafından oluşturulması ve gıda kaynaklı hastalıklara ilişkin bir bilgi olması hâlinde ilgili birimlerle bunun paylaşılmasını ve gerekli tedbirlerin alınmasını belirtmektedir. 14. madde ayrıca; üretilen veya ithal edilen gıda maddesinin sağlığa zararlı olabileceği ihtimalinin belirmesi durumunda, söz konusu gıda maddesinin pazara sunumu, kullanımı ve ithalatına ilişkin tedbirler alınmasını gerekli kılmaktadır.

Kanun'un 15. maddesinde ise gıda konusunda insan sağlığına karşı doğrudan veya dolaylı olarak bir risk oluşturan bir durum saptandığında, bu riskin mevcut hükümlerle önlenememesi, giderilememesi veya azaltılamaması ya da acil durum tedbiriyle yeterince yönetilememesi hâlinde; Bakanlık ile Sağlık Bakanlığının, ilgili tüm kurum ve kuruluşların da katılımı ile bilimsel ve teknik yardım sağlamak üzere bir kriz birimi oluşturması öngörülmektedir.

Kanun'un 16. maddesinde gıda, gıdanın elde edildiği bitki, hayvan ya da gıda maddesinde öngörülen veya ortaya çıkması beklenen herhangi bir maddenin tespit edilmesi için gıda üretim, işleme ve dağıtımı ile ilgili tüm aşamalarda izlenebilirlik tesis edilmesine yer verilmekte; buna göre gıda işletmecilerinin gıda, gıdanın ilk elde edildiği bitki, hayvan ya da gıda maddelerine karıştırılması tasarlanan herhangi bir maddeyi, kimden aldıklarını belirleyebilecek bir sisteme sahip olmaları zorunlu kılınmaktadır.

Kanun'un 17. maddesinde; gıda işletmecisinin, ithal ettiği, ürettiği, işlediği, imal ettiği veya dağıtımını yaptığı gıdanın, gıda güvenliği şartlarına uymaması durumunda, ürününü pazardan geri çekmesini ve ilgili birimlerle gıdanın izlenebilirliğine katkıda bulunmasını zorunlu kılmıştır.

Kanun'un 18. maddesi, insan sağlığının korunması amacıyla, gıda maddelerini ve gıda ile temas eden madde ve malzemeleri üreten ve/veya satan iş yerlerinin;

- Asgari teknik, hijyenik ve güvenlik şartlarını taşımak zorunda olduğu,

- Gıda kodeksine uyulmaksızın gıda maddelerini imal edemeyeceği, mübadele konusu yapamayacağı ve muameleye tabi tutamayacağı,
- İnsan sağlığına zarar verecek muhteviyatta gıda maddeleri üretemeyeceği, içerisine zararlı bir madde katamayacağı, böyle bir maddenin kalıntısını bulunduramayacağı ve gıdaya zararlı özelliğe yol açacak herhangi bir işlem uygulayamayacağı hükme bağlanmıştır.

Kanun'un dış ticaret ile ilgili 19. maddesinde; ihracat ve ithalatta gıda maddeleri ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemelerin gıda güvenliği ve kalitesi yönünden denetim esaslarını oluşturmaya, Bakanlık yetkili kılınmıştır. Ancak, ihraç edilmek üzere üretildiğinin önceden ilgili mercilere bildirilmiş olması ve/veya ihraç edilecek ülke tarafından talepte bulunulduğunun ihracatçı tarafından beyan edilmesi hâlinde gıda kodeksine uygunluk aranmayacağını; ihraç edilen ürünün geri gelmesi hâlinde ise halk sağlığını tehlikeye düşürmemek şartıyla ayniyat tespiti yapılarak yurda girişine izin verileceği ve bu ürünlerin yurt içinde satışına ancak Türk Gıda Kodeksine uygun hâle getirilmesi koşuluyla izin verileceği hükme bağlanmıştır.

Gıda ithalat işlemlerinde istisnalar ise,

- Gümrük gözetimi altında, gümrük depoları ile antrepolarına konulan veya transit nakledilen,
- Yabancı devlet başkanları ile beraberindekiler tarafından bulundukları süre içinde kullanılmak veya tüketilmek üzere getirilen,
- Diplomatik veya konsüler temsilciliklere ait,
- Bilimsel amaçlar, sergiler, sportif ve kültürel faaliyetler için getirilen,
- Olağanüstü hâllerde hibe olarak gönderilen,
- Numune olarak gelen,
- Gemilerde bulunup açık denizlerde tüketilecek olan gıda maddelerinde Türk Gıda Kodeksine uygunluk aranmaması şeklinde belirlenmiştir.

Kanun'un 20. maddesi; Bakanlığın, ilgili kurumların görüşünü alarak, ithal ve ihraç edilecek gıda maddelerinin ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemelerin kontrolü için giriş ve çıkış gümrük kapılarını tespit ve ilan etmesine ve bu amaçla, tespit ve ilan edilen kapılarda kontrol merkezleri kurulmasına yetki vermiştir.

Reklam ve tanıtım başlıklı 21. madde, gıda maddeleri ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemelerin etiketlenmesi, reklam ve tanıtımı; bu reklam ve tanıtımın sahte, yanıltıcı veya gıdanın karakterine, yapısına, özellikle doğasına, bileşimine, miktarına, dayanıklılığına, orijinine, üretim metoduna göre hatalı bir izlenim yaratacak, gıdanın sahip olmadığı etki ve özelliklere atıfta bulunacak, tüm benzer gıda maddeleri ile aynı özelliklere sahip olduğu hâlde gıda maddesinin özel karakteristiklere sahip olduğunu bildiren veya ima eden ifadeleri kullanarak tüketiciyi yanıltacak yazı, resim, şekil ve benzerlerini içermemesini zorunlu kılmaktadır.

Tüketici haklarının korunmasıyla ilgili 22. madde de, tüketicilerin, her türlü gıda maddesi ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemeleri üreten, ithal eden ve satan gerçek veya tüzel kişiler tarafından bilgilendirilmesini zorunlu kılmıştır.

Kanun'un 23. maddesi piyasa gözetimi ve denetimi ile ilgili olup; gıda maddeleri ve gıda ile temas eden madde ve malzemeleri üreten, satan iş yerleri ile bu yerlerde üretilen, satılan tüm gıda maddelerinin ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemeler ile toplu tüketim yerlerinin piyasa gözetimi ve denetiminin, ilgili kurum ve kuruluşlarla iş birliği içinde yapılacağı belirtilmiştir. Ancak, Sağlık Bakanlığının halk sağlığını ilgilendiren acil durumlarda müdahale hakkının da bulunduğu ifade edilmiştir. Ayrıca, gıda kontrol ve denetim hizmetlerinde çalışacak personelin en az lisans düzeyinde eğitim almış olması gerekliliği de belirtilmiştir.

Kanun'da kontrol ve sertifikasyon başlıklı 24. madde ise gıda üreten ve/veya satan işyerlerinde, Bakanlığın yetkilendireceği kamu ve/veya özel kuruluşlar tarafından kalite, risk analizi ve Bakanlığın uygun gördüğü benzeri diğer konularda, kontrol ve sertifikasyon hizmetleri yapılabileceği hükme bağlanmıştır. 25. madde gereği gıda maddeleri ve gıda ile temas eden madde ve malzemeleri üreten, ithal ve ihraç eden ve satan iş yeri yetkilileri, kontrol ve denetim sonuçları hakkında, ilgili mercilere itiraz edebilecektir. Sularla ilgili hükümlere yer veren 26. madde, doğal kaynak, doğal maden, içme, tıbbi sular ile işlenmiş içme, işlenmiş kaynak ve işlenmiş maden suyu üretimi, uygun şekilde ambalajlanması ve satış esaslarının Sağlık Bakanlığınca; kendi doğasında bulunmayan herhangi bir katkı maddesi ilave edilen doğal kaynak, doğal maden, içme ile işlenmiş içme, işlenmiş kaynak, işlenmiş maden suyu ve yapay sodaların üretimi, uygun şekilde ambalajlanması ve satış esaslarının ise, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığınca belirlenmesini esas almıştır.

Kanun'un 27. maddesi takviye edici gıdalar ve bebek mamalarının üretim, ithalat, ihracat ve denetimine ilişkin usul ve esasların Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığınca; enteral beslenme ürünleri dâhil özel tıbbi amaçlı diyet gıdalar, tıbbi amaçlı bebek mamaları ile ilaç olarak kullanımı bilimsel ve klinik olarak kanıtlanmış ancak reçeteye tabi olmayan ürünlerin üretim, ithalat, ihracat ve denetimine ilişkin usul ve esasların da Sağlık Bakanlığınca yürütülmesini esas almıştır.

Kanun'un 28. maddesinde ise Türk gıda mevzuatına uymayan gıda maddeleri ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemelerin serbest bölgelere getirilebileceği, üretilebileceği ve yurt dışı edilebileceği; ancak bununla ilgili usul ve esasların Ekonomi Bakanlığının görüşü alınarak Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığınca belirleneceğini hükme bağlamıştır. Kanun'un 29. maddesi, bahsi geçen hükümlere aykırı harekette bulunan gerçek veya tüzel kişilere uygulanacak ceza hükümlerini; 30. maddesi ise verilen cezaların ne şekilde tahsil edileceği ile yapılan itirazlarla ilgili hükümleri içermektedir.

Kanun'un 31. maddesi Sağlık Bakanlığının genel sağlığın korunması ve hijyen ile ilgili olarak, diğer mevzuattan kaynaklanan görev ve yetkilerinin saklı olduğunu hükme bağlamış; 34. madde ise **4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'**un 17. maddesinde değişiklik yaparak "Reklam Kurulu"na Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ile Sağlık Bakanlığından ikişer üye katılmasını sağlamıştır.

Geçici Madde 1 ile Kanun kapsamında öngörülen yönetmeliklerin bir yıl içinde yayımlanması ve bu zamana kadar 560 sayılı KHK kapsamında uygulanan yönetmeliklerin bu Kanun'a aykırı olmayan hükümlerinin devam olunduğu; Geçici Madde 2 ile bu Kanun kapsamında getirilen hükümlere bir yıl içinde uyum sağlanması; Geçici Madde 3 ile Sağlık Bakanlığı laboratuvarlarından gıda denetim hizmetlerinde kullanım usul ve esaslarının bir protokol çerçevesinde belirlenmesi ile Sağlık Bakanlığında "Çevre Sağlığı Teknisyeni" olarak görev yapan 500 personelin altı ay içinde Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığına devri hükme bağlanmıştır.

10.4.2. 5996 Sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu

13.06.2010 tarihi itibarıyla yürürlüğe giren 5996 sayılı Kanun, "tarladan/çiftlikten sofraya/çatala" gıda güvenliği sistemini baştan sona değiştirmektedir. Kanun; gıda ve gıda ile temas eden madde ve malzeme ile yemlerin üretim, işleme ve dağıtımının tüm aşamalarını, bitki koruma ürünü ve veteriner tıbbi ürün kalıntıları ile diğer kalıntıların ve bulaşanların kontrollerini, salgın veya bulaşıcı hayvan hastalıkları, bitki ve bitkisel ürünlerdeki zararlı organizmalarla mücadeleyi, çiftlik ve deney hayvanları ile ev ve süs hayvanlarının refahını, zootekni kanunlarını, veteriner sağlık ve bitki koruma ürünlerini, veteriner ve bitki sağlığı hizmetlerini, canlı hayvan ve ürünlerin ülkeye giriş ve çıkış işlemlerini ve bu konulara ilişkin resmî kontrolleri ve yaptırımları kapsamaktadır.

5996 sayılı Kanun, gıda ve yeme ilişkin ürünlerin üretim aşamasından tüketiciye sunulmasına kadar geçen tüm süreci, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının kontrolüne vermektedir. Yeni Yasa, sorumlu yöneticiliği kaldırırken, tüm sorumluluğu işletme sahibine vermektedir. Bu Kanun'un 22. maddesinde yer alan ve Kanun ekinde düzenlenen liste ile işletmelerin, üretim konuları ile ilgili eğitim almış lisans mezunu personel çalıştırma yükümlülüğünün, ancak 10 kişiden fazla personel istihdam etmeleri ya da 30 beygir üzeri motor gücüne sahip olmaları durumunda geçerli olacağı ifade edilmiştir.

5996 sayılı Kanun'la gelen diğer bir yenilik ise işletmelere kayıt ve onay şartı getirilmesidir. Gıda maddeleri ve gıda ile temas eden madde ve malzemeleri üreten iş yerleri için daha önceki uygulamada yer alan gıda iş yeri çalışma izni, sicil numarası ve üretim izin belgesi ve numarası alınma zorunluluğu kaldırılmıştır. Kanun ile gıda ve yem işletmeleri; onaya tabi olanlar ve kayıtlı işletmeler olarak iki gruba ayrılmıştır. Onaya tabi işletmeler ve kayıt işlemleri, çıkarılan bir yönetmelikle Bakanlık tarafından belirlenmiş ve bu işletmelere, faaliyete geçmeden önce Bakanlıktan onay alma zorunluluğu getirilmiştir.

5996 sayılı Kanun'la gıda güvenliği ile ilgili hizmetlerin büyük bir kısmı Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı bünyesinde toplanmıştır. Uluslararası kuruluşlar nezdinde yetkili otorite, söz konusu Bakanlık olmasına rağmen Sağlık Bakanlığı, sular ve özel tıbbi amaçlı diyet gıdalarla ilgili hizmetlerden; Ekonomi Bakanlığı, TSE standartlarının dış ticarette uygulanmasından; Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu, alkollü içki ticaretinin düzenlenmesinden; Şeker Kurumu da şeker kotalarının tahsisinden sorumlu kuruluşlardır.

5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu'na göre tanımlar ise şöyledir;

- **Gıda:** Doğrudan insan tüketimine sunulmayan canlı hayvanlar, yem, hasat edilmemiş bitkiler, tedavi amaçlı kullanılan tıbbi ürünler, kozmetikler, tütün ve tütün mamulleri, narkotik veya psikotropik maddeler ile kalıntı ve bulaşanlar hariç, insanlar tarafından yenilen, içilen veya yenilmesi, içilmesi beklenen işlenmiş, kısmen işlenmiş veya işlenmemiş her türlü madde veya ürün, içki, sakız ile gıdanın üretimi, hazırlanması veya muameleye tabi tutulması sırasında kullanılan su veya herhangi bir maddeyi,
- **Gıda İşletmecisi:** Kâr amaçlı olsun veya olmasın kamu kurum ve kuruluşları ile gerçek veya tüzel kişiler tarafından gıdanın üretimi, işlenmesi ve dağıtımının herhangi bir aşamasında kontrolü altında yürütülen faaliyetlerin, mevzuat hükümlerine uygunluğundan sorumlu olan gerçek veya tüzel kişiyi,
- **Onay:** Bu Kanun kapsamında onayı zorunlu olan faaliyetler ve ürünler için Bakanlıkça verilen izin veya ruhsatı,
- **Perakende:** Ana dağıtım merkezleri, hazır yemek hizmeti, iş yeri ve kurum yemekhaneleri, restoranlar ve diğer benzeri gıda hizmetlerinin sunulduğu yerler, dükkânlar, toptan satış yerleri, süpermarket dağıtım merkezleri dâhil olmak üzere son tüketiciye satışını ya da dağıtım noktasında gıdanın işlenmesini veya depolanmasını,
- **Hijyen:** Tehlikenin kontrol altına alınması ve gıda ve yemlerin kullanım amacı dikkate alınarak, insan ve hayvan tüketimine uygunluğunun sağlanması için gerekli her türlü önlem ve koşulu,
- **İzlenebilirlik:** Üretim, işleme ve dağıtımın tüm aşamaları boyunca bitkisel ürünlerin, gıda ve yemin, gıdanın elde edildiği hayvanın veya bitkinin gıda ve yemde bulunması amaçlanan veya beklenen bir maddenin izinin sürülebilmesi ve takip edilebilmesini,
- **Resmî Kontrol:** Bu Kanun kapsamındaki faaliyetlerin bu Kanun hükümlerine uygunluğunun doğrulanması için, kontrol görevlilerinin, verilen yetki çerçevesinde gerçekleştirdikleri izleme, gözetim, denetim, muayene, karantina, numune alma, analiz ve benzeri kontrolleri, ifade eder.

5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu kapsamında belirlenen sorumluluklara göre; gıda, gıda ile temas eden madde ve malzeme ve yem ile ilgili faaliyet gösteren işletmeciler, kendi faaliyet alanının her aşamasında bu Kanun'da belirtilen şartları sağlamak ve bunu doğrulamakla yükümlüdürler.

Gıda ve yem işletmecisi, ürettiği, işlediği, ithal ettiği, satışını veya dağıtımını yaptığı bir ürününün, gıda ve yem güvenilirliği şartlarına uymadığını değerlendirmesi veya buna ilişkin makul gerekçelerinin olması durumunda; söz konusu ürünü kendi kontrolünden çıktığı aşamadan başlamak üzere, toplanması için gerekli işlemleri derhâl başlatmak ve konu ile ilgili Bakanlığı bilgilendirmek zorundadır. Gıda ve yem işletmecisi, ürünün toplanması gerektiğinde; toplanma nedeni hakkında tüketiciyi veya kullanıcıyı doğru ve etkin olarak bilgilendirmek ve gerekli hâllerde, insan sağlığını korumaya yönelik alınacak tedbirlerin yeterli olmaması durumunda, tüketiciye veya kullanıcıya ürünün iadesi için çağrıda bulunmak zorundadır.

Gıda ve yem işletmecisi, faaliyeti ile ilgili istenen kayıtları güncel tutmak, istendiğinde Bakanlığa sunmak zorundadır. Piyasaya arz edilecek gıda ve yemlerden onay alınması zorunlu olanlar Bakanlıkça belirlenmektedir. Ürün sahibi, onay için Bakanlıkça talep edilen bilgi ve belgeleri sunmak zorundadır. Bu ürünlerin, onay alınmadan üretimi, ithalatı ve piyasaya arzı yasaktır. Bakanlık, bu Kanun hükümlerinin uygulanmasını sağlamak için, gıda ve yem işletmecilerinin üretim, işleme ve dağıtımın tüm aşamalarında resmî kontrolleri yapmak, gıda ve yem işletmeleri ile ilgili kayıtları tutmakla yükümlüdür.

10.4.3. 6585 Sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun

Yaklaşık olarak yirmi yıldan bu yana ülkemizin gündeminde bulunan, değişik hükümetler döneminde çalışmalar yapılmış ve özellikle gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların büyük önem verdiği Perakende Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun ile perakende sektörüne yönelik olarak aşağıdaki düzenlemeler yapılmıştır:

- Perakende işletmelerin açılış, faaliyet ve denetimleri ile bunların birbirleri, üretici ve tedarikçilerle olan ilişkileri düzenlenmiş; Kanun'un uygulanmasında Bakanlık, yetkili idare ve diğer kamu kurum ve kuruluşlarının görev, yetki ve sorumlulukları belirlenmiştir.
- Alışveriş merkezi, bayi işletme, büyük mağaza, zincir mağaza, mağaza markalı ürün, özel yetkili işletme, esnaf ve sanatkâr işletmesi, perakende işletme, hızlı tüketim malı gibi hukukumuzda daha önce tanımlanmamış ticari kavramların tanımı yapılmıştır.
- Perakende işletmelerin açılış ve faaliyeti ile kapanışlarında gerekli başvuru ve diğer işlemlerin yapılması ve perakende sektörü ile ilgili veri tabanı oluşturulması amacıyla PERBİS adıyla Perakende Bilgi Sistemi oluşturulmuştur.
- Mevzuatta öngörülen şartları taşıyan perakende işletmelere, belediye/büyükşehir belediyesi veya il özel idaresi tarafından PERBİS üzerinden açılış izni verilerek, iş yeri açma ve çalışma ruhsatı elektronik ortamda düzenlenecektir.
- Ruhsat değişikliğine ilişkin işlemler de PERBİS üzerinden gerçekleştirilecektir.
- Büyükşehirlerde, alışveriş merkezlerine yapı ruhsatı, yapı kullanma izin belgesi ve iş yeri açma ve çalışma ruhsatını büyükşehir belediyeleri verecektir.
- Alışveriş merkezi projesi için yapı ruhsatı verilirken üst meslek kuruluşlarının (TESK) görüşü alınacaktır.
- Büyük mağaza ve zincir mağazalar ile bayi işletme ve özel yetkili işletmelerce satışa sunulmak üzere üretilen ya da tedarik edilen ürünler nedeniyle, üretici veya tedarikçiden mağaza açılışı ve tadilatı, ciro açığı, banka ve kredi kartı katılım bedeli gibi adlar altında ürün talebini doğrudan etkilemeyen bir prim veya bedel talep edilemeyecektir.
- Üretim tarihinden itibaren otuz gün içinde bozulabilen hızlı tüketim mallarına ilişkin ödemelerin süresi, alacaklı üretici veya tedarikçinin küçük işletme; borçlu-

nun ise büyük ölçekli işletme olduğu hâllerde teslim tarihinden itibaren otuz günü geçemeyecektir.

- Mağaza markalı ürünler üzerinde ve ambalajında perakendecinin ad, unvan veya markasının yanı sıra üreticinin tanıtımını öngören ad, unvan ve marka bilgileri de yazılacaktır.
- İndirimli veya promosyonlu satış kampanyaları düzenlenebilecek ancak kampanyanın süresi; iş yeri açılışı, devri, kapanışı, adres ve faaliyet konusu değişikliğinde üç ayı; iş yerinin tasfiyesi hâlinde ise altı ayı geçemeyecektir.
- Sürekli indirimli satış yapan perakende işletmelerin ön cephesinde, kolaylıkla görülebilir ve okunabilir şekilde bu satış türünü gösterir ya da çağrıştırır ibarelere yer verilmek kaydıyla; seri sonu, sezon sonu, ihraç fazlası, kusurlu ve benzeri mallar fabrika çıkış fiyatı üzerinden yıl boyu satılabilecektir.[41]
- Alışveriş merkezlerinde satış alanının en az binde beşine tekabül eden alanın, sosyo-kültürel etkinliklerin düzenlenmesi amacıyla ayrılması zorunluluğu getirilmiştir.
- AVM'lerde acil tıbbi müdahale ünitesi, ibadet yeri, bebek bakım odası, çocuk oyun alanı gibi ortak kullanım alanları yapılacaktır.
- Ortak kullanım alanları engelliler ile yaşlı ve çocukların ihtiyaçları dikkate alınarak oluşturulacaktır.
- AVM'lerde esnaf ve sanatkârlara rayiç bedel üzerinden kiraya verilmek üzere, toplam satış alanının en az yüzde beşi oranında yer tahsisi yapılacaktır.
- AVM'lerde; geleneksel, kültürel veya kaybolmaya yüz tutmuş meslekleri icra edenlere kiraya verilmek üzere, toplam satış alanının en az binde üçü oranında yer ayrılacak ve bu yerin kira bedeli, rayiç bedelin dörtte birinden fazla olamayacaktır.
- Hızlı tüketim mallarının (gıda, temizlik, kozmetik) satıldığı büyük mağazalar ve zincir mağazalar ile bayi işletme ve özel yetkili işletmelerde satış alanının en az yüzde birine tekabül edecek şekilde, o yerde üretilen yöresel ürünlerin satışı için raf alanı ayrılacaktır.
- Perakende işletmelerin, bir kısmının veya tamamının çalışma saatleri, meslek kuruluşlarının (Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği ve Ticaret ve/veya Sanayi Odası) müşterek teklifi üzerine, yetkili belediye/il özel idaresinin görüşü alınmak suretiyle vali tarafından belirlenebilecektir. Esnaf ve sanatkâr işletmelerinin çalışma saatlerinin belirlenmesinde, meslek kuruluşlarınca ilgili esnaf ve sanatkar odasının görüşü alınacaktır.[42]

---

[41] 06.08.2016 tarihli ve29793 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmelik ile mağaza markalı ürün, kampanyalı satış ve sürekli indirimli satış gibi konular düzenlenmiştir.

[42] 06.08.2016 tarihli ve29793 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Perakende Ticarette Uygulanacak İlke ve Kurallar Hakkında Yönetmelik ile çalışma saatleri düzenlenmiştir.

- TESK ve TOBB'un müşterek teklifi ile Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından faaliyet kollarına göre perakende işletmelerin çalışma saatleri bölge veya ülke düzeyinde belirlenebilecektir.
- Esnaf ve sanatkârlar tarafından Kanun'da öngörülen şartlar çerçevesinde tedarik ve dağıtım kooperatifleri kurulabilecektir.
- Bakanlığa, perakende sektörünün sorun ve ihtiyaçlarının belirlenerek bunlar için çözüm üretilmesi amacıyla yılda en az bir defa toplanmak üzere Perakendeciler Konseyi oluşturma yetkisi verilmektedir.
- Bakanlar Kurulu; Bakanlığın, TESK ve TOBB'un görüşlerini de alarak oluşturacağı teklifi üzerine, faaliyet konusu ve kollarına göre perakende işletmelerin açılış ve faaliyete geçişinde, işletme sayısı ve bunların birbirlerine yakınlığı, ulaşım imkânları, işletmelerin çevreye, altyapıya ve trafiğe getireceği yükler ile can ve mal güvenliği riski gibi ekonomik, sosyal, demografik ve çevresel faktörler açısından gözetilecek kriterleri belirlemeye yetkili kılınmıştır.

Diğer taraftan esnaf ve sanatkârların oda ve sicil kayıtları sırasında sorun olan, 5362 sayılı Kanun'a tabi odaların üye kaybetmesine ve dolayısıyla haksızlığa yol açan, teşkilat yöneticilerini zor durumda bırakan *ustalık belgesi* sorunu ile *hafta tatili ruhsat harçlarına* ilişkin sorunlar bu Kanun'la ortadan kaldırılmıştır.

Buna göre;

- Ustalık belgesi o mesleği bizzat icra edenlerden istenilecek, iş yeri açılırken sicil ve odaya kayıt sırasında ustalık belgesi veya muadili belgeler istenilmeyecektir.
- Hafta Tatili Hakkında Kanun hükümleri, esnaf ve sanatkârları da içine alan perakende işletmeler için uygulanmayacak, dolayısıyla esnaf ve sanatkârlar hafta tatili ruhsatı ve harçları ile ilgili yükümlülüklerden kurtulacaklardır.

10.4.4. 3308 Sayılı Mesleki Eğitim Kanunu

İş yerinde meslek eğitimi ile ilgili ilk düzenleme 1938 yılında yapılmış ve çıkarılan 3457 sayılı Kanun ile ortalama yüzden fazla işçi çalıştıran işletmelere iş yerlerinde meslek kursları açmaları zorunlu kılınmıştır. Diğer yandan esnaf ve sanatkâr kesimi geleneksel yöntemle çırak yetiştirmeye devam etmiştir.

1977'de çıkarılan 2089 sayılı Çırak, Kalfa ve Ustalık Kanunu'nda yalnızca çıraklık eğitimine ilişkin düzenlemelere yer verilmiştir. Daha sonra 1986 yılında çıkarılan 3308 sayılı Çıraklık ve Meslek Eğitimi Kanunu ile hem 2089 sayılı Kanun uygulamasındaki eksikler giderilmeye çalışılmış, hem de örgün meslek eğitimi ve çıraklık eğitimi ilk defa bu Kanun'da birlikte yer almıştır.

3308 sayılı Kanun, ülkemiz mesleki eğitim sisteminde reform niteliğinde değişiklikler gerçekleştirmiştir. Ancak tüm dünyada yaşanan hızlı değişim ve gelişimin sonucunda Kanun'da değişiklikler yapmak zorunlu hâle gelmiştir. Kanun'u değiştirmek amacıyla Millî Eğitim Bakanlığınca 1994 yılından bu yana birçok çalışma yürütülmüştür. Özellikle zorunlu eğitimin 8 yıla çıkarıldığı 1997 yılından sonra yoğunlaşan çalışmalar sonucunda, 3308

sayılı Kanun'u ve ilgili bazı diğer kanunları değiştiren bir tasarı hazırlanmış ve 29.06.2001 tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisinde görüşülerek kabul edilmiştir.

10/07/2001 tarihinde 24458 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan **4702 sayılı Yükseköğretim Kanunu, Çıraklık ve Meslek Eğitimi Kanunu, İlköğretim ve Eğitim Kanunu, Millî Eğitim Temel Kanunu, Millî Eğitim Bakanlığının Teşkilât ve Görevleri Hakkında Kanun ile 24.03.1988 tarihli ve 3418 sayılı Kanunda Değişiklik Yapılması ve Bazı Kâğıt ve İşlemlerden Eğitime Katkı Payı Alınması Hakkında Kanun ile Millî Eğitim Bakanlığının Teşkilât ve Görevleri Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun** ile, ülkemizin mesleki eğitim sisteminde yaşanan sorunların çözülmesi ve Avrupa Birliği'ne geçiş sürecinde ülkemiz insan gücünün daha nitelikli hâle getirilmesi hedeflenmiştir.

Kanun'da yapılan değişiklikler ile 3308 sayılı Yasa'nın uygulanmasında oluşan tereddütleri gidermek ve mesleki ve teknik eğitimde sistem bütünlüğü sağlamak üzere;

- Çıraklık ve Mesleki Eğitim Kanunu-Mesleki Eğitim Kanunu
- İşçi-Personel
- 50 ve daha fazla işçi-20 ve daha fazla personel
- Çıraklık Eğitimi Merkezi-Mesleki Eğitim Merkezi
- Çıraklık ve Mesleki Eğitim Kurulu-Mesleki Eğitim Kurulu
- İl Çıraklık ve Mesleki Eğitim Kurulu-İl Mesleki Eğitim Kurulu olarak

değiştirilmiştir.

Kanunla birlikte ortaöğretim, mesleki ve teknik eğitim ağırlıklı olarak yeniden yapılandırılmıştır. Örgün ve yaygın mesleki ve teknik eğitim programlarının bir arada uygulanacağı, sertifika, belge ve diploma veren "mesleki ve teknik eğitim merkezleri" adıyla yeni eğitim kurumları kurulmaya başlanmıştır. Örgün, yaygın ve çıraklık eğitimi arasında yatay ve dikey geçişler ve denklik sağlanmıştır.

Mesleki ve teknik ortaöğretim ve yükseköğretim programlarının bütünlüğü ve devamlılığı esasına dayalı olmak üzere, mesleki ve teknik ortaöğretimi bitiren öğrenciler, istedikleri takdirde bitirdikleri programın devamı niteliğinde veya en yakın programların uygulandığı meslek yüksekokullarına sınavsız olarak devam edebilmektedirler. Meslek yüksekokuluna devam ederek mezun olan öğrencilerin yüzde 10'undan az olmamak üzere ayrılacak kontenjanlara göre alanlarındaki lisans programlarına dikey geçiş yapmaları sağlanmıştır. Genel lise mezunu olup meslek lisesi telafi eğitimi görerek meslek lisesi diploması alanlar, meslek lisesi mezunları gibi, alanlarındaki yükseköğretim programlarına sınavsız geçiş yapabilmektedirler.

Vakıflar; kazanç amacına yönelik olmamak koşuluyla, bir üniversite veya ileri teknoloji enstitüsüne bağlı olmaksızın, ekonominin ihtiyaç duyduğu alanlarda yüksek nitelikli iş gücü yetiştirmek amacıyla meslek yüksekokulu kurabilmektedirler.

Bu Yasa ile getirilen vakıfların kâr amaçlı olmamak üzere meslek yüksekokulu açabilmeleri hükmü, mesleki eğitim açısından olumlu bir gelişmedir. Meslek lisesi mezunları,

çalışma zorunluluğu olmadan doğrudan ustalık sınavlarına girebilmektedirler. Mesleki ve teknik ortaöğretim kurumu veya mesleki ve teknik eğitim merkezinden diploma alarak mezun olanlar, alanlarında Bakanlığa bağlı iki yıllık bir yaygın eğitim kurumunu bitirmeleri ve durumlarını belgelendirmeleri hâlinde doğrudan ustalık belgesi alabilmekte ve iş yeri açabilmektedirler. Teknik lise mezunları ile dört yıllık diğer mesleki ve teknik eğitim okul ve kurumlarından mezun olanlara, ustalık belgesinin yetki ve sorumluluklarını taşıyan, mesleklerinde "İş Yeri Açma Belgesi" verilmektedir.

Kanun'un yayım tarihinden önce ustalık belgesi sahibi olmadığı hâlde iş yeri açmış olanlara, verilecek telafi eğitimi sonunda başarılı olmaları hâlinde 5 yıl içinde ustalık belgesi verilmiştir. 4702 sayılı Kanun'un yürürlüğe girdiği 10 Temmuz 2001 tarihinden önce, çıraklık eğitimi uygulama kapsamında bulunan bir meslek dalında Kanun'a aykırı olarak ustalık belgesi olmadan iş yeri açanlara, belgeye ulaşmaları için bir hak tanınmıştır.

Hükümet, işçi, işveren ve diğer sosyal tarafların temsil edildiği, merkezde "Mesleki Eğitim Kurulu", illerde "İl Mesleki Eğitim Kurulu" oluşturulmuştur. Bakanlıktaki Mesleki Eğitim Kurulunda, mevcut üyelere ilave olarak İçişleri Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı, Kültür ve Turizm Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı, Sağlık Bakanlığı Müsteşar Yardımcısı, Bankalar Birliği Başkanı veya üst düzey temsilcisi, Türkiye Serbest Muhasebeciler, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (TURMOB) Başkanı veya üst düzey temsilcisi; İl Mesleki Eğitim Kurulunda ise Belediye Başkanı veya temsilcisi, Defterdar veya temsilcisi, İl Sağlık Müdürü veya temsilcisi, mesleki ve teknik eğitim yapan okul ve kurum yöneticileri, SGK Sigorta Müdürü veya temsilcisi de görev yapmaktadır.

Kanun ile on veya daha fazla öğrenciye beceri eğitimi yaptıran işletmeler, eğitim birimi kurabilmektedir. Buna göre; 200 personeli olan bir iş yeri, bu personelinin %5'i oranında 10 öğrenciye beceri eğitimi yaptıracağından, bu iş yerinin eğitim birimi kurması gerekmektedir. Beceri eğitimi yaptıracak işletmelerde öğrenci sayısının tespitine esas olarak kullanılan "50 ve daha fazla işçi" terimi "20 ve daha fazla personel" olarak değiştirilmiştir.

Bu Kanun kapsamına alınan iş yerlerinde üretimde kaliteyi artırmak ve mesleki eğitimi özendirmek için alanında mesleki eğitim almış olanlar istihdam edilmektedir. 19 yaşından gün almış olanlar da yaşlarına ve eğitim seviyelerine göre çıraklık eğitimine alınabilmektedirler. Daha önce 3-4 yıl olan çıraklık eğitim süresi, ilgili kurum ve kuruluşların görüşleri alınarak 2-4 yıl olarak belirlenmiştir. Lise ve daha üst düzeyde genel eğitimden sonra çıraklık eğitimine başlayanların çıraklık eğitimi süresi, mesleklerin çıraklık eğitimi süresinin yarısına kadar kısaltılmıştır.

İşletmelerde yapılan mesleki eğitimin denetimine bu eğitimden sorumlu işletmelerin bağlı olduğu oda veya birlik temsilcilerinin de katılımı sağlanmıştır. Bakanlık denetim mekanizması içine meslek kuruluşlarını da alarak daha katılımcı bir sistem oluşturulmuştur.

NOT: Kamuoyunda kısaca, "Torba Kanun" olarak bilinen 6111 sayılı Kanun, 25 Şubat 2011 tarih ve 27857 (Mükerrer) sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmıştır. Torba Kanun bazı alacakların yeniden yapılandırılması ile ilgili olarak getirdiği düzenlemelerin yanı sıra, başta 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu ve 4447 sayılı İşsizlik Sigortası Kanunu olmak üzere

bazı kanunlarda yapılan değişikliklerle eğitim ve istihdama ilişkin de yeni uygulamalar getirilmiştir. 3308 sayılı Kanun'da yer alan değişiklikler aşağıda verilmiştir;

- *Yükseköğretim kurumları öğrencilerinin 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'nun kapsamına alınması*

  6111 sayılı Torba Kanun'un 24.maddesi ile 5510 sayılı Kanun'un 5. maddesinin birinci fıkrasının (b) ve (e) bentleri aşağıdaki şekilde değiştirilmiş ve (g) bendine, "5.6.1986 tarihli ve 3308 sayılı Meslekî Eğitim Kanunu'nda belirtilen aday çırak, çırak ve işletmelerde mesleki eğitim gören öğrenciler hakkında iş kazası ve meslek hastalığı ile hastalık sigortası; meslek liselerinde okumakta iken veya yükseköğrenimleri sırasında staja tabi tutulan öğrenciler ile 2547 sayılı Yükseköğretim Kanunu'nun 46. maddesine tabi olarak kısmi zamanlı çalıştırılan öğrencilerden aylık prime esas kazanç tutarı; 82. maddeye göre belirlenen günlük prime esas kazanç alt sınırının otuz katından fazla olmayanlar hakkında ise iş kazası ve meslek hastalığı sigortası uygulanır. Bu bentte sayılanlar, 4. maddenin birinci fıkrasının (a) bendi kapsamında sigortalı sayılırlar ve bunlardan bakmakla yükümlü olunan kişi durumunda olmayanlar hakkında ayrıca genel sağlık sigortası hükümleri uygulanır." hükmü eklenmiştir.

  Kanun'un 61.maddesinde, "5.6.1986 tarihli ve 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'nun 3. maddesinin (j) bendine "orta öğretim kurumları" ibaresinden sonra gelmek üzere "ve mesleki ve teknik eğitim yapan yükseköğretim kurumları" ibaresi eklenmiştir.

  Kanun'un 64.maddesine ise, "3308 sayılı Kanun'un 25. maddesinin birinci fıkrasının son cümlesi değiştirilmiş, dördüncü fıkrasına "Bakanlık" ibaresinden sonra gelmek üzere "ve mesleki ve teknik eğitim yapan yükseköğretim kurumlarının bağlı olduğu üniversitelerin" ibaresi eklenmiştir. Ancak, işletmelerde meslek eğitimi gören örgün eğitim öğrencilerine, asgari ücretin net tutarının yirmi ve üzerinde personel çalıştıran iş yerlerinde yüzde 30'undan, yirmiden az personel çalıştıran iş yerlerinde yüzde 15'inden, aday çırak ve çırağa yaşına uygun asgari ücretin yüzde 30'undan aşağı ücret ödenemez." hükümleri getirilmiştir.

  6111 sayılı Torba Kanun'un 24., 61. ve 64. maddeleri ile 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'nun 3. ve 25. maddelerinde yapılan değişikliklerle "mesleki ve teknik eğitim yapan yükseköğretim kurumları" da 3308 sayılı Kanun'un kapsamı içine alınmıştır. Böylece YÖK'e bağlı olarak ön lisans ve lisans düzeyinde eğitim veren yükseköğretim kurumları öğrencilerinin de 3308 sayılı Kanun'un verdiği haklardan (staj, sosyal güvenlik ve ücret gibi) yararlanmaları sağlanmıştır.

- *Türkiye İş Kurumu tarafından düzenlenen meslek edindirme, geliştirme ve değiştirme eğitimine katılan kursiyerlerin durumu*

  6111 sayılı Kanun'un 24.maddesinin (e) bendinde, "Türkiye İş Kurumu tarafından düzenlenen meslek edindirme, geliştirme ve değiştirme eğitimine katılan kursiyerler, 4. maddenin birinci fıkrasının (a) bendi kapsamında sigortalı sayılırlar ve bunlar hakkında iş kazası ve meslek hastalığı sigortası ile bunlardan bakmakla yü-

kümlü olunan kişi durumunda olmayanlar hakkında ayrıca genel sağlık sigortası hükümleri uygulanır." hükmü getirilerek, kursiyerler de sosyal güvenlik kapsamına alınmıştır.

- *On ve daha fazla personel çalıştıran işletmelerin beceri eğitimi yaptırma zorunluluğu*

  6111 sayılı Torba Kanun'un 62. maddesi ile 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'nun 18. maddesinde yapılan değişiklikle daha önce 25 olan personel sayısı 10'a indirilerek, 10 ve daha fazla personel çalıştıran işletmelere beceri eğitimi yaptırma zorunluluğu getirilmektedir. Böylece beceri eğitimi ve staj yaptırılacak işletme sayısı artmakta, mesleki eğitim alan öğrencilerin mesleklerine ilişkin pratik eğitimlerinin (becerilerinin) gelişmesi için uygun ortam yaratılmaktadır.

- *Beceri Eğitimi Yaptırmayan İşletmelerin Mali Yükümlülüğü*

  6111 sayılı Torba Kanun'un 63. maddesi ile 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'nun 24. maddesinde yapılan değişiklikle; 3308 sayılı Kanun'un 18. maddesi hükmü gereğince, Millî Eğitim Bakanlığınca işletmelerde mesleki eğitim kapsamına alınan ancak beceri eğitimi yaptırmayan işletmelerden;

  - 10 ve daha fazla personel çalıştıran işletmeler, beceri eğitimi yaptırması gereken her öğrenci için eğitim süresince her ay on sekiz yaşını bitirenlere ödenen asgari ücretin 1/3'ü nispetinde,
  - 20 ve daha fazla personel çalıştıran işletmeler ise 2/3'ü nispetinde, Saymanlık hesabına para yatırmakla yükümlü tutulmuşlardır.

Böylece, beceri eğitimi kapsamına alınan 20'nin altında personel çalıştıran işletmeler için 1/3 oranı konularak, beceri eğitimi yaptırmaması hâlinde daha az parasal yükümlülükle karşılaşması sağlanmıştır.

- *Beceri Eğitimine Gelen Öğrencilere Ödenecek Ücretler*

  6111 sayılı Torba Kanun'un 64. maddesi ile 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu'nun 25. maddesinde yapılan değişiklikle;

  - İşletmelerde meslek eğitimi gören örgün eğitim öğrencilerine, 20 ve üzerinde personel çalıştıran iş yerlerinde asgari ücretin net tutarının %30'undan, 20'den az personel çalıştıran iş yerlerinde asgari ücretin net tutarının %15'inden,
  - Aday çırak ve çırağa yaşına uygun asgari ücretin %30'undan aşağı ücret ödenmesi engellenmiştir.

Böylece, yine 20 ve altında personel çalıştıran işletmelere bir kolaylık getirilerek beceri eğitimi yaptırdıkları öğrencilere ödeyecekleri ücretler düşük tutulmuştur. Çıraklık eğitimine devam eden aday çırak ve çıraklara verilen ücretlerle ilgili bir değişiklik yapılmamıştır.

10.4.5. 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun

RKHK'nin 1. maddesinde, Kanun'un çıkarılma amacı şu şekilde ifade edilmiştir: "Kanun'un amacı, mal ve hizmet piyasalarındaki rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı

anlaşma, karar ve uygulamaları ve piyasaya hâkim olan teşebbüslerin bu hâkimiyetlerini kötüye kullanmalarını önlemek, bunun için gerekli düzenleme ve denetlemeleri yaparak rekabetin korunmasını sağlamaktır". Görüldüğü gibi 4054 sayılı Kanun, Türkiye'de piyasalarda tam ve serbest rekabet düzeninin oluşturulması ve buna engel olan tüm davranışları ortadan kaldırmayı amaçlamaktadır. Bu Kanun ile söz konusu amaçlara uygun olarak düzenleme ve denetleme yapmak üzere bir "Rekabet Kurumu" oluşturulmuştur (RKHK.m.20).

Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un kapsamı, 3. maddede gösterilmiştir. Buna göre, aşağıda sayılan hukuki işlem ve davranışlar, Kanun uygulamasında hukuka aykırı kabul edilerek yasak kapsamına alınmıştır:

- Türkiye Cumhuriyeti sınırları içerisinde mal ve hizmet piyasalarında faaliyet gösteren ya da bu piyasaları etkileyen her türlü teşebbüsün aralarında yaptığı rekabeti engelleyici, bozucu ve kısıtlayıcı anlaşma, uygulama ve kararlar;
- Piyasaya hâkim olan teşebbüslerin bu hâkimiyetlerini kötüye kullanmaları;
- Rekabeti önemli ölçüde azaltacak birleşme ve devralma niteliğindeki her türlü hukuki işlem ve davranışlar.

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun, ülkemizde yıllardır ihtiyacı duyulan **"serbest rekabet düzeninin"** oluşturulması ve korunması yönünde büyük bir boşluğu doldurabilecek niteliktedir.

Ancak ilgili Kanun hükümlerince esnaf ve sanatkârların sorumluluklarının irdelenmesi önem taşımaktadır. Rekabet Kurumunun kuruluşundan bu yana yaptığı uygulamalara bakıldığında, küçük esnaf ya da tacir olarak değerlendirilebilecek kimi fırıncı, sarraf, sürücü kursu gibi teşebbüsler ile onların bağlı oldukları oda/dernek, birlik, federasyon gibi teşebbüs birliklerinin rekabeti kısıtlayıcı, bozucu ve engelleyici eylem ve işlemleri, 4054 sayılı Kanun çerçevesinde inceleme, araştırma ve soruşturmaya konu olmuştur.

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesine göre birbirleri ile rekabet eden esnafın birlikte fiyat belirlemesi, pazarları ve/veya müşterileri paylaşması, rakip esnafı pazarın dışına çıkarmak için ortaklaşa eylemlerde bulunması yasaktır. Aynı şekilde esnafın üye olduğu oda, dernek, birlik vb. teşebbüs birliklerinin, yasalardan kaynaklanan azami fiyat tarifesi belirleme yetkileri dışında, bu yetkilerini aşarak üyelerine belirli bir fiyatı dikte etmeleri, üyeleri arasında pazar ve müşteri paylaştırmaları, pazara girişi engelleyici nitelikte karar ve uygulamalar içinde bulunmaları yasaklanmaktadır.

Esnaf ve sanatkârlar açısından konu değerlendirildiğinde:

- İşletmelerin bir araya gelmek suretiyle ürün satış fiyatını belirlemesi,
- Bağlı olunan oda, dernek, birlik veya federasyonların hazırladığı veya onayladığı azami satış fiyatını gösteren tarifelerin sabit ya da asgari satış fiyatına dönüştürülmesi,
- Belirlenen fiyatlara üyelerin uymaları konusunda karar alınması, üyelerin bu fiyatlara uymaları için zorlanması veya üyelere bu fiyatlara uymadıkları gerekçesiyle yaptırım uygulanması,

- Bölge ve müşteri paylaşımı yapılarak satış noktalarının belirli firmalar arasında paylaşılması, bu sebeple esnaf veya tacirlerin istedikleri yerden ürün temin edememeleri,
- Birlikte belirlenen fiyatlara veya bölge paylaşımına uyulup uyulmadığının denetlenmesi için bazı kişilerin görevlendirilmesi,
- İşletmelerin, aralarında anlaşmak suretiyle indirim oranlarını ve mal verdikleri esnafın kar mârjını sabitlemesi,
- İşletmelerin, mal verdikleri satıcıların, tarifelerle belirlenen fiyatların altında satış yapmalarına engel olmaları,
- Bütün bu konularda varılan anlaşmaların uygulanması için havuz oluşturulması, senet imzalanması, yazılı veya sözlü taahhütte bulunulması,
- "Oda kararı" veya "birlik kararı" denilerek ortak menfaat adı altında rekabete aykırı uygulamalara devam edildiği ve benzeri rekabet sorunlarının ortaya çıktığı görülmektedir.

4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi ile yukarıda yer verilen uygulamalar yasaklanmış olup idari para cezası yaptırımına tabi kılınmıştır. 4054 sayılı Kanun'un 16. maddesine göre, ihlalde bulunan teşebbüslere, teşebbüs birliklerine veya birlik üyesi teşebbüslere bir önceki yıl cirolarının %10'una kadar ve ihlalde belirleyici rolü olan teşebbüs veya teşebbüs birliği yönetici ve çalışanlarına ise bu cezanın %5'ine kadar idari para cezası uygulanabilir. İhlalde bulunan işletmelerin ticari unvanlarının Kurul kararlarında açıkça yer alması ve kamuoyuna ilan edilmesi, verilen maddi para cezası haricinde itibar kaybı anlamına da gelmektedir.

Kanuna aykırı uygulamalar esnaf ve sanatkârlara mal veya hizmet satan teşebbüsler tarafından yapıldığında, alıcı konumundaki esnaf bu kez rekabet ihlallerinin mağduru olmaktadır. Bir başka ifadeyle, genelde tüm esnaf ve sanatkârlar, kendilerine mal ve hizmet tedarik eden teşebbüslerin ve/veya bunların bağlı oldukları teşebbüs birliklerinin 4054 sayılı Kanun kapsamında ihlal olarak değerlendirilebilecek eylem, işlem ve uygulamalarından olumsuz yönde etkilenebilirler. Bu bağlamda sadece yukarıda yer verilen 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında yer alan uygulamalar değil, aynı zamanda adı geçen Kanun'un "hâkim durumun kötüye kullanılmasını" düzenleyen 6. maddesi çerçevesindeki eylemlere de işaret etmek gerekir.

Belli bir piyasa ya da bölgedeki sağlayıcılar (üretici, dağıtıcı veya toptancılar):

- Aşırı fiyat uygulayarak tüketiciyi sömürme,
- Yıkıcı fiyat yoluyla rakiplerin pazara girmesini engelleme,
- Fiyat listelerinin sabit fiyat uygulamasına dönüştürülmesi,
- Mal vermeyi reddetme,
- Ürünleri birbirine bağlayarak satma ve alıcıyı satın almaya zorlama,
- Sadece kendisinden mal tedarik etmeye zorlama,

- Eşit durumdaki alıcılar arasında ayrımcılık yapma,
- Birlikte hareket ederek bazı işletmeleri piyasa dışına çıkarma gibi davranışlar içine girebilirler.

Bu durumda esnaf ve sanatkârların gerek 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi ve gerekse aynı Kanun'un 6. maddesi kapsamında olduğunu düşündükleri ve muhatap oldukları eylem ve uygulamaları doğrudan veya bağlı oldukları oda vasıtasıyla Rekabet Kurumuna iletmeleri, bu türden ihlallerle mücadele etme bakımından önem arz etmektedir.

10.4.6. İş Yeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik

İş Yeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik 10.08.2005 tarih ve 25902 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Yönetmelik; 24.4.1930 tarihli ve 1593 sayılı Umumi Hıfzıssıhha Kanunu, 4.7.1934 tarihli ve 2559 sayılı Polis Vazife ve Salahiyet Kanunu, 14.6.1989 tarihli ve 3572 sayılı İş Yeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulüne Dair Kanun, 12.4.2000 tarihli ve 4562 sayılı Organize Sanayi Bölgeleri Kanunu, 10.7.2004 tarihli ve 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu, 22.2.2005 tarihli ve 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu, 3.7.2005 tarihli ve 5393 sayılı Belediye Kanunu'na dayanılarak hazırlanmıştır.

Yönetmelik'in amacı, iş yeri açma ve çalışma ruhsatlarının verilmesinde uygulanacak esas ve usulleri düzenlemektir. Ayrıca Yönetmelik kapsamında, sıhhi ve gayrisıhhi iş yerleri ile umuma açık istirahat ve eğlence yerlerinin ruhsatlandırılması ve denetlenmesine dair iş ve işlemler de hükme bağlanmıştır.

İş Yeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik'in 5. maddesine göre iş yeri açma ve çalışma ruhsatı verilen iş yerleri aşağıda belirtilen şartları taşımak zorundadır:

- İş sağlığı ve güvenliği ile ilgili olarak mevzuatta öngörülen tedbirlerin alınmış olması,
- *634 sayılı Kat Mülkiyeti Kanunu* kapsamına giren gayrimenkullerin, tapu kütüğünde mesken olarak gösterilen bağımsız bölümlerinde sinema, tiyatro, kahvehane, gazino, pavyon, bar, kulüp, dans salonu ve benzeri eğlence ve toplantı yerleri; fırın, lokanta, pastane, süthane gibi gıda ve beslenme yerleri; imalathane, boyahane, basımevi, dükkân, galeri ve çarşı gibi iş yerlerinin açılması hususunda kat maliklerinin oy birliği ile karar alması,
- Tapuda iş yeri olarak görünen yerlerde, umuma açık istirahat ve eğlence yeri açılması durumunda yönetim planında aksine bir hüküm yoksa kat maliklerinin oy çokluğu ile aldığı kararın bulunması,
- Özel yapı şeklini gerektiren sinema, tiyatro, düğün salonu, otel, hamam, sauna; ekmek fırını ile akaryakıt, sıvılaştırılmış petrol gazı, sıvılaştırılmış doğal gaz ve sıkıştırılmış doğal gaz istasyonu için yapı kullanma izin belgesinin alınmış olması,
- Umuma açık istirahat ve eğlence yerlerinde genel asayiş ve güvenlik yönünden yetkili kolluk kuvvetinin görüşünün alınmış olması,

- Umuma açık istirahat ve eğlence yerlerinin, patlayıcı, parlayıcı, yanıcı ve benzeri tehlikeli maddeler üretilen, satılan, kullanılan, depolanan yerler ile gaz dolum tesislerine mevzuatın öngördüğü uzaklıkta bulunması,
- Karayolu kenarındaki iş yerleri için karayolu trafik güvenliğinin sağlanmış olması,
- Umuma açık istirahat ve eğlence yerleri; patlayıcı, parlayıcı ve yanıcı maddelerin üretildiği, satıldığı ve depolandığı işyerleri; 30 kişiden fazla çalışanın bulunduğu her türlü iş yeri; ana giriş kapıları dışında cadde ve sokağa doğrudan bağlantısı olmayan ve birden fazla iş yerinin bir arada bulunduğu iş hanı, çarşı ve benzeri iş yerlerinde yangına karşı gerekli önlemlerinin alındığını gösteren itfaiye raporunun alınması, diğer iş yerlerinde ise yangına karşı gerekli tedbirlerin alınmış olması,
- Umuma açık istirahat ve eğlence yerlerinden meyhane, bar, kahvehane, kıraathane, elektronik oyun merkezi ile açıkta alkollü içki satılan iş yerlerinin okul, yurt, mabet bina ve tesislerine mevzuatın öngördüğü uzaklıkta bulunması,
- Sınai, tıbbi ve radyoaktif atık üreten iş yerlerinde bu atıkların toplanması, taşınması, depolanması, işlenmesi ve bertarafı konusunda gerekli tedbirlerin ve izinlerin alınmış olması,
- Engellilerin iş yerine giriş ve çıkışları için gereken kolaylaştırıcı tedbirlerin alınmış olması,
- Yabancı uyrukluların iş yeri açması ve çalıştırması konusunda, yabancılarla ilgili mevzuat hükümlerine uyulması.
- Büyükşehir belediyesi ile nüfusu 100.000'i geçen belediye sınırları içinde açılacak ekmek fırınlarının bu amaca tahsisli ayrık nizamda, müstakil binalarda açılmış olması (Ancak, alışveriş merkezleri içinde bulunan 1000 m^2 ve üstü alana sahip hipermarket, süpermarket, grosmarket ve mega market gibi adlarla açılan iş yerleri bünyesinde yer alan fırınlarda ayrık nizamda müstakil bina şartı aranmaz.),
- Yanıcı ve parlayıcı madde kategorisindeki sıvıların depolanması amacıyla kullanılan tesis ve düzeneklerde, iş yeri açma ve çalışma ruhsatında kayıtlı hacimden fazla ve başka kategoriden sıvı depolanmaması, bu tesis ve düzeneklerde gerçekleştirilecek tadilatların ruhsata işlenmeden faaliyete geçirilmemesi.
- Turizm işletme belgeli tesisler, işletme belgesinin düzenlenmesine esas hususlarla ilgili olarak sadece Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından denetlenmektedir. Kültür ve turizm koruma ve gelişim bölgeleri ile turizm alan ve merkezlerinde "Çevresel Etki Değerlendirmesi (ÇED) olumlu" kararı veya "Çevresel Etki Değerlendirmesi gerekli değildir" kararı verilen ve 2634 sayılı Turizmi Teşvik Kanunu kapsamında yer alan yatırımlar için iş yeri açma ve çalışma ruhsatı, yetkili idareler tarafından başka bir işleme gerek kalmaksızın 15 gün içinde verilmektedir. Umuma açık istirahat ve eğlence yerleri için bu hususlar iş yeri açma ve çalışma ruhsatı verilmeden önce yerinde kontrol edilir.
- Fabrika, şantiye, nakliye filosu ve benzeri işletmelerin ticari amaç dışında kendi faaliyetlerinin gerekli kıldığı yanıcı ve parlayıcı madde kategorisindeki sıvıların depo-

lanması veya kendi araçlarına yakıt ikmali yapılması amacıyla kullanılan düzenekler, özel mevzuatındaki hükümler saklı kalmak kaydıyla, bu Yönetmelik ekindeki depolama hacimleri esas alınarak gayrisıhhi müessese olarak ruhsatlandırılır.

Yetkili idareler, iş yeri açma ve çalışma ruhsatının verilmesinden sonra yapacakları denetimlerde bu hususların yerine getirilip getirilmediğini kontrol etmektedirler.

İş yeri açma ve çalışma ruhsatlarına ilişkin Yönetmelik, iş yerlerini sınıflandırmaktadır. Bu sınıflandırmaya göre iş yerleri;

- Gayrisıhhi müesseseler,
- Sıhhi müesseseler
- Umuma açık istirahat ve eğlence yerleri olmak üzere üçe ayrılmıştır.

a) Gayrisıhhi Müessese: Gayrisıhhi müessese çevresine fiziksel, ruhsal, kimyasal, mikrobiyolojik ve toplumsal yönlerden az ya da çok zarar veren ya da verme olasılığı olan ve doğal kaynakları kirleten kuruluşlardır.

- *Birinci Sınıf Gayrisıhhi Müessese:* Meskenlerden mutlaka uzak bulundurulması gereken iş yerleridir. (Bu sınıfta yer alan iş yerlerinin ruhsatları Büyükşehir/İl Belediyesi tarafından verilmektedir.)
- *İkinci Sınıf Gayrisıhhi Müessese:* Meskenlerden mutlaka uzaklaştırılması gerekmemekle beraber izin verilmeden önce civarında ikamet edenlerin sıhhat ve istirahatleri üzerine gerek tesisatları ve gerekse vaziyetleri itibarıyla bir zarar vermeyeceğine kanaat oluşması için inceleme yapılması gereken iş yerleridir.
- *Üçüncü Sınıf Gayrisıhhi Müessese:* Meskenlerin yanında açılabilmekle beraber yalnız sıhhi nezarete tabi tutulması gereken iş yerleridir.

b) Sıhhi Müessese: Faaliyeti sırasında çevresinde bulunanlara biyolojik, kimyasal, fiziksel, ruhsal ve sosyal yönden az veya çok zarar veren veya vermesi muhtemel olan ya da doğal kaynakların kirlenmesine sebep olmayan müesseselerdir. Bu bakımdan, bu tür işletmelerin açılması, insanlardan ve insanların yaşadıkları yerlerden uzak olması şartına bağlı bulunmaz.

c) Umuma Açık İstirahat ve Eğlence Yeri: Kişilerin tek tek veya toplu olarak eğlenmesi, dinlenmesi veya konaklaması için açılan otel, motel, pansiyon, kamping ve benzeri konaklama yerleri; gazino, pavyon, meyhane, bar, birahane, içkili lokanta, taverna ve benzeri içkili yerler; sinema, kahvehane ve kıraathaneler; kumar ve kazanç kastı olmamak şartıyla adı ne olursa olsun bilgi ve maharet artırıcı veya zekâ geliştirici nitelikteki elektronik oyun alet ve makinelerinin, video ve televizyon oyunlarının içerisinde bulunduğu elektronik oyun yerleri; internet salonları, lunaparklar, sirkler ve benzeri yerler *Umuma Açık İstirahat ve Eğlence Yerini* ifade etmektedir.

Esnaf ve sanatkârların faaliyet gösterdiği iş yerleri niteliği ve büyüklüğü itibarıyla 1. sınıf gayrisıhhi iş yerleri dışında kalan iş yerleridir.

Bu üçlü sınıflandırmaya göre anılan Yönetmelik'te gıda sektöründe faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların tabi olduğu iş yerlerinden;

Ekmek Fırını, Pide Fırını, Gıda Üreten veya Paketleyen Yerler, Pasta, Börek, Tatlı, Yufka, Simit, Poğaça İmalathaneleri, Gıda Ürünleri Üreten veya Paketleyen Yerler **Gayrısıhhi Müesseseler** kapsamında değerlendirilmekte ve esnaf ve sanatkârların iş yeri açma ve çalışma ruhsatı alırken bu müesseselere özgü gereklilikleri yerine getirmeleri gerekmektedir.

Gayrısıhhi müessese açmak isteyen esnaf ve sanatkârların ilgili belediyeye yaptıkları başvuruların, öngörülen kriterlere uygun olarak doldurulduğunun tespiti hâlinde, başkaca bir işleme gerek kalmaksızın iş yeri açma ve çalışma ruhsatı 5 gün içinde düzenlenerek verilmektedir. Esnaf ve sanatkâr bu belgeye dayanarak iş yeri açabilmektedir. Ancak beyana göre tanzim edilen ruhsat, müktesep hak doğurmamaktadır.

İş yeri ruhsatları belediyenin ilgili ruhsat birimi tarafından 5 gün içinde düzenlenmekte; ruhsat için ayrıca, meclis veya encümen tarafından bir karar alınmamaktadır. Her türlü ruhsat başvurusunda, müracaat sahibine başvuruyu kabul eden görevlinin adı, soyadı ve unvanı ile başvurunun yapıldığı tarih ve saati gösteren alındı belgesi verilmektedir. Ayrıca, başvuru ve beyan formu ile ekli evrakın verilmesi sırasında başvuruyu kabul eden görevli tarafından yapılacak ön incelemede tespit edilen noksanlıklar, müracaat sahibine verilen alındı belgesinde gösterilmektedir. Ruhsatlandırmaya ilişkin süreler eksik belgelerin yetkili idareye verilmesi ile başlamaktadır.

Adresi ve işleticisi aynı olan ve birden fazla faaliyet konusu bulunan iş yerlerine, ana faaliyet dalı esas alınarak tek ruhsat düzenlenmektedir. Tali faaliyet konuları da ruhsatta ayrıca belirtilmektedir. Aynı adreste bulunsa bile ana faaliyet konusu veya işletmecisi farklı olan iş yerlerine ayrı ayrı ruhsat düzenlenmektedir. İş yerlerinin depo olarak kullanıldığı yerler ise iş yeri açma ve çalışma ruhsatında mutlaka gösterilmelidir.

İkinci ve üçüncü sınıf iş yeri açma ve çalışma ruhsatı verilen iş yerleri, belediye tarafından 1 ay içinde kontrol edilmektedir. Bu süre içinde kontrol edilmemesi hâlinde; ilgili, çalışma ruhsatı almış sayılmaktadır. Ruhsat verilmesini takiben yapılacak kontrol ve denetimlerde, belirtilen kriterlere aykırı beyan ve durumun tespiti hâlinde, iş yerine bir defaya mahsus olmak üzere 15 günlük süre verilmektedir. Verilen süre içinde noksanlık ve aykırılıklar giderilmediği takdirde verilmiş olan ruhsat, belediye tarafından iptal edilerek iş yeri kapatılmaktadır. Ayrıca belediye tarafından ilgililer hakkında yalan beyana ilişkin yasal işlem de yapılmaktadır.

2. ve 3. sınıf gayrısıhhi müesseselerde iş yeri açma ve çalışma ruhsatı müracaatı için gerekli olan belgeler;

- Başvuru formu
- Şahıs için kimlik fotokopisi
- Fotoğraf
- Vergi levhası
- Tapu sureti/fotokopisi
- Yapı kullanma izin belgesi
- İş yeri kira ise kira sözleşmesi (Aslı veya noter onaylı)

- Sorumlu müdür sözleşmesi-diploması
- İtfaiye raporu
- Emisyon iznine tabi ise belgesi
- ÇED Yönetmeliği kapsamındaki tesisler için ÇED olumlu veya ÇED gerek değildir belgesi
- Deşarj izni
- Gürültü kontrol iznine tabi ise belgesi
- Tehlikeli atıklar için lisansa tabi ise belgesi
- Esnaf sicil ve oda kaydı
- Esnaf /Ticaret Sicil Gazetesi fotokopisi
- Ustalık belgesi fotokopisi
- Karayolu trafik güvenliği gerektiren iş yeri ise gerekli izin belgesi
- Yarım kapaklı karton dosya
- Ruhsat harçlarının yatırıldığına dair makbuz olarak belirtilmiştir.

Büfe, Manav, Bakkal, Şarküteri, Kantin, Lokanta, Pastane, Pide Salonu, Kebap Salonu, Börek Salonu, Et ve Balık Ürünleri Satış Yerleri **Sıhhi Müesseseler** kapsamında değerlendirilmekte ve esnaf ve sanatkârların iş yeri açma ve çalışma ruhsatı alırken bu müesseselere özgü gereklilikleri yerine getirmeleri gerekmektedir.

Sıhhi müessese açmak isteyen esnaf ve sanatkârların başvuru formu eksiksiz olarak doldurulmuşsa, en geç başvuruyu izleyen iş günü içerisinde "iş yeri açma ve çalışma ruhsatı" verilmektedir. Ancak, ilgilinin beyanına göre düzenlenen ruhsat, müktesep hak doğurmamaktadır. Buna göre; iş yerinin bulunduğu yere göre (belediye ve mücavir alan sınırları içinde veya dışında) yetkili merci tarafından açma ve çalışma ruhsatı verilen iş yerlerinin, bu konuda yasal yetkili bulunan kamu kurum ve kuruluşlarına hemen bildirilerek ruhsat veriliş tarihini izleyen 1 ay içerisinde gerekli hükümler çerçevesinde kontrol ettirilmesi gerekmektedir. Bu süre içinde yapılan kontrol sonucu Yönetmelik'te öngörülen esaslara aykırı olmadığı saptanan iş yerine verilen ruhsat kesinleşmektedir.

1 ay içerisinde yapılan ilk kontrol ve denetimde Yönetmelik'te öngörülen kriterlere aykırı beyan ve durumun saptanması hâlinde ise, iş yerinin mevzuata uygun hâle getirilmesi için ilgiliye bir defaya mahsus olmak üzere 7 gün süre verilmektedir. Buna rağmen aykırılığın giderilmediğinin anlaşılması hâlinde, ruhsat iptal edilerek iş yeri kapatılmakta ve ilgililer hakkında ayrıca yasal işlem yapılmaktadır.

Sıhhi müesseselerde iş yeri açma ve çalışma ruhsatı müracaatı için gerekli belgeler;

- Belediyeden alınarak doldurulacak sıhhi iş yeri açma ve çalışma ruhsatı başvuru formu
- Şahıs için kimlik fotokopisi

- Belediyenin mali hizmetler müdürlüğünden alınacak çevre temizlik vergi kaydı
- İş yerinin bulunduğu vergi dairesinden alınacak maliye vergi levhasının fotokopisi
- Bulaşıcı hastalığı olmadığına dair sağlık raporu
- 1 adet fotoğraf
- İş yeri kira ise kira kontratı fotokopisi
- İlgili esnaf sicil ve oda kaydı
- Esnaf sicil gazetesi fotokopisi
- İş yerinin tapu fotokopisi veya yapı kullanma izin belgesi fotokopisi
- İtfaiye raporu ibraz edilmesi gereken iş yeri niteliğinde ise büyükşehir belediyesi/il itfaiye daire başkanlığından alınacak itfaiye raporu
- Hafta tatili izin belgesi[43] (hafta tatillerinde iş yerinin açılmasının istenilmesi hâlinde)

olarak belirtilmiştir.

Kahvehane, İçkili Lokanta, İçkili Kafe **Umuma Açık İstirahat ve Eğlence Yerleri** kapsamında değerlendirilmekte ve esnaf ve sanatkârların iş yeri açma ve çalışma ruhsatı alırken bu müesseselere özgü gereklilikleri yerine getirmeleri gerekmektedir.

Umuma açık istirahat ve eğlence yerinin açılması ve faaliyette bulunmasına belediye sınırları ve mücavir alan sınırları içinde belediye; bu alanlar dışında ise il özel idaresi tarafından izin verilmektedir. Açılacak iş yeri belediye ve mücavir alan sınırları içindeyse iş yerinin olduğu yerde bulunan belediyenin ruhsat birimine başvurulmaktadır. Açılacak iş yeri belediye sınırları ve mücavir alan sınırları dışında ise il özel idaresinin ruhsatla ilgili birimine başvurulmaktadır. Başvuru formu eksiksiz olarak doldurulmuşsa ve aşağıda istenilen belgeler verilmişse "iş yeri açma ve çalışma ruhsatı" verilmektedir.

- Belediyeden alınarak doldurulacak başvuru formu
- Şahıs için kimlik fotokopisi (şirketlerde yetkilinin kimlik fotokopisi)
- Belediyenin mali hizmetler müdürlüğünden alınacak çevre temizlik vergi kaydı
- İş yerinin bulunduğu vergi dairesinden alınacak maliye vergi levhasının fotokopisi
- 1 adet fotoğraf
- İş yeri kira ise kira kontratı fotokopisi
- Esnaf sicil ve oda kaydı
- Esnaf sicil gazetesi fotokopisi
- İş yerinin tapu fotokopisi veya yapı kullanma izin belgesi fotokopisi

[43] 6585 sayılı Perakende Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun ile Hafta Tatili Hakkında Kanun hükümleri perakende işletmeler hakkında uygulanmaz hükmü getirilmiştir.

- Büyükşehir belediyesi itfaiye daire başkanlığından itfaiye raporu
- İş yerinin mesafe krokisi
- Çalışanların nüfus cüzdan sureti
- Çalışanların ikametgâh ilmühaberi
- Çalışanların sağlık raporu
- Çalışanların adli sicil belgesi
- Devirlerde noterden yapılmış olan ruhsatın tarih ve sayısının yazılı olduğu devir sözleşmesi ve eski ruhsatın aslı
- Canlı müzik izin belgesi (iş yerinde canlı müzik icra edilmesi hâlinde)
- Hafta tatili izin belgesi (hafta tatillerinde iş yerinin açılmasının istenilmesi hâlinde)

Açılan iş yerinin türüne göre belediyelerce istenen genel belgelerin dışında ek belgeler de istenebilmektedir. Açılan iş yerinin gıda sektöründe faaliyet göstermesi hâlinde meslek grubuna göre istenilen ek belgeler şunlardır;

- **Su ürünleri (Balıkçılar**) satış yerlerinden, su ürünleri satış yerlerinde çalışabilir *Sağlık Raporu*,
- **Baharatçılardan (Aktar),** bitkisel droglara mahsus *Satış İzin Belgesi*
- **Damacana Su Satış Yerlerinden,** İl Sağlık Müdürlüğü veya Sağlık Bakanlığından *Su Analiz Raporu*, İl Sağlık Müdürlüğü *Çalışma Ruhsatı* ve *Bayilik Sözleşmesi*
- **Lokantalardan,** *Dejarş İzni*
- **Her Türlü Gıda ile İştigal Eden İşletmelerden;** *Hijyen Belgesi*

İş Yeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik'in **"İş yerlerinde aranacak genel şartlar"** başlıklı 5. maddesinin (m) bendi gereğince büyükşehir belediyesi ile nüfusu 100.000'i geçen belediye sınırları içinde açılacak ekmek fırınlarının bu amaca tahsisli ayrık nizamda (hiçbir yanından komşu binalar bitişik olmayan) müstakil binalarda açılmış olması şartı aranmaktaydı. Ancak, 26.11.2014 tarih ve 29187 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren İş Yeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik ile adı geçen Yönetmelik'in 5. maddesinin (m) bendi yeniden düzenlenerek madde bendinden **büyükşehir ve nüfusu 100.000'i geçen yerlerde** ibaresi kaldırılmıştır. Ekmek fırını açılacak yerlerde aranan **ayrık nizamda müstakil binalarda açılmış olması** (Ancak alışveriş merkezleri içinde bulunan 1000 m² ve üstü alana sahip hipermarket, süpermarket, grosmarket ve mega market gibi adlarla açılan iş yerleri bünyesinde yer alan fırınlarda ayrık nizamda müstakil bina şartı aranmaz.) şartı ülke genelinde açılacak olan tüm ekmek fırınlarında aranacaktır.

Yine adı geçen Yönetmelik'e eklenen geçici madde 3 ile; 26.11.2014 tarihinden önce yapı ruhsatı ve yapı kullanma izin belgesi özel yapı şeklinde uygun olarak düzenlenen ve bu hâli ile tapu kütüğüne tescil edilen yapılarda açılacak fırınlarda, ayrık nizamda müstakil

bina şartı aranmayacağı; iş yeri açma ve çalışma ruhsatı bulunan, ancak ayrık nizamda müstakil binada bulunmayan ekmek fırınlarının devredilemeyeceği hüküm altına alınmıştır.

10.4.7. Gıda ve Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzemeleri Üreten İş Yerlerinin Çalışma İzni ve Gıda Sicili ve Üretim İzni İşlemleri ile Sorumlu Yönetici İstihdamı Hakkında Yönetmelik

5179 sayılı Kanun kapsamında yayımlanan ilk yönetmelik, Gıda ve Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzemeleri Üreten İş Yerlerinin Çalışma İzni ve Gıda Sicili ve Üretim İzni İşlemleri ile Sorumlu Yönetici İstihdamı Hakkında Yönetmelik olup Sağlık Bakanlığının 560 sayılı KHK'nın 4. maddesi gereği sorumlu olduğu gıda iş yerlerine çalışma izni verilmesine yönelik hizmetlerin Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığına devredilmesi nedeniyle ve hizmetlerin aksatılmadan yürütülmesini sağlamak için bir an önce çıkarılmıştır. Bu Yönetmelik'in amacı, gıda ve gıda ile temas eden madde ve malzemeleri üreten, işleyen, ambalajlayan, depolayan, nakleden, pazarlayan iş yerlerinin çalışma izni, gıda sicili ve üretim izni işlemlerini, bu iş yerlerinin taşıması gereken asgari ve teknik şartlar ile sorumlu yönetici istihdamına dair usul ve esasları düzenlemektir.

10.4.8. Ulusal Gıda Kodeksi Komisyonu Yönetmeliği

Gıda Kodeksleri, daha önceden 560 sayılı KHK gereği Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı bünyesinde ve Sağlık Bakanlığının da katılımıyla müşterek bir prosedür izlenerek yayımlanmakta ve bu da uzun zaman almaktaydı. Gıda Kodeksinin daha kısa sürede hazırlanması amacıyla 5179 sayılı Kanun'da Ulusal Gıda Kodeksi Komisyonu adıyla bir komisyon kurulması ve hizmetlerin tek elden yürütülmesi öngörülmüştür. Bu nedenle yayımlanan Yönetmelik, "Ulusal Gıda Kodeksi Komisyonu" adıyla bir Komisyonun kurulması ve işleyişi ile ilgili usul ve esasları belirlemektedir. Yönetmelik, daha önce Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığınca 07.02.1994 tarih ve 21842 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan *Ulusal Gıda Kodeks Komitesi Yönetmeliği'ni* ve 13.9.2004 tarihli ve 25582 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan *Ulusal Gıda Kodeksi Komisyonu Yönetmeliği'ni* yürürlükten kaldırılmıştır.

10.4.9. Gıda Hijyeni Yönetmeliği

Bu Yönetmelik'in amacı, gıda güvenilirliği açısından tüketicinin korunmasını sağlamak amacıyla gıda işletmecisinin, gıdanın birincil üretiminden son tüketiciye arzına kadar uyması gereken gıda hijyenine ilişkin genel kuralları belirlemektir. Yönetmelik; gıda işletmecisinin birincil üretim aşaması dâhil üretim, işleme ve dağıtımın tüm aşamalarında gıda hijyenini sağlamak üzere uyması gereken genel hijyen kuralları ile sorumluluklarına ilişkin usul ve esasları kapsamaktadır.

Gıda işletmecisi, kontrolü altındaki üretim, işleme ve dağıtım aşamalarının tümünün bu Yönetmelik'te belirtilen ilgili hijyen gerekliliklerinin sağlanmasından sorumludur. Gıda güvenilirliğinin sağlanmasında sorumluluk, öncelikle gıda işletmecisindedir. Gıda güvenilirliğinin birincil üretimden başlayarak son tüketiciye kadar gıda zinciri boyunca sağlanması gereklidir.

Ortam sıcaklığında güvenilir bir şekilde muhafaza edilemeyen, özellikle soğukta muhafazası gereken gıdalarda soğuk zincirin korunması gereklidir. Tehlike analizi ve kritik kontrol noktaları/HACCP ilkelerine dayanan prosedürlerin iyi hijyen uygulamaları ile birlikte uygulanmasından gıda işletmecisi sorumludur. İyi uygulama kılavuzları, gıda işletmecisine gıda zincirinin tüm aşamalarında gıda hijyeni kuralları ile tehlike analizi ve kritik kontrol noktaları/HACCP ilkelerine uyum için yardımcı olan önemli bir araçtır.

Gıda işletmecisi, gıda işinde çalışan personelin yaptıkları işin gerektirdiği gıda hijyeni konularında kontrol edilmelerini ve bilgilendirilmelerini ve/veya eğitilmelerini, Yönetmelik'in 22. maddesinin birinci fıkrasında belirtilen prosedürün geliştirilmesi ve sürdürülmesinden veya iyi uygulama kılavuzlarının uygulanmasından sorumlu olan personelin, tehlike analizi ve kritik kontrol noktaları/HACCP ilkelerinin uygulanması konusunda yeterli eğitimi almalarını, sağlamakla yükümlüdür.

10.4.10. Gıda ve Yemin Resmî Kontrollerine Dair Yönetmelik

Bu Yönetmelik'in amacı; insan ve hayvanlara yönelik doğrudan veya çevre aracılığıyla oluşabilecek risklerin önlenmesine, bertaraf edilmesine veya kabul edilebilir seviyelere indirilmesine, gıda ve yemin etiketlenmesi ile tüketicileri bilgilendirmeye yönelik diğer bilgi şekilleri de dâhil olmak üzere tüketici menfaatlerinin korunmasına ve haksız rekabetin önlenmesi ile gıda ve yemin resmî kontrollerine ilişkin usul ve esasları belirlemektir.

Yönetmelik; resmî kontroller, izlenebilirlik, hızlı uyarı sistemi, acil durumlar, ihtiyati tedbirler, kriz yönetimi, kamuoyunun bilgilendirilmesi, resmî sertifikasyon, yıllık ve çok yıllık ulusal kontrol planları, sorumluluklar ve itirazlara ilişkin usul ve esasları kapsar. Resmî kontrollere etkinlik kazandırmak amacıyla idari yaptırımlarda Bakanlık İl ve İlçe Müdürleri yetkili kılınmıştır. İnsan sağlığı, gıda güvenilirliği açısından tehlike oluşturan acil tedbirleri gerektiren durumlarda, idari para cezaları hariç olmak üzere diğer idari yaptırımların uygulanmasında kontrol görevlisine yetki verilmiştir.

Bu Yönetmelik kapsamında gıda, gıda ile temas eden madde ve malzeme ile ilgili faaliyet gösteren işletmeci, kendi faaliyet alanının her aşamasında Kanun'da belirtilen şartları sağlamakla yükümlüdür. Gıda işletmecisi ürettiği, işlediği, ithal ettiği, satışını veya dağıtımını yaptığı bir ürününün, gıda ve yem güvenilirliği şartlarına uymadığını değerlendirmesi veya buna ilişkin makul gerekçelerinin olması durumunda, söz konusu ürünü kendi kontrolünden çıktığı aşamadan başlamak üzere, toplanması için gerekli işlemleri derhâl başlatmak ve konu ile ilgili Bakanlık il/ilçe müdürlüğünü bilgilendirmek zorundadır. Gıda ve yem işletmecisi, ürünün toplanması gerektiğinde, toplanma nedeni hakkında tüketiciyi veya kullanıcıyı doğru ve etkin olarak bilgilendirmek ve gerekli hâllerde, insan ve hayvan sağlığını korumaya yönelik alınacak tedbirlerin yeterli olmaması durumunda, tüketiciye veya kullanıcıya ürünün iadesi için çağrıda bulunmak zorundadır.

Gıda işletmecisi, faaliyeti ile ilgili aşağıda istenen kayıtları güncel tutmak, istendiğinde Bakanlığa sunmak zorundadır:

- İşletme onayı veya kaydına ilişkin belgeler,

- Tehlike analizi ve kritik kontrol noktaları ilkelerine dayanan gıda ve yem güvenilirliği sistemlerine ilişkin uyguladığı prosedürler ve güncel kayıtlar,
- Cihaz kalibrasyon kayıtları,
- Cihaz ölçüm kayıtları,
- Partinin tanımlanmasını sağlayan bir işaret veya numara ve diğer bilgileri içerecek şekilde alım ve satış ile ilgili kayıtlar,
- Gıda ve yemde izlenebilirlik kayıtları,
- Haşere ve kemirgenlerle mücadele kayıtları,
- Ham madde, üretimde kullanılan yardımcı maddeler, ara ürüne ve/veya son ürüne ilişkin analiz kayıtları,
- İşin nevine göre konuyla ilgili lisans eğitimi almış zorunlu personelin çalıştırıldığına dair kayıtları.

Gıda işletmecisi, ürünle ilgili riskin önlenmesi, azaltılması veya ortadan kaldırılmasından sorumlu olup bu gibi tedbirlerin alınmasında Bakanlıkla iş birliği yapar. İlgililer, Bakanlıkça alınan önlemlerin uygulanması sırasında hiçbir şekilde engelleme yapamaz. Gıda işletmecisi, üretim, hazırlama ve satışta, Bakanlıktan kayıtlı veya onaylı işletmelerin ürünlerini ve ürünün onaya tabi olması durumunda onaylı ürünleri kullanmak zorundadır.

10.4.11. Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği

Bu Yönetmelik; gıda ve gıda ile temas eden madde ve malzemelere ilişkin asgari teknik ve hijyen kriterleri, pestisit kalıntıları ve veteriner ilaç kalıntıları, gıda katkı maddeleri, aroma vericiler ve aroma verme özelliği taşıyan gıda bileşenleri, bulaşanlar, ambalajlama, etiketleme, numune alma, analiz metotları, taşıma ve depolama ile ilgili yatay ve dikey gıda kodeksine ilişkin esaslar ile coğrafi işaretle ilgili özel hükümlerin belirlenmesine dair kuralları kapsar ve bu kuralları düzenler.

10.4.12. Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği

Bu Yönetmelik'in amacı; son tüketiciye ve toplu tüketim yerlerine arz edilen gıdaların genel ve belirli özel etiketleme kurallarını, beslenme yönünden etiketleme kurallarını, tanıtımı ve reklamına ilişkin belirli kuralları ve gıdalardaki beslenme ve sağlık beyanlarına ilişkin kuralları belirlemektir.

Gıdayı kendi adı veya ticari unvanı altında pazarlayan gıda işletmecisi, gıdanın etiketlenmesinden sorumludur. İthal edilen gıdanın etiketlenmesinden ise ithalatçı sorumludur. Gıdanın etiketlenmesinden sorumlu olan gıda işletmecisi, zorunlu etiket bilgilerinin gıdada bulunmasını ve doğruluğunu sağlar. Gıda işletmecileri, son tüketiciye yönelik olan veya toplu tüketim yerlerine arz edilecek olan hazır ambalajlı olmayan gıdalar ile ilgili olarak, gerektiğinde zorunlu etiket bilgilerinin son tüketiciye sunulmasını sağlamak amacıyla gıdayı alan gıda işletmecisine aktarılması gereken bilgileri sağlar.

Hazır ambalajlı gıdalarla ilgili olarak gıda işletmecileri;

- Son tüketiciye yönelik olan, ancak toplu tüketim yerleri haricinde son tüketiciye satılmadan önceki bir aşamada piyasaya arz edilen,
- Toplu tüketim yerlerine yönelik olan ve hazırlama, işleme, parçalama, bölme veya doğrama işlemleri için toplu tüketim yerlerine arz edilen gıdaların ambalajının üzerinde veya bu ambalaja yapıştırılmış bir etiket üzerinde veya gıda ile ilgili ticari belgelerin üzerinde zorunlu olan bilgilerin bulunmasını sağlar. Bilgilerin ticari belgeler üzerinde bulunması durumunda; bu belgeler, gıdanın beraberinde yer alır veya teslimattan önce ya da teslimat sırasında gönderilir.

Gıda işletmecileri her durumda, Yönetmelikçe istenen bilgilerin, hazır ambalajlı gıdaların piyasaya arz edildiği dış ambalaj üzerinde de yer almasını sağlar. Son tüketiciye veya toplu tüketim yerlerine yönelik olmayan bir gıdayı diğer gıda işletmecilerine arz eden gıda işletmecileri, bu işletmecilere, gerektiğinde bu Yönetmelik ve gıda kodeksi kapsamında yer alan diğer etiketleme hükümleri ile ilgili sorumluluklarını yerine getirmeleri için yeterli bilgiyi sağlar.

Bu Yönetmelik'e göre kayıt işlemine tabi olan gıda işletmeleri, ürettikleri veya ambalajladıkları ürünlerin etiketlerinde, işletme kayıt numarasını belirtmek zorundadırlar. Onay işlemine tabi olan gıda işletmeleri, ürettikleri veya ambalajladıkları ürünlerin etiketlerinde işletme onay numarasını içeren tanımlama işaretine yer vermek zorundadır.

Not: 29.12.2011 tarihli ve 28157 üçüncü mükerrer sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği'nin geçici 1'inci maddesinin üçüncü fıkrasının (a) ve (ç) bentleri; 13.06.2015 tarihli ve 29385 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan "**Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik**" ile yeniden düzenlenmiştir.

Buna göre, anılan Yönetmelik'in geçici 1'inci maddesinin 3'üncü fıkrasının (a) bendi gereğince; 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu'nun yürürlüğe girdiği 13.12.2010 tarihinden önce faaliyet gösteren ve hâlen işletmesinin faaliyeti devam eden gıda işletmecileri, üretim izni belgesi bulunan gıdalar için, *"Tarım ve Köy İşleri Bakanlığının… Tarih ve… Sayılı izni ile üretilmiştir."* ifadesinin yer aldığı etiketleri, bu bilginin yer aldığı bölümün uygun şekilde kapatılması ve bunun yerine tanımlama işaretine yer verilmesi suretiyle 31.12.2015 tarihine kadar kullanabilecektir. **Gıda İşletmelerinin Kayıt ve Onay İşlemlerine Dair Yönetmelik'e** uygun olarak işletme onay numarasını henüz almamış olan gıda işletmecileri, "tanımlama işareti" yerine bu Yönetmelik'in geçici 1'inci maddesinin 3'üncü fıkrasının (b) bendine göre uygun olan bilgiye yer vereceklerdir.

Ayrıca, anılan Yönetmelik'in geçici 1'inci maddesinin 3'üncü fıkrasının (ç) bendi gereğince; (a), (b) ve (c) bentlerine göre 31.12.2015 tarihinden önce piyasaya arz edilen gıdalar, 31.12.2016 tarihine kadar piyasada bulunabilecektir.

10.4.13. Hijyen Eğitimi Yönetmeliği

Bu Yönetmelik'in amacı; gıda üretim ve perakende iş yerlerinde, insani tüketim amaçlı sular ile doğal mineralli suları üreten iş yerlerinde ve insan bedenine temasın söz konusu olduğu temizlik hizmetlerinin verildiği iş yerlerinde çalışanlara yönelik hijyen eğitimi programları-

nın planlanmasına, eğitimlerin verilmesine, iş yeri sahibinin, işletenlerin ve çalışanların bu konudaki sorumluluklarına, bu iş yerlerinde çalışmaya engel bulaşıcı hastalıkların ve cilt hastalıklarının belirlenmesine ve bu hastalıkların iyileşme hâlinin tespitine ilişkin usul ve esasları belirlemektir.

Bu Yönetmelik, gıda üretim ve perakende iş yerlerini, insani tüketim amaçlı sular ile doğal mineralli suların üretimini yapan iş yerlerini, kaplıca, hamam, sauna, berber, kuaför, dövme ve piercing yapılan yerleri, masaj ve güzellik salonları ve benzeri yerleri, otel, motel, pansiyon ve misafirhane gibi yerleri, komisyon tarafından hijyen eğitimi verilmesi uygun görülen diğer iş kollarını kapsar.

Bu Yönetmelik'in kapsadığı iş yerlerinde, belgeye sahip olmayan kişiler çalıştırılamaz. İş yeri sahipleri ve işletenleri, çalışanlarının hijyen eğitimi almasından ve belgeli olarak çalıştırılmasından birinci derecede sorumludur. Bizzat çalışmaları durumunda iş yeri sahipleri ve işletenleri de bu eğitimi almaya mecburdur.

Eğitimler, Genel Müdürlüğe bağlı öğretim kurumları tarafından verilir. İş yeri sahipleri ve işletenleri, komisyonca belirlenen usul ve esaslar çerçevesinde bu eğitimleri çalışanlarına kendi imkânlarıyla da verebilir.

10.4.14. Gıda ve Gıda ile Temasta Bulunan Madde ve Malzemelerin Piyasa Gözetimi, Kontrolü ve Denetimi ile İş Yeri Sorumluluklarına Dair Yönetmelik

Bu Yönetmelik, 27/5/2004 tarihli ve 5179 sayılı Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun'un 16., 17., 18., 23., 25., 29., ve 30. maddelerine dayanılarak hazırlanmıştır.

Yönetmelik'in amacı, gıda ve gıda ile temas eden madde ve malzemelerin güvenliğinin ve kalitesinin temini için piyasa gözetimi, kontrol ve denetim hizmetleri ile iş yeri sorumluluklarına ilişkin usul ve esasları belirlemektir. Yönetmelik kapsamında gıda ve gıda ile temas eden madde ve malzemelerin güvenliğinin ve kalitesinin temini için tüm piyasa gözetimi, kontrol ve denetim hizmetleri ile izlenebilirlik, iş yeri sorumluluğu ve itiraz hakkına ilişkin usul ve esaslar belirlenmiştir.

Yönetmelik'te gıda güvenliği şartı olarak piyasaya arz edilecek gıda ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemelerin Türk gıda mevzuatına uygun olması zorunluluğu, güvenli olmayan gıda ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemelerin piyasaya arz edilemeyeceği hükme bağlanmıştır.

Ayrıca Yönetmelik'te Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı veya gözetiminde ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından hijyen uygulamaları dâhil, iyi uygulama rehberleri hazırlanarak, bunların Bakanlık onayından sonra yayımlanması belirtilmiştir. Hazırlanan iyi uygulama rehberlerinin, bilimsel ve teknolojik gelişmeler göz önünde bulundurularak gerektiğinde güncelleştirilip ilgili sektör için uygulanabilir olmasının da altı çizilmiştir.

Yönetmelik'te;

- Üretim, işleme, dağıtım ve satış yapan iş yerleri,

- Gıda ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemeleri üreten iş yerleri,
- Gıda ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemelerin satış yerleri ile toplu tüketim yerleri,
- Çadır, büfe ve hareketli araçlar gibi taşınabilir ve/veya geçici tesislerin sorumlulukları ve taşımaları gereken özellikler ayrıntılı bir şekilde belirlenmiştir.

Yönetmelik'te ayrıca, kontrol ve denetim usul ve esasları belirlenmiştir. Bu esaslara göre gıda ve gıda ile temasta bulunan madde ve malzemelerin, Türk gıda mevzuatına uygun olmaksızın üretilemeyeceği, mübadele konusu yapılamayacağı ve muameleye tabi tutulamayacağı, halk sağlığına zarar verecek muhteviyatta olamayacağı, içerisine zararlı bir madde katılamayacağı, böyle bir maddenin kalıntısını bulunduramayacağı ve gıdada zararlı özelliğe yol açacak herhangi bir işlemin uygulanamayacağı belirtilerek, hükme uymayanlar hakkında verilecek cezai işlemler hükme bağlanmıştır.

10.4.15. Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzeme Üreten İşletmelerin Kayıt İşlemleri ile İyi Üretim Uygulamalarına Dair Yönetmelik

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığınca, 03 Ağustos 2012 tarihli ve 28373 sayılı Resmî Gazete'de, **"Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzeme Üreten İşletmelerin Kayıt İşlemleri ile İyi Üretim Uygulamalarına Dair Yönetmelik"** yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Söz konusu Yönetmelik kapsamında, gıda ile temas eden madde ve malzemeler, bunların kombinasyonları veya bunların üretiminde kullanılan madde ve malzemelere ilişkin iyi üretim uygulamaları ile bu madde ve malzemeleri üreten ve işleyen işletmelerin kayıt işlemlerine dair usul ve esaslar belirlenmiştir.

Yönetmelik kapsamında, Yönetmelik'in Ek-5'inde yer alan gıda ile temas eden madde ve malzemeleri üreten işletmelere, ilgili kurumdan iş yeri açma ve çalışma ruhsatı aldıktan sonra işletme kayıt işlemlerini yaptırmak üzere, en geç otuz gün içerisinde Bakanlığa başvurmak ve başvuru tarihinden itibaren en geç üç ay içerisinde kayıt işlemlerini tamamlama zorunluluğu getirilmiştir.

02 Şubat 2013 tarihli ve 28547 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren **"Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzeme Üreten İşletmelerin Kayıt İşlemleri ile İyi Üretim Uygulamalarına Dair Yönetmelikte Değişiklik Yapılması Hakkında Yönetmelik"** ile bu zorunluluk;

"Yönetmelik'in Ek-5'inde yer alan gıda ile temas eden madde ve malzemeleri üreten işletmeler, 17.12.2011 tarihli ve 28145 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Gıda İşletmelerinin Kayıt ve Onay İşlemlerine Dair Yönetmeliğe uygun olarak kayıt işlemlerini tamamlamak zorundadır." şeklinde değiştirilmiş ve aynı Yönetmelik'in 2. maddesi ile 03 Ağustos 2012 tarihli ve 28373 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan **Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzeme Üreten İşletmelerin Kayıt İşlemleri ile İyi Üretim Uygulamalarına Dair Yönetmelik**'in 7. maddesinin birinci fıkrasında yer alan; *"Bu Yönetmelik kapsamında verilen işletme kayıt belgeleri tek başına sınai faaliyet yapılmasına izin vermez.* İşletme kayıt belgelerinin geçerli olabilmesi için iş *yeri açma ve çalışma ruhsatının bulunması zorunlu-*

dur. Bu ruhsatın herhangi bir nedenle iptal edilmesi hâlinde işletme kayıt belgelerinin geçerliliği kendiliğinden sona erer." hükmü yürürlükten kaldırıldığından, gıda ile temas eden madde ve malzemeleri üreten işletmelerden kayıt işlemleri sırasında istenen **"İş Yeri Açma ve Çalışma Ruhsatı"** bu Yönetmelik ile kaldırılmıştır.

Bu Yönetmelik ile birlikte **Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzemeleri Üreten İşletmeler;**

1. Dilekçe ve beyanname
2. Kapasite raporu veya ekspertiz raporu, resmî kurumlarda kurum beyanı
3. Gıda işletmecisi esnaf siciline kayıtlı ise Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Sicil Gazetesi'nin aslı veya yetkili merci tarafından onaylı sureti,
4. Meslek odası bulunan meslek mensupları için odadan alınmış çalışma belgesinin aslı veya yetkili merci tarafından onaylanmış örneği, meslek odası bulunmayan meslek mensuplarının adı, soyadı, T.C. kimlik numaraları beyanı ile gıda işletmecisiyle yaptıkları sözleşmelerin başlangıç ve bitiş tarihlerini gösteren liste ile kayıt işlemlerini yaptırabileceklerdir.

10.4.16. Atık Yönetimi Yönetmeliği

Bu Yönetmelik, Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından hazırlanmış ve 02.04.2015 tarihli ve 29314 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmıştır. Yönetmelik'te yer alan ve esnaf ve sanatkârları yakından ilgilendiren hususlara aşağıda yer verilmiştir.

- **Ambalaj Atıkları**

Bir ürünün üreticiden kullanıcıya veya tüketiciye ulaştırılması aşamasında, taşınması, korunması, saklanması ve satışa sunulması için kullanılan ambalaj atıklarının (PVC, cam, karton vb.), türlerine ve özelliklerine göre kaynağında ayrı toplanarak ilgili belediyelerin ambalaj atığı toplama sistemine veya ambalaj atığı toplama konusunda lisans almış firmalara verilmesi gerekmektedir.

- **Belediye Atıkları**

Faaliyetleri sonucu, bu Yönetmelik'in Ek-4'ünün *"Atık Kodu 20"* olan, *"Ayrı Toplanmış Fraksiyonlar Dâhil Belediye Atıkları"* başlığı altında tanımlanan ve yönetiminden belediyenin sorumlu olduğu, evlerden kaynaklanan ya da içerik veya yapısal olarak benzer olan ticari, endüstriyel ve kurumsal atıkların oluşumuna neden olan atık üreticisi konumundaki *esnaf ve sanatkarlar;*

- Atık üretimini en az düzeye indirecek şekilde gerekli tedbirleri almakla,
- Biyo-bozunur atıkları (park, bahçe ve evler ile lokantalar, satış noktaları, gıda üretim ve benzeri tesislerden kaynaklanan oksijenli veya oksijensiz ortamda bozulmaya uğrayabilen atıklar) geri kazanılabilir atıklarla karıştırmadan ikili toplama sistemiyle kaynağında ayrı toplayarak bu atıkları ilgili mevzuat kapsamında toplama, taşıma ve bertaraf yükümlülüğü verilmiş kurum ve kuruluşların belirlediği şekilde konut, iş yeri gibi üretildikleri yerlerde çevre ve insan sağlığını

bozmayacak şekilde kapalı olarak muhafaza ederek toplamaya hazır etmekle yükümlüdürler.

- **Ambalaj Atığı ile Belediye Atığı Niteliğinde Olmayan Atıklar**

Ambalaj atığı niteliğinde olmayan atıklar ile faaliyetleri sonucu bu Yönetmelik'in Ek-4'ünün 20 kodlu bölümünde tanımlanan ve yönetiminden belediyenin sorumlu olduğu atık niteliğinde olmayan atıkları üreten *esnaf ve sanatkârlar;*

- Atık üretimini en az düzeye indirecek şekilde gerekli tedbirleri almakla,
- Atıklarını ayrı toplamak *(türlerine ve özelliklerine göre ayırmak)* ve uygun kriterlerde geçici depolama alanı yapmak ve atıkları geçici depolamakla *(ambalaj atığı, belediye atığı ve tıbbi atıklar hariç),*
- Ürettiği atıklara ve atıkların önlenmesi ile azaltılmasına yönelik olarak hazırlamakla yükümlü olduğu atık yönetim planını Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğüne sunup onay almakla,
- Ürettiği atıklar için Çevre ve Şehircilik Bakanlığınca belirlenen esaslar doğrultusunda kayıt tutup, beyan etmekle, ayrıca uygun ambalajlama ve etiketleme yapmakla,
- Bu Yönetmelik'in Ek-4'ünde (M) işareti ile tanımlanan ve Ek-3/B'de belirtilen özellikleri içermediği iddia edilen atıkların Bakanlıkça yetkilendirilmiş laboratuvarlarca yapılan analizlerle tehlikesiz olduğunu belgelemekle,
- Bu Yönetmelik hükümlerine uygun olarak izin alınması zorunlu olan geçici depolama alanları için Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğünden izin almakla,
- Atıklarını, bu Yönetmelik hükümleri ve Bakanlıkça belirlenen esaslara uygun olarak izin/çevre lisansı almış atık işleme tesislerine göndermekle,
- Atık beyan formunu bir önceki yıla ait bilgileri içerecek şekilde her yıl ocak ayı itibarıyla başlamak üzere en geç mart ayı sonuna kadar Bakanlıkça hazırlanan çevrimiçi uygulamaları kullanarak doldurmak, onaylamak, çıktısını almak ve beş yıl boyunca bir nüshasını saklamakla,
- Ulusal Atık Taşıma Formu (UATF) kullanımı zorunlu olan tehlikeli atıklar için UATF kullanarak atık işleme tesislerine göndermekle ve ilgili iş ve işlemlere uymakla,
- Atık işleme tesisinin atığı kabul etmemesi durumunda, taşıyıcıyı başka bir tesise yönlendirmekle veya taşıyıcının atığı geri getirmesini sağlayarak, uygun bir tesiste atığın işlenmesini sağlamakla,
- Ürettikleri atıkların toplanması, taşınması ve geçici depolanması gibi işlemlerden sorumlu olan çalışanlarının eğitimini sağlamakla, sağlık ve güvenlik ile ilgili her türlü tedbiri almakla,
- Kaza sonucu veya kasti olarak atıkların dökülmesi ve benzeri olaylar sonucu meydana gelen kirliliğin önlenmesi amacıyla, atığın türüne bağlı olarak olayın

vuku bulduğu andan itibaren en geç bir ay içinde olay yerinin eski hâline getirilmesi ve tüm harcamaların karşılanmasıyla,

- Kaza sonucu veya kasti olarak atıkların dökülmesi ve benzeri olaylar vuku bulduğunda il müdürlüğünü bilgilendirmek ve kaza tarihi, kaza yeri, atığın türü ve miktarı, kaza sebebi, atık işleme türü ve kaza yerinin rehabilitasyonuna ilişkin bilgileri içeren raporu il müdürlüğüne 3 iş günü içinde sunmakla,
- Yan ürün olarak değerlendirilebilecek bu Yönetmelik'in 19 uncu maddesinin birinci fıkrasında tanımlanan özellikleri haiz atıklar için uygunluk almak üzere Çevre ve Şehircilik Bakanlığına başvurmakla,
- Atığın niteliğinin belirlenmesi, toplanması, taşınması ve işlenmesi için yapılan harcamaları karşılamakla yükümlüdürler.

10.4.17. Gıda İşletmelerinde Yerel, Marjinal ve Sınırlı Faaliyetlerin Düzenlenmesine Dair Tebliğ

Son tüketicinin yanı sıra bir başka perakendeciye et ve et ürünlerinden çiğ et ve kıyma, süt ve süt ürünleri kapsamındaki çiğ süt, içme sütü, kolostrum, kolostrum bazlı ürünler, çiğ krema ve kaymak dışındaki süt ve süt ürünleri ile bütün hâlindeki balık ve su ürünlerini arz eden perakende gıda işletmesini kapsayan ve gıda işletmelerindeki yerel, marjinal ve sınırlı faaliyetlere ilişkin hususları belirlemek amacıyla Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığınca hazırlanan **"Gıda İşletmelerinde Yerel, Marjinal ve Sınırlı Faaliyetlerin Düzenlenmesine Dair Tebliğ",** 27 Kasım 2014 tarihli ve 29188 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Söz konusu Tebliğ ile düzenlenen hususlar, genel esasları ile aşağıda yer almaktadır:

- Tebliğ'de geçen, **"marjinal"** ibaresiyle, perakendecinin başka bir perakendeciye arz edebileceği hayvansal gıdanın günlük, haftalık veya yıllık olarak belirlenmiş maksimum miktarı; **"sınırlı"** ibaresiyle, hayvansal gıdayı arz eden veya tedarik eden, belirlenmiş perakende işletme tipi veya hayvansal gıda; **"yerel"** ibaresiyle de hayvansal gıdanın arz edilebileceği coğrafi olarak sınırlandırılmış alan ifade edilmektedir.
- Tebliğ kapsamında yer alan hayvansal gıdaların, perakendeci tarafından son tüketiciye satışının yanı sıra başka bir gıda işletmesine arzı, bu gıda işletmesinin de sadece son tüketiciye satış yapan perakendeci olması şartıyla Tebliğ'de belirlenen yerel, marjinal ve sınırlı faaliyetlere ilişkin gerekliliklere uygun olarak yapılacaktır.
- Bu hayvansal gıdaların perakendeci tarafından başka bir perakendeciye arzında, perakendecinin bu arzının yerel, marjinal ve sınırlı faaliyetler içerisinde kalması şartıyla, işletmesi, kayıt kapsamındaki gıda işletmesi olarak değerlendirilecektir.
- Gıda işletmecisi yerel, marjinal ve sınırlı faaliyetler kapsamında tedarik ettiği gıdayı sadece son tüketiciye arz edebilecek, son tüketiciye satış amacıyla işleyebilecek, muameleye tabi tutabilecek ve/veya depolayabilecektir.

- Hayvansal gıdanın, perakendeci tarafından başka bir perakendeciye arz edilebilmesi için, "yerel", "marjinal" ve "sınırlı" olarak tanımlanan faaliyetler için getirilen gerekliliklerin tamamını karşılaması gerekmektedir.
- Yerel, marjinal ve sınırlı faaliyette bulunmak isteyen perakendeci, "İşletme kayıt numarası ile yerel, marjinal ve sınırlı faaliyet kapsamında arz edilecek hayvansal gıdanın" bilgilerinin yer aldığı Tebliğin Ek-1'inde bulunan dilekçe ve yerel, marjinal ve sınırlı faaliyet için belirlenen gerekliliklere uyacağına dair Tebliğin Ek-2'sinde yer alan taahhütnameyle İl/İlçe Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğüne başvuruda bulunacaktır.
- Et ve et ürünleri, süt ve süt ürünleri ve balıkçılık ürünleri için yerel faaliyet, perakende işletmenin bulunduğu nokta merkez kabul edilerek 50 kilometrelik yarıçap içerisinde kalan alanda yapılacaktır.
- Et ve et ürünleri için marjinal faaliyet, perakendecinin diğer perakendeciye yapabileceği toplam arz, haftalık olarak 2 bin 500 kilogramı geçmeyecektir. Et ve et ürünleri için sınırlı faaliyette de çiğ et ve kıyma, sadece kasaplar tarafından diğer perakendecilere arz edilebilecek, hazırlanmış et karışımları ve et ürünleri arz edilemeyecektir.
- Süt ve süt ürünleri için marjinal faaliyet, perakendecinin diğer perakendeciye yapabileceği toplam arz, haftalık olarak en fazla 500 kilogram olacaktır. Süt ve süt ürünleri için sınırlı faaliyette, çiğ süt, içme sütü, kolostrum, kolostrum bazlı ürünler, çiğ krema ve kaymak arz edilemeyecektir.
- Balıkçılık ürünleri için marjinal faaliyet, perakendecinin diğer perakendeciye yapabileceği toplam arz, haftalık olarak 500 kilogramı geçmeyecektir. Balıkçılık ürünleri için sınırlı faaliyette, sadece bütün hâlindeki balıkçılık ürünleri arz edilecektir. Bütün hâlindeki balıkçılık ürünleri sadece balık satış yerleri tarafından diğer perakendecilere arz edilecektir.
- Tebliğ'de belirtilen marjinal faaliyetlerin birden fazlasını yapan perakendecinin, bu faaliyet kapsamındaki toplam arzı, bu Tebliğin 7., 8. ve 9. maddelerinde belirlenen miktarları geçmemek üzere toplamda haftalık olarak 2.500 kilogramı geçmeyecektir.
- Perakendeci; yerel, marjinal ve sınırlı faaliyet kapsamında arz edilen veya tedarik edilen hayvansal gıdaya ilişkin olarak, Gıda ve Yemin Resmî Kontrollerine Dair Yönetmelik'in 39. maddesi gereği tutulması gereken izlenebilirliği sağlayan kayıtlar ile diğer kamu kurum ve kuruluşlarının ilgili mevzuatına göre düzenlenmiş fatura veya sevk irsaliyesini talebi hâlinde yetkili mercie sunacaktır.
- Tebliğ kapsamındaki hayvansal gıdayı arz eden perakendeci, izlenebilirlik ve hijyen konusundaki mevzuat hükümlerinin gerektirdiği kayıtlara ilave olarak; hayvansal gıdayı arz ettiği perakendecilerinin işletme kayıt numaraları ile her bir perakendeciye sattığı hayvansal gıdanın miktarlarına ilişkin kayıtları tutacak ve talep edilmesi hâlinde yetkili mercie sunacaktır. Bu madde kapsamında belirtilen kayıtlar, ilgili

mevzuatında aksi belirtilmediği sürece elde edildikleri takvim yılının sonundan itibaren en az on iki aylık bir süre ile muhafaza edilecektir.

Tebliğ'de düzenlenen hususlara aykırı davrananlar hakkında ise 5996 sayılı Kanun'un ilgili maddelerine göre idari yaptırım uygulanacağı belirtilmektedir.

10.5. Gıda Sektörü Özelinde Meslekler ile İlgili Mevzuatlar

10.5.1. Pazarcılık (Manavlık-Kabzımallık)

5957 Sayılı Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun

5957 sayılı Kanun, 26 Mart 2010 tarihli Resmî Gazete'de yayımlanmış ve 1 Ocak 2012 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Kanun'un amacı;

- Gıda güvenilirliğinin sağlanması,
- Tüketicinin, kaliteli, güvenilir, sağlıklı ve uygun fiyatlı mal temin edebilmesi,
- Meslek mensuplarının faaliyetlerinin düzenlenmesi,
- Rekabetçi yapının sağlanması,
- Kayıt dışılığın önlenmesi,
- Maliyetlerin düşürülmesi,
- Tedarik, dağıtım ve satışta etkinliğin sağlanması,
- Üreticinin emeğinin karşılığını alabilmesi,
- Toptancı halleri ve pazar yerlerinin çağdaş bir sisteme kavuşturulması ve işletilmesidir.

Kanun ile birlikte toptancı hale bildirimde bulunmak kaydıyla, genel olarak hal dışında da toptan alım satım yapılabilen *Hal Kayıt Sistemi* kurulmuş ve bu sayede ülkemizde alım ve satıma konu sebze ve meyvelerin miktar ve fiyatları ulaşılabilir hâle gelmiştir. Kanun ile birlikte meslek mensupları kayıt altına alınmış, üreticiler mallarını satacakları tacirlerin irtibat bilgilerine erişebilir hâle gelmiştir.

552 sayılı Yaş Sebze ve Meyve Ticaretinin Düzenlenmesi ve Toptancı Halleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamede, toptancı halindeki iş yerleri tahsis, kiralama ve satış yoluyla işletilebilmekteydi. Ancak 5957 sayılı Kanun'la, toptancı hallerindeki iş yerlerinin sadece kiralama veya satış yoluyla işletilmesi yöntemi benimsenmiş, bu iş yerlerinin tahsis yoluyla işletilmesi uygulamasına son verilmiştir. Bu çerçevede, oluşabilecek mağduriyetleri gidermek amacıyla mevcut tahsis sahipleri için 12 yıllık bir geçiş dönemi öngörülmüştür. Ayrıca, Gümrük ve Ticaret Bakanlığınca belirlenen esaslara uygun olması kaydıyla, kira süresi sona erenlerle ihaleye çıkılmaksızın yeniden kira sözleşmesi yapılabilecektir. Mallar üzerinden sadece bir kez hal rüsumu alınacaktır. Malların birden fazla toptancı haline girmesi ve mükerrer hal rüsumu ödenmesi engellenmekte, bu konuda uygulamada yaşanan mağduriyetler giderilmektedir.

Genel olarak anılan Kanun'un getirdiği yenilikler;

- Sebze ve meyve ticaretine yönelik daha sağlıklı değerlendirmeler yapılmış, düzenlemeler oluşturulmuştur,
- Sektörde hesap verilebilirlik ve saydamlık sağlanmıştır.
- Toptancı Hal Konseyinin oluşturulmasıyla, Konseye temsilci verecek olan kamu kurumları, üretici ve tüketici örgütleri ile sivil toplum ve meslek kuruluşları arasında uygulamaya yönelik iş birliği sağlanmıştır.
- Kayıt dışılığın önlenmesi ile vergi gelirleri artmıştır.
- Sebze ve meyve fiyatlarının enflasyon üzerindeki etkisi azaltılmıştır.
- Kanunla, rüsum oranları yeniden düzenlenmiştir. Buna göre; toptancı halinde satılan mallardan %1, toptancı hali dışında satılan mallardan ise %2 oranında hal rüsumu alınmaya başlanmıştır.
- Hal rüsumu, üretim bölgesi ile tüketim bölgesi belediyeleri arasında paylaştırılmaktadır. Üretim bölgesi belediyeleri %25, tüketim bölgesi belediyeleri ise %75 oranında rüsum payı almaktadır.
- Pazar yerlerinin ve toptancı hallerinin modern bir yapıya kavuşturulmasına yönelik düzenlemeler yapılmıştır.
- Hal hakem heyetleri yeniden yapılandırılarak görev ve yetkileri artırılmıştır.

Kanun'da adı geçen Hal Kayıt Sistemi ile;

- Alım satıma konu tüm sebze ve meyveler hal kayıt sistemine bildirilmek kaydıyla, sebze ve meyveler, toptancı hali dışında da alınıp satılabilecektir.
- Satıcılar, satışa sunulan malların izlenebilirliğine yönelik bilgileri içeren künyeleri, malların üzerinde ya da kap veya ambalajlarında bulundurmakla yükümlü olacaktır.
- Tüketiciler, hal kayıt sistemi üzerinden künye sorgulaması yaparak tükettikleri ürünün üretim yeri ve sisteme bildirim tarihi gibi bilgilere ulaşabilecektir.
- Malların gıda güvenilirliğine yönelik daha etkin bir takip mekanizması oluşacaktır.

Sebze ve Meyve Ticareti ve Toptancı Halleri Hakkında Yönetmelik

Bu yönetmeliğin amacı; toptancı hallerini modern bir yapıya kavuşturmak, sebze ve meyve ticaretinin kaliteli, standartlara ve gıda güvenilirliğine uygun olarak serbest rekabet şartları içinde yapılmasını sağlamak, üretici ve tüketicilerin hak ve menfaatlerini korumak, meslek mensuplarının faaliyetlerini düzenlemektir.

Yönetmeliğin kapsamı ise;

- Toptancı hallerinin kurulması, taşınması ve kapatılması,
- Toptancı halinin yönetimi,

- Denetim,
- Defter ve belgeler,
- İş yerlerinin kiralanması, satışı ve devri,
- Meslek mensuplarında aranılacak şartlar,
- Satış işlemleri ve
- Cezalardan oluşmaktadır.

Yönetmelik'te toptancı hallerinin kurulması ve sınıflandırılması şu şekilde hükme bağlanmıştır;

- Toptancı halleri, imar planında belirlenmiş alanlarda Yönetmelik'te belirlenen asgari koşulları taşıyacak şekilde belediyeler ile büyükşehirlerde büyükşehir belediyeleri tarafından kurulacaktır.
- Büyükşehirler hariç, belediye sınırları içinde birden fazla toptancı hali kurulamayacaktır.
- İlgili belediyeden izin almak kaydıyla gerçek veya tüzel kişiler tarafından da toptancı hali kurulabilecektir.
- Belediyeler, toptancı hali kurmak üzere mahallî idare birlikleri kurabilecektir.
- Toptancı hali kurulmasına, Yönetmelik'e göre oluşturulan komisyonun raporu göz önünde bulundurularak belediye meclisince karar verilecektir.
- İş yeri sayısı, 30 ila 100 olan haller küçük; 101 ila 250 olan haller orta; 251 ve üzeri olan haller ise büyük toptancı hali olarak sınıflandırılacaktır.

Toptancı hali kuruluş komisyonu;

İmar planında toptancı hali yeri olarak belirlenen veya belirlenecek alanın, Yönetmelik'e uygunluğunu değerlendirmek üzere bir komisyon oluşturulacaktır.

Komisyon, belediye başkanı ya da görevlendireceği yardımcısının başkanlığında;

- Belediye İmar Müdürlüğü
- Belediye Ruhsat ve Denetim Müdürlüğü (olmayan yerlerde zabıta teşkilatı),
- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı İl Müdürlüğü,
- Çevre ve Şehircilik İl Müdürlüğü,
- İl/İlçe Emniyet Müdürlüğü,
- İl/İlçe Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü,
- İl/İlçe Sağlık Müdürlüğü/İlçe Sağlık Grup Başkanlığı,
- Ticaret ve Sanayi Odası ve
- Ziraat Odası tarafından belirlenecek birer temsilciden oluşacaktır.

İlgili Yönetmelik'te toptancı halinde bulunması zorunlu hizmet tesisleri şu şekilde hükme bağlanmıştır;

- İş Yerleri,
- İdare Binası,
- Fiyat Panosu,
- Bilgi İşlem Sistemi,
- Hoparlör Sistemi,
- Aydınlatma Sistemi,
- Güvenlik Kamerası,
- Giriş-Çıkış Kontrol Kulübesi,
- Ağırlık Kontrol Ünitesi,
- Çöp Toplama Yeri,
- Tuvaletler,
- Otopark,
- Boş Ambalaj Depolama Yeri.

Orta ve büyük toptancı hallerinde ayrıca;

- Laboratuvarlar,
- İşyerlerinde Faaliyet Gösterenlerin Talebi Üzerine Soğuk Hava Deposu,
- Tasnifleme ve Ambalajlama Tesisleri bulunacaktır.

Yönetmelik'e göre mevcut toptancı hallerinden,

01.01.2013 tarihine kadar bilgi işlem sistemini kurmayan ve gerekli teknik donanımı sağlamayanlara; 01.01.2015 tarihine kadar ise diğer zorunlu hizmet tesislerini oluşturmayan toptancı hallerine, mahallin mülki idare amiri tarafından yüz bin Türk lirası idari para cezası verilecektir. Bu toptancı hallerinden, idari para cezası verilmesine ilişkin kararı takip eden bir yıl içinde zorunlu hizmet tesislerini oluşturmayanların faaliyetleri, mahallin mülki idare amiri tarafından aykırılık giderilene kadar durdurulacaktır.

Toptancı hallerinin işletilmesi ise şu şekilde hükme bağlanmıştır;

- Belediye toptancı halleri belediyeler, özel toptancı halleri ise işletmecileri tarafından işletilecektir.
- Belediyeler, kurdukları toptancı hallerinin işletilmesini belediye meclisince belirlenecek süre, bedel ve koşullarda devredebilecektir.
- Özel toptancı hal işletmelerinin, anonim şirket veya kooperatif şeklinde faaliyet göstermesi esası benimsenmiştir. Bunlardan belirli bir miktar teminat alınması da öngörülmüştür.

- Belediyece toptancı halinin işletilmesi devredilen işletmelerde de, özel toptancı hali kuracak tüzel kişi işletmelerde istenilen şartlar aranılacaktır.
- Şehir içinde kalan, çevreye, altyapıya ve trafiğe yük getiren, ulaşım imkânları ve alan büyüklüğü yetersiz olan ve uygun çalışma ortamı bulunmayan toptancı halleri, belediye meclisinin kararı ile başka bir alana taşınabilecek ya da kapatılabilecektir.
- Toptancı hallerinin taşınması ya da kapatılmasında, Toptancı Hali Kuruluş Komisyonunun inceleme raporu dikkate alınacaktır.
- Kurulduğu yer itibarıyla Yönetmelik'te belirlenen şartları sağlamayan ya da verimli çalışmayan toptancı halleri de belediye meclisi kararıyla kapatılabilecektir.

Yönetim mekanizması ise;

- Yönetmelik'le toptancı hal yönetim biriminin görev, yetki ve sorumlulukları, uygulamada yaşanan sıkıntıları giderecek şekilde detaylı olarak belirlenmiştir.
- Hal yöneticisinin, sahip olması gereken diğer niteliklerinin yanı sıra, illerde en az lisans, ilçe veya beldelerde ise en az lise mezunu olması öngörülmüştür.
- Toptancı hallerinde görevlendirilecek asgari zabıta sayısı, küçük toptancı hallerinde üç, orta toptancı hallerinde on beş, büyük toptancı hallerinde ise otuz olarak belirlenmiştir.
- Belediyeler, hal zabıtaları aracılığıyla toptancı hali dışında da denetim yapabileceklerdir.

İş yerlerinin işletilmesi

- Belediye ve özel toptancı hallerindeki iş yerleri, kiralama veya satış yoluyla işletilecektir.
- Belediye toptancı halinde satılan iş yeri sayısı, o haldeki toplam iş yeri sayısının yüzde ellisini geçemeyecektir. Ayrıca, toptancı hallerindeki toplam iş yeri sayısının en az yüzde yirmisi üretici örgütlerine ayrılacaktır.
- Mevcut toptancı hallerinde bundan sonra yapılacak kiralama, satış ve devir işlemlerinde, satılan iş yeri ve üretici örgütü yerine ilişkin bu oranlar dikkate alınacaktır.
- Mevcut toptancı hallerindeki tahsisli iş yerleri, tahsis sahiplerine hiçbir işleme gerek kalmaksızın on iki yıl süreyle kiralanmış sayılacaktır.
- Toptancı halindeki iş yerlerinin, üretici, üretici örgütü, komisyoncu veya tüccarlara kiralanması ya da satılması öngörülmüş, bu kişilerin sahip olması gereken asgari şartlar detaylı olarak belirlenmiştir.
- Aynı toptancı halinde bir kişiye en fazla bir iş yeri kiralanabilecek veya satılabilecek, işyerleri, adi şirketlere ya da birden fazla gerçek veya tüzel kişiye kiralanamayacak veya satılamayacaktır. Mevcut toptancı hallerinde faaliyet gösterenler, durumlarını 01.01.2015 tarihine kadar buna uygun hâle getirecektir.

- Belediye toptancı halindeki iş yerinin kira süresi sona erenlerle, ihaleye çıkılmaksızın yeniden kira sözleşmesi yapılabilecektir. Ancak, bu kişilerin serbest rekabeti engelleyici anlaşmalar yapmamış, piyasada darlık oluşturucu davranışlarda bulunmamış, gerçeğe aykırı rapor ve belgeler düzenlememiş olması gerekmektedir.

Teminat;

- Ticari güvenin sağlanması ve tarafların haklarının korunması amacıyla toptancı halinde faaliyet gösterenlerden teminat alınması öngörülmüştür.
- Alınacak teminat tutarı, kiracılar için haldeki iş yerinin; malikler için ise bulunduğu toptancı halinde kiralama yoluyla işletilen emsal iş yerinin bir yıllık kira bedelinden az olmamak üzere her yılın aralık ayında belediye meclisince belirlenecektir.
- Teminattan kesilmeye ilişkin hal hakem heyeti veya mahkeme kararları, toptancı hal yönetim birimince yerine getirilecektir.

İş yerlerinin devri

- Kiralanan iş yerleri, vefat etme veya çalışamayacak derecede kaza geçirme, hastalık ya da yaşlılık gibi zaruri hâllerde kanuni mirasçılara devredilebilecektir.
- Serbest rekabeti engelleyici anlaşmalar yapmamış, piyasada darlık oluşturucu davranışlarda bulunmamış, gerçeğe aykırı rapor ve belgeler düzenlememiş olan kiracılar da, iş yerlerini başkalarına devredebilecektir.
- Kiracılık hakkını devralanlar, kiracılık hakkını devredenlerle yapılmış olan kira sözleşmesinde belirtilen süreyi tamamlayacaktır.
- İş yeri malikleri de Yönetmelikle belirlenen şartlara sahip kişilere işyerlerini satış yoluyla devredebilecektir.

Malların satışı

- Malların toptan satışı; hal içi ve dışında faaliyet gösteren üretici, üretici örgütü, komisyoncu ve tüccarlar tarafından yapılacaktır.
- Toptan veya perakende satmak üzere mal satın alanlar, satın alınan malların alış bedelinden kanuni kesintiler dışında reklam, stant, zayi ve diğer gerekçelerle herhangi bir kesinti yapamayacaklardır.
- Komisyoncular, kendi adına ve hesabına; üretici, üretici örgütü ve tüccarlar ise kendi adına ve başkası hesabına faaliyette bulunamayacaklardır.
- Hal kayıt sisteminde hem komisyoncu hem de tüccar olarak kayıtlı olanlar, komisyonculuk veya tüccarlık sıfatlarından hangisini kullanacaklarını üç ay içinde sisteme kaydettireceklerdir.
- Toptancı hallerinde mallar, satışa arz şekli bölünmeden bulunduğu kasa, çuval, sandık ve benzeri kaplarda satılacaktır.

- Toptan veya perakende satışta, malların üzerinde veya kap ya da ambalajlarının herkes tarafından kolaylıkla görülebilecek bir yerinde, sistem üzerinden alınan belge veya barkotlu etiket bulundurulacaktır.
- Künye yerine, 01.01.2014 tarihine kadar malın adı, cinsi, miktarı, üretim yeri ve ait olduğu üretici/işletmecisine ilişkin bilgileri içeren ilgili mevzuata göre düzenlenmiş fiyat etiketi, fatura ve benzeri belgeler de kullanılabilecektir.

Toptancı hallerinde uyulacak genel esaslar

- Toptancı hallerinde elektronik tartı kullanılacaktır. Elektronik tartı kullanımı, 01.01.2015 tarihinden itibaren zorunlu olacaktır.
- Toptancı halinin açılış ve kapanış saatleri, halin, yirmi dört saatin kesintisiz en az altı saatinde kapalı olması kaydıyla hal yönetim birimince belirlenecektir.
- İş yerlerinde, toptancı hal yönetim biriminden önceden izin alınması ve gerekli belgelerin ibraz edilmesi kaydıyla eleman çalıştırılabilecektir.
- Yönetmelik'te belirlenen şekle uygun kimlik kartları, halde faaliyet gösteren çalışanlarca kullanılacaktır.
- Halde faaliyet gösterenler, mesleki bilgi ve deneyimlerini artırmak üzere eğitime tabi tutulabileceklerdir.

Pazar Yerleri Hakkında Yönetmelik

Bu Yönetmelik'in amacı, semt ve üretici pazarlarını modern bir yapıya kavuşturmak, bu yerlerde satılan malların ticaretinin kaliteli, standartlara ve gıda güvenilirliğine uygun olarak serbest rekabet şartları içinde yapılmasını temin etmek ve tüketicilerin hak ve menfaatlerini korumaktır.

Yönetmelik'in kapsamı ise;

- Üreticiler ile pazarcıların faaliyetlerini düzenleme,
- Pazar yerlerinin kurulması, işletilmesi, taşınması ve kapatılması,
- Üretici ve pazarcılarda aranılacak şartlar,
- Tahsis işlemi,
- Satış işlemleri,
- İdarelerin görev, yetki ve sorumlulukları ile
- Cezalardan oluşmaktadır.

Pazar yerlerinin kurulması ve işletilmesi

- Pazar yerleri, imar planında belirlenmiş alanlarda Yönetmelik'te belirlenen asgari koşulları taşıyacak şekilde belediyelerce kurulacaktır.
- Gerçek veya tüzel kişiler pazar yeri kuramayacaklardır.
- Pazar yeri kurulmasına, Yönetmelik'e göre oluşturulan komisyonun raporu göz önünde bulundurularak belediye meclisince karar verilecektir.

- Münhasıran organik malların satışı amacıyla semt pazarı kurulabilecektir.
- Pazar yerleri, belediyelerce işletilecektir.
- Pazar yerlerinin işletilmesine ilişkin bazı hizmetler, yapılacak belirli süreli protokoller ile meslek kuruluşları eliyle yürütülebilecektir.

Pazar yeri kuruluş komisyonu

- İmar planında pazar yeri olarak belirlenen veya belirlenecek alanın, Yönetmelik'e uygunluğunu değerlendirmek üzere bir komisyon oluşturulacaktır.
- Komisyon, Belediye Başkanı ya da görevlendireceği yardımcısının başkanlığında;
  - Belediye İmar Müdürlüğü,
  - Belediye Denetim Müdürlüğü,
  - Gümrük ve Ticaret Bakanlığı
  - İl/İlçe Emniyet Müdürlüğü,
  - İl/İlçe Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü,
  - İl/İlçe Sağlık Müdürlüğü/İlçe Sağlık Grup Başkanlığı,
  - İlgili Meslek Kuruluşu,
  - Ziraat Odası,

O yerde faaliyet gösteren en fazla üyeye sahip tüketici örgütü tarafından belirlenecek birer temsilciden oluşacaktır.

Pazar yeri kuruluş komisyonunca; pazar yeri kurulacak alanın uygunluğu incelenecektir. Komisyonun raporu tavsiye niteliğinde olacaktır. Mevcut pazar yerleri de, pazar yeri kuruluş komisyonu tarafından incelenecektir. İnceleme sonucunda mevcut Pazar yerlerinin Yönetmelik'teki şartlara sahip olmadığının anlaşılması durumunda; Büyükşehir Belediyesi sınırı ve mücavir alanları içindeki pazar yerleri 01.01.2017, diğer yerlerdeki pazar yerleri ise 01.01.2016 tarihine kadar ilgili belediyece mevzuata uygun hâle getirilecektir.

Pazar yerinde bulunması zorunlu hizmet tesisleri

- Pazarcı ve Üretici Satış Yerleri,
- Zabıta Bürosu,
- Çöp Toplama Yeri,
- Elektronik Tartılar,
- Hoparlör Sistemi,
- Aydınlatma Sistemi,
- Güvenlik Kamerası,
- Tuvaletler.

Pazar yerlerinin taşınması ve kapatılması

- Çevreye, altyapıya ve trafiğe yük getiren, ulaşım imkânları ve alan büyüklüğü yetersiz olan ve uygun çalışma ortamı bulunmayan pazar yerleri belediye meclisinin kararı ile başka bir alana taşınabilecek ya da kapatılabilecektir.
- Pazar yerlerinin taşınması ya da kapatılmasında, pazar yeri kuruluş komisyonunun inceleme raporu dikkate alınacaktır.

Tahsis işlemleri

- Semt pazarlarındaki satış yerleri pazarcılara ve üreticilere, üretici pazarlarındaki satış yerleri ise münhasıran üreticilere tahsis edilecektir.
- Organik malların satışa sunulduğu semt pazarlarındaki satış yerleri, yalnızca organik mal üreten üreticilere veya bu tür malları satan pazarcılara tahsis edilecektir.
- Satış yeri tahsisi, yalnızca Yönetmelik'te belirtilen şartlara sahip pazarcı veya üreticilere yapılacaktır.
- Vefat etme veya çalışamayacak derecede kaza geçirme, hastalık ya da yaşlılık gibi zaruri hâllerde satış yerleri, belediye encümeni kararı ile kanuni mirasçılara devredilebilecektir.
- Devir işlemlerinden herhangi bir ücret tahsil edilmeyecektir.

Tahsis ücreti

- Tahsis ücreti, satış yerinin kullanımı sonrasında, belediye meclisince her yıl belirlenecek tarifeye göre, belediyelerce makbuz karşılığında günlük olarak tahsil edilecektir.
- Üreticilerden alınacak tahsis ücreti, 2464 sayılı *Belediye Gelirleri Kanunu'nda* yer alan tarifedeki en alt orandan hesaplanacaktır.
- Meslek kuruluşları, belediyelerle yapılan protokoller çerçevesinde verdikleri hizmetler için, 5362 sayılı Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları Kanunu kapsamında makbuz karşılığında ücret tahsil edebileceklerdir.
- Tahsis sahiplerinden, bunlar dışında herhangi bir ad altında ücret tahsil edilemeyecektir.

Satış işlemleri

- Sebze ve meyveler ile belediye encümenince satışına izin verilen diğer gıda ve ihtiyaç maddeleri perakende olarak satılacaktır.
- Aynı kap veya ambalaj içine değişik kalitede ve/veya üzerinde yazılı olan miktardan az mal konulamayacaktır.
- Çevreyi rahatsız edecek şekilde satış yapılamayacak, tüketiciye karşı sözlü veya fiilî kötü muamelede bulunulamayacaktır.
- Satışlarda, kese kâğıdı, doğada çözünebilen ya da bezden imal edilmiş poşetler kullanılacaktır. Bunların kullanımı, 01.01.2014 tarihinden itibaren zorunlu olacaktır.

- Satışlarda, malların üzerinde veya kap ya da ambalajlarında sistem üzerinden alınan belge veya barkodlu etiket bulundurulacaktır.
- Künye yerine, 01.01.2014 tarihine kadar fiyat etiketi de kullanılabilecektir.

Tahsis sahiplerince uyulacak hususlar

- Satış yerlerine, satış yeri numaralarını gösteren bir tanıtım levhası yerleştirilecektir.
- Satışa sunulan her bir mal çeşidi için, mala ilişkin bilgilerin yer aldığı fiyat etiketi düzenlenecektir.
- Elektronik tartı kullanımı, 01.01.2015 tarihinden itibaren zorunlu olacaktır.
- Yönetmelik'te belirlenen şekle uygun kimlik kartları, tahsis sahiplerince yakalarında bulundurulacaktır.
- Özellikleri ilgili meslek kuruluşunun görüşü alınarak belediyelerce belirlenen mevsim şartlarına uygun kıyafetler, tahsis sahiplerince kullanılacaktır.

Hal Hakem Heyeti ve Toptancı Hal Konseyi Hakkında Yönetmelik

Bu Yönetmelik'in amacı, hal hakem heyeti ile toptancı hal konseyinin kuruluş ve çalışmalarına ilişkin usul ve esasları düzenlemektir. Yönetmelik'in kapsamında;

- Hal hakem heyetinin kuruluş ve yetki alanı, görev ve yetkileri, toplantı ve kararları,
- Hal hakem heyeti üyeleri, bunların nitelikleri ve görev süresi,
- Toptancı hal konseyinin oluşumu, görevleri, toplantı ve çalışma esasları yer almaktadır.

Hal hakem heyetinin kuruluşu ve yetki alanı

- Hal hakem heyetleri il merkezlerinde kurulacaktır. Gümrük ve Ticaret Bakanlığınca gerekli görülmesi hâlinde ilçe merkezlerinde de hal hakem heyeti kurulabilecektir.
- İlçe merkezlerinde hakem heyeti kurulmasında, o yerdeki toptancı hali ve pazar yeri adedi, üretici ve meslek mensubu sayısı, işlem hacmi, uyuşmazlık sayısı ile bütçe imkânları dikkate alınacaktır.
- İl hakem heyetinin yetki alanı il; ilçe hakem heyetinin yetki alanı ilçe sınırları olacaktır.
- İlçe hakem heyetinin yetki alanı, bulunduğu il sınırları içindeki diğer ilçeleri kapsayacak şekilde Gümrük ve Ticaret Bakanlığı İl Müdürlüğünün görüşü alınarak Gümrük ve Ticaret Bakanlığınca genişletilip daraltılabilecektir.

Hal hakem heyetinin görev ve yetkileri

- Hal hakem heyetleri, üreticiler ile meslek mensupları arasında veya meslek mensuplarının kendi aralarında ortaya çıkan uyuşmazlıklara çözüm bulmakla görevli ve yetkili olacaktır.

- İdari para cezaları dışındaki tüm uyuşmazlıklar, hakem heyetinin görev ve yetkisi kapsamındadır.
- Toptancı halleri ve pazar yerlerinin yönetim ve işleyişinden kaynaklanan uyuşmazlıklar da bu kapsama dâhildir.

Hal hakem heyetinin üyeleri

Hal hakem heyeti, illerde Gümrük ve Ticaret Bakanlığı İl Müdürü veya görevlendireceği bir personel, ilçelerde ise kaymakam veya görevlendireceği bir kamu görevlisi başkanlığında;

- İl Gıda, Tarım ve Hayvancılık Müdürlüğü,
- Belediye,
- Baro,
- Ziraat Odası,
- Ziraat/Gıda Mühendisleri Odası,
- Ticaret ve/veya Sanayi Odası,
- Esnaf ve Sanatkârlar Odaları Birliği,
- En Fazla Üyeye Sahip Tüketici Örgütü,
- En Fazla Üyeye Sahip Komisyoncu ve/veya Tüccar Derneği tarafından görevlendirilecek veya seçilecek birer temsilciden oluşacaktır.

Hal hakem heyeti üyeleri ve raportör

- Hakem heyeti üyelerinin görev süresi 2 yıl olacaktır.
- Üyeler, aynı hakem heyetinde üst üste en fazla iki dönem görev yapabilecektir.
- Heyetin çalışma ve kararlarına yönelik görevleri yürütmek üzere bir raportör görevlendirilecektir.
- İşlem yoğunluğu fazla olan hakem heyetlerinde, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı izni ile birden fazla raportör olabilecektir.
- Raportör, illerde Gümrük ve Ticaret Bakanlığı il müdürlüğü personeli arasından, ilçelerde ise kamu görevlileri arasından görevlendirilecektir.
- Hakem heyeti üyeleri ile raportörlere, katıldıkları her toplantı için huzur hakkı ödenecek; ancak, huzur hakkı ödenecek toplantı sayısı bir ayda ikiden fazla olamayacaktır.

Hal hakem heyeti toplantıları ve kararları

- Hakem heyetine, uyuşmazlık konusunu içeren bir dilekçe ile başvurulacaktır.
- Başvurular, mal alım satım işlemlerinden kaynaklanan uyuşmazlıklarda malı alan ya da satanın faaliyet gösterdiği; diğer uyuşmazlıklarda ise müracaat sahibinin faaliyet gösterdiği veya ikamet ettiği yerdeki hakem heyetine yapılacaktır.

- Tarafları ve konusu aynı olan uyuşmazlıklarla ilgili farklı hakem heyetlerine ya da aynı hakem heyetine birden fazla başvuru yapılamayacaktır.
- Toplantılar her ayın birinci ve on altıncı gününde yapılacaktır. Heyet, başkanın çağrısı üzerine olağanüstü toplanabilecektir.
- Heyet, en az altı üye ile toplanacak ve katılanların yarısından bir fazlasının oyu ile karar alabilecektir.
- Uyuşmazlığa ilişkin inceleme, raportör tarafından hazırlanan rapor ve ilgili belgelerin yer aldığı dosya üzerinden yapılacaktır.
- Hakem heyeti, tarafları dinleyebilecek veya uyuşmazlığa ilişkin konularla sınırlı olmak kaydıyla ilgili kişi veya kuruluşlardan bilgi ve belge isteyebilecektir.
- Değeri elli bin Türk lirasının altında bulunan uyuşmazlıklara ilişkin hakem heyetinin vereceği kararlar, ilam hükmünde olacaktır. Bu kararlara karşı, ticari davalara bakmakla görevli asliye ticaret mahkemesine itiraz edilebilecektir.
- Bunun dışındaki diğer uyuşmazlıklar hakkında heyetin vereceği kararlar, ilgili mahkemelerde delil olarak ileri sürülebilecektir.

Toptancı hal konseyinin kuruluşu ve üyeleri

- Malların ticaretinin kanunun amacına uygun olarak yapılmasının sağlanması hususunda bilgi ve görüş alışverişinde bulunmak,
- Sorunları incelemek ve önlemleri tespit etmek amacıyla,

uygulamayla ilgili kurumlar arasında iş birliğini sağlamak üzere toptancı hal konseyi oluşturulmuştur. Konsey, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarının Başkanlığında;

- Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (İki temsilci),
- İçişleri Bakanlığı,
- Maliye Bakanlığı,
- Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı,
- Ekonomi Bakanlığı,
- Türk Standartları Enstitüsü Başkanlığı,
- Türk Akreditasyon Kurumu,
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği,
- Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu,
- Türkiye Ziraat Odaları Birliği,
- Türkiye Belediyeler Birliği,
- Komisyoncu veya tüccarların ayrı ayrı ya da birlikte oluşturduğu derneklerin mensup olduğu en fazla üyeye sahip federasyon,

- Tüketici örgütlerinin mensup olduğu en fazla üyeye sahip federasyon,
- En fazla üyeye sahip üretici örgütü tarafından belirlenecek üst düzey birer temsilci

olmak üzere on altı kişiden oluşacaktır.

Toptancı hal konseyinin toplantı ve çalışmaları

- Konsey, başkanın çağrısı üzerine yılda bir kez Ankara'da toplanacaktır. İhtiyaç hâlinde başkanın çağrısı üzerine olağanüstü olarak da toplanabilecektir.
- Konsey toplantılarında alınan kararlar tavsiye niteliğinde olacak ve öncelikle ele alınmak üzere ilgili mercilere iletilebilecektir.
- Diğer kurum ve kuruluş temsilcileri ile uzman kişiler, gündemdeki konularla ilgili olarak toplantılara katılmak ve görüş bildirmek üzere davet edilebilecektir.
- Konseyin sekretarya hizmetleri, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı tarafından yerine getirilecektir.

Sebze ve Meyve Ticareti ile Hal Kayıt Sistemi Hakkında Tebliğ

Bu Tebliğ, 5957 sayılı Sebze ve Meyveler ile Yeterli Arz ve Talep Derinliği Bulunan Diğer Malların Ticaretinin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un 15. ve 16. maddelerine dayanılarak hazırlanmıştır. Bu Tebliğ'in amacı, sebze ve meyve ticaretinin kaliteli, standartlara ve gıda güvenilirliğine uygun olarak serbest rekabet şartları içinde yapılmasını sağlamak, toptancı hali içinde veya dışında işlem gören sebze ve meyvelere ilişkin bilgileri elektronik ortamda tutmak, izlemek ve duyurmak, meslek mensupları ile diğer ilgilileri kayıt altına almak, bunlara yönelik veri tabanı oluşturmak ve toptancı halleri arasında ortak bilgi paylaşımını ve iletişimi sağlamaktır. Tebliğ, bildirimcilere, bildirim işlemlerine, hal rüsumu ve paylaşımına, hal kayıt sistemine ve bu sistemi kullanacaklara ilişkin görev, yetki ve sorumlukların belirlenmesine yönelik usul ve esaslar ile sebze ve meyve ticaretine ilişkin diğer hususları kapsamaktadır.

10.5.2. Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik

4250 Sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu

Bu Kanun'un amacı, her türlü ispirto ve ispirtolu içkinin üretimi, iç ve dış alım ve satımı, dağıtımı ve fiyatlandırılmasına ilişkin usul ve esasları düzenlemektir.

11 Haziran 2013 tarihli ve 28674 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan ve 6487 sayılı **Bazı Kanunlar ile 375 sayılı Kanun Hükmünde Kararnamede Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun** ile **4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu'nda** değişiklik yapılmıştır. Söz konusu Kanun'a göre;

4250 sayılı Kanun'un 6., 7. ve 9. maddeleri yeniden düzenlenip 19. ve 28. maddeleri yürürlükten kaldırılırken; Kanun'a geçici bir madde eklenmiştir. 6. maddede alkollü içki satış ve tanıtımına dair genel düzenlemeler/kısıtlamalar yer alırken, 7. maddede 6. madde ihlalleri için öngörülen para cezaları düzenlenmiş ve dolayısıyla para cezası düzenlemesi bulunan 28. madde yürürlükten kaldırılmıştır. 9. madde ise satış belgesi alınmasına dair olup

geçici maddede içki satışı yapılan yerlere dair düzenlemeler yer almaktadır; bu kapsamda ise 19. madde yürürlükten kaldırılmıştır.

Alkollü içkilerin tanıtımına dair düzenlemeler

Kanun'un yeniden düzenlenen 6. maddesi uyarınca, alkollü içkilerin her ne surette olursa olsun reklamı ve tüketicilere yönelik tanıtımı yapılamamaktadır.

Hâlihazırda, 07.01.2011 tarih ve 27808 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan **Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik**'in 24. maddesi uyarınca, her çeşit alkollü içkinin televizyon, kablolu yayın, radyo ve kamu yayın araçlarıyla reklamının yapılması yasak kapsamındaydı. Yeni düzenleme ile alkollü içkilerin reklam ve tanıtımının yapılması tamamen yasaklanmakta, bu yasak yazılı basını ve interneti de kapsamaktadır.

6. maddede yer alan bir düzenleme de, alkollü içkilerin kullanılmasını ve satışını özendiren veya teşvik eden promosyon ve etkinlik yapılamayacağıdır. Bu hüküm uluslararası düzeyde düzenlenen özel fuar, bilimsel yayın ve faaliyetleri de kapsamaktadır. Dolayısıyla tüketicilere yönelik şarap tadımı, bağ bozumu gibi etkinliklerin düzenlenmesi Kanun'da yapılan değişikliklerden sonra mümkün görünmemektedir.

Ayrıca değişiklikler uyarınca, alkollü içki üreticilerinin, ithal edenlerin ve pazarlayanların etkinliklere ürünlerinin marka, amblem veya işaretlerini kullanarak sponsor olmaları da artık mümkün değildir. Bununla birlikte, alkollü içki satılan işletmelerde, servis amaçlı malzemelerde marka, amblem ve logo kullanılması serbesttir. Ancak "servis amaçlı" ifadesinin hangi materyalleri kapsayacağı açık değildir. Yukarıdakilere ek olarak, 6. maddenin 2. fıkrası uyarınca, promosyon, teşvik, eşantiyon veya bedelsiz olarak alkollü içki dağıtılamaz.

Alkollü içkilerin satışına dair düzenlemeler

Alkollü içkilerin 18 yaş altına satılamayacağı veya servis edilemeyeceği 6. maddenin 3. fıkrası ile düzenlenmiştir. Bunun yanında, alkollü içkiler, otomatik satış makineleri, basın ve yayın yolu ile satılamaz, posta yolu ile gönderilemez.

Yukarıdaki düzenlemelere ek olarak, perakende olarak alkollü içki satımı yapan işletmelere, ilgili satışlar açısından saat sınırlaması getirilmiştir. Buna göre, alkollü içkiler akşam 22.00 ile sabah 06.00 arasında perakende olarak tüketiciye satılamaz.

Getirilen bir diğer düzenleme ise, alkollü içkilerin içki servisine izin verilen işletmelerde tüketilmesine dairdir. Şu kadar ki, müşteriler söz konusu alkollü içkileri işletme dışında tüketemeyecek, bu şekilde tüketilmek üzere alkollü içki satışı yapılamayacaktır.

Alkollü içki satışı yapan işletmelerin mağaza düzenlerini de değiştirmeleri gerekebilir. Zira Kanun'un 6. maddesinin 7. fıkrası uyarınca alkollü içkiler mağazanın dışından görülecek şekilde perakende olarak satışa sunulamaz.

6. maddenin son fıkrası gereği, otoyollardaki ve devlet karayollarındaki yapı ve tesislerde alkollü içki satışına ve tüketimine izin verilmeyecek, öğrenci yurtları, sağlık hizmeti verilen yerler, spor müsabakası yapılan stadyum ve kapalı spor salonları, her türlü eğitim

ve öğretim kurumları, kahvehane, kıraathane, pastane, bezik ve briç salonları ile akaryakıt istasyonlarının mağaza ve lokantalarında alkollü içkilerin satışı yapılamayacaktır.

Kanun'un 9. maddesinde yapılan değişiklikle, turizm belgeli işletmeler haricinde, içki satışının yapıldığı işletmeler ile eğitim kurumları, dershaneler, öğrenci yurtları ve ibadethaneler arasında en az yüz metre mesafe bulunması şartı getirilmiştir. Bu şart, ilgili maddenin yayımından önce iş yeri açma ruhsatı ve satış belgesi almış işletmelere uygulanmazken; ilgili şart aranmadan devir, ancak birinci ve ikinci dereceden kan hısımlarına yapılabilmektedir.

Alkollü içkilerin ambalajlarına dair düzenlemeler

Kanun ile getirilen yeni düzenlemeye göre, tütün ürünlerinde olduğu gibi, alkollü içkiler üzerinde de uyarı mesajları yer almalıdır. Bu mesajlarda ise alkollü içkilerin zararları belirtilir ve mesajlar resim veya grafik şeklinde olabilir. Bu şekilde uyarı mesajları taşımayan alkollü içkilerin satışı yapılamayacaktır. Söz konusu düzenlemenin istisnası ise ihraç amaçlı üretilen alkollü içkilerdir.

Bu düzenlemeye ek olarak, alkollü içkilerin ayırt edici işaretlerinin alkolsüz içki ve ürünlerde kullanılamayacağı da hüküm altına alınmıştır. Aynı şekilde, alkolsüz içkilerin marka ve ayırt edici işaretleri de alkollü içkiler üzerinde kullanılamaz. Bu düzenlemeden, ihraç amaçlı ürünler yine muaf tutulmuştur.

Kanun'a getirilen değişiklikler ile alkollü içkilerin satım ve tanıtımı sıkı düzenlemelere tabi tutulmuştur. Söz konusu düzenlemelere uyulmadığı takdirde, Kanun'un 7. maddesi uyarınca 5 bin ile 500 bin Türk lirası arasında ceza uygulanılması mümkündür.

Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik

"Tütün Ürünlerinin Tüketilmemesine ve Satışına İlişkin Yasal Uyarılar Hakkında Yönetmelik" 17/04/2010 tarih ve 27555 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Söz konusu Yönetmelik'te; kamu hizmet binaları ve özel hukuk kişilerine ait olan ve birden çok kişinin girebileceği her türlü eğitim, sağlık, üretim, ticaret, sosyal, kültür, sanat, spor, eğlence hizmeti verilen yerler ile benzeri diğer kapalı alanlarda; taksi hizmeti verenler dâhil olmak üzere karayolu, demiryolu, denizyolu, havayolu ve benzeri toplu taşıma araçlarında asılması zorunlu yasal uyarıların şekli ve içeriğine ilişkin esaslar belirlenerek yasal uyarıların Türkçe olarak yazılacağı; ancak, Kültür ve Turizm Bakanlığından ve diğer kurumlardan işletme belgesi almış turistik amaçlı ve benzeri tesisler, müzeler, havaalanları ile yabancıların yoğun olarak bulunduğu diğer yerlerde, Türkçe uyarılara ilaveten en çok konuşulan yabancı dillerde uyarıların da asılabileceği hüküm altına alınmıştır.

Ayrıca, söz konusu Yönetmelik'te; yasal uyarıların asılması gereken yerlere, tütün ürünlerinin satışının yapıldığı yerlerde asılması zorunlu yasal uyarılara ve tütün ürünleri tüketimine tahsis edilen alanlarda asılması zorunlu yasal ve sağlık uyarılarına ilişkin esaslar da tespit edilmiştir.

Anılan Yönetmelik'te, belirtilen içerik ve şekil şartlarını taşımayan veya bunlar dışında ilave unsurlar içeren uyarı yazılarının geçerliliğinin olmayacağı; yasal uyarıları asma yükümlülüğünü yerine getirmeyenler ile yasal uyarıları belirlenen usul ve esaslara uygun olarak asmadığı belirlenenlerin, 4207 sayılı Kanun'un 5. maddesinin 11. fıkrası uyarınca mahalli mülki amir tarafından bin Türk lirası idari para cezası ile cezalandırılacağı; idari yaptırım uygulamasında 5326 sayılı Kabahatler Kanunu hükümlerinin dikkate alınacağı ve yasal uyarılarla ilgili olarak 4207 sayılı Kanun'la kendilerine yüklenen görevleri yerine getirmeyen memurlar ve diğer kamu görevlileri hakkında, ceza hukuku sorumluluğu saklı kalmak kaydıyla, tabi oldukları mevzuatta yer alan disiplin hükümlerinin uygulanacağı öngörülmüştür.

Türk Gıda Kodeksi Alkolsüz İçecekler Tebliği

Türkiye'de alkolsüz içecek üretimi ve kontrolü Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği'nin Alkolsüz İçecek Tebliği'ne (2007/26) göre yapılmaktadır. Tebliğ'de alkolsüz içeceklerin tekniğine uygun ve hijyenik şekilde üretilmesi, hazırlanması, işlenmesi, muhafazası, depolanması, taşınması ve pazarlanmasını sağlamak üzere bu ürünlerin özellikleri yer almaktadır. Tebliğ'e göre alkolsüz içeceklerde olması gereken özellikler şunlardır:

- Alkolsüz içecekler tiplerine özgü tat, koku, renk ve görünüşte olmalı, yabancı tat ve koku içermemelidir.
- İçeceklerde üretimin doğasından kaynaklanabilecek etil alkol miktarı en çok 3,0 g/L, laktik asit miktarı en çok 0,6 g/L, uçucu asit miktarı en çok 0,4 g/L olmalıdır.
- Ürünlerde kafein miktarı en çok 150 mg/L olmalıdır.
- Ürünlerde kinin miktarı sülfat tuzu cinsinden en çok 85 mg/L olmalıdır.
- Gazlı içeceklerdeki karbondioksit miktarı en az 2 g/L olmalıdır.
- Enerjisi azaltılmış alkolsüz içeceklerin hazırlanmasında şeker yerine veya şeker ile birlikte tatlandırıcı kullanılabilir.
- Enerjisi azaltılmış meyveli şuruplar hariç olmak üzere, meyveli şuruplarda refraktometrik katı madde miktarı en az %60 olmalıdır.
- Enerjisi azaltılmış aromalı şuruplar hariç olmak üzere, aromalı şuruplarda refraktometrik katı madde miktarı en az %60 olmalıdır.
- Meyveli içeceklerde meyve oranı, gazlı olanlarda ağırlıkça en az %4, gazsız olanlarda ise ağırlıkça en az %10 olmalıdır.
- Meyveli doğal mineralli içeceklerde meyve oranı, gazlı olanlarda ağırlıkça en az %4, gazsız olanlarda ise ağırlıkça en az %10 olmalıdır.
- Meyveli içecek tozlarından elde edilen tüketime hazır durumdaki meyveli içecekte meyve oranı ağırlıkça en az %10 olmalıdır.
- Aromalı şurup veya meyveli şurup kullanılarak elde edilen tüketime hazır durumdaki ürünlerin özellikleri, aromalı içecek veya meyveli içeceğin özelliklerine uygun olmalıdır.

Türk Gıda Kodeksi Kahve ve Kahve Ekstraktları Tebliği

Kahve ve kahve ekstraktlarının tekniğine uygun ve hijyenik şekilde üretim, hazırlama, işleme, muhafaza, depolama, taşıma ve piyasaya arzını sağlamak üzere ürün özelliklerini belirlemek amacıyla Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığınca hazırlanan **"Türk Gıda Kodeksi Kahve ve Kahve Ekstraktları Tebliği"** 03 Mart 2015 tarihli ve 29642 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Söz konusu Tebliğ ile düzenlenen hususlar, genel esasları ile aşağıda yer almaktadır.

- Tebliğ, çiğ çekirdek kahve, kavrulmuş kahve çekirdeği, öğütülmüş kahve ve kahve ekstraktı, çözünebilir kahve ekstraktı veya çözünebilir kahveyi kapsamaktadır.
- Tebliğ kapsamında, öğütülmüş kahvenin kimyasal özellikleri Tebliğ'in Ek-1'ine; kahve ekstraktı, çözünebilir kahve ekstraktı veya çözünebilir kahvenin kuru madde miktarları Tebliğ'in Ek-2'sine; kahve ekstraktı, çözünebilir kahve ekstraktı veya çözünebilir kahvenin fiziksel ve kimyasal özellikleri Tebliğ'in Ek-3'ne uygun olacaktır.
- Hazır ambalajlı hâle getirilmeksizin piyasaya arz edilen ürünler; satış yerlerinde ürüne dışarıdan teması engelleyecek, ancak ürün görselliğine de izin verecek şekilde uygun malzemeden yapılmış açılır-kapanır tezgâh dolaplarında muhafaza edilecek ve satış yetkilisi kontrolünde Türk Gıda Kodeksi Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzemeler Yönetmeliği'nde yer alan hükümlere uygun bir ambalaj malzemesi kullanılarak tüketiciye sunulacaktır.
- Tebliğ'in yayım tarihinden önce faaliyet gösteren gıda işletmecileri, 01/09/2016 tarihine kadar bu Tebliğ hükümlerine uyum sağlayacaktır. Bu tarihe kadar 02/12/2006 tarihli ve 26364 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Kahve ve Kahve Ekstraktları Tebliği (Tebliğ No: 2006/52) hükümlerinin uygulanmasına devam edilecektir.
- Tebliğ'de düzenlenen hususlara aykırı davrananlar hakkında ise 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu'nun ilgili maddelerine göre idari yaptırım uygulanacaktır.

10.5.3. Kasaplık (Balıkçılık, Celeplik, Şarkütericilik, Sakatatçılık, Tavukçuluk ve Yumurtacılık)

Hayvansal Gıdalar için Özel Hijyen Kuralları Yönetmeliği

Bu Yönetmelik'in amacı, hayvansal gıda üreten gıda işletmecisinin Gıda Hijyeni Yönetmeliği'nde belirtilen kurallara ek olarak uyması gereken özel hijyen gerekliliklerini belirlemektir. Yönetmelik; işlenmemiş ve işlenmiş hayvansal gıda üreten gıda işletmecisinin uyması gereken özel hijyen gerekliliklerini, sorumluluklarını ve yürüttüğü otokontrollere ilişkin usul ve esasları kapsar. Yönetmelik, bitkisel ve işlenmiş hayvansal ürünlerin her ikisini de içeren gıdalar için uygulanmaz. Ancak, bu tür gıdaların hazırlanmasında kullanılan işlenmiş hayvansal ürünler bu Yönetmelik'te belirtilen gerekliliklere uygun olarak elde edilir ve işleme tabi tutulur.

Bu Yönetmelik kapsamında gıda işletmecisi, hayvansal gıdanın yüzeyindeki bulaşmayı ortadan kaldırmak için, içilebilir su veya Gıda Hijyeni Yönetmeliği veya bu Yönetmelik'te kullanımına izin verilen temiz su dışında başka bir madde kullanamaz. Ancak bu amaç için, ruhsatlandırılmış veya izin verilmiş maddeler kullanılabilir. Bu maddelerin kullanımı, bu Yönetmelik'in gerekliliklerini yerine getirme konusunda gıda işletmecisinin sorumluluğunu ortadan kaldırmaz. Gıda işletmecisi, hayvansal dondurulmuş gıdalar söz konusu olduğunda aşağıdaki gerekliliklere uyar.

Gıdanın üretim tarihi olarak;

- Karkas, yarım karkas veya çeyrek karkaslar için kesim tarihi,
- Yaban av hayvanının gövdesi için avlanma tarihi,
- Balıkçılık ürünleri için hasat veya avlanma tarihi,
- Diğer hayvansal gıdalar için işleme, parçalama, kıyma veya hazırlama tarihi, esas alınır.

Gıda işletmecisi; insan tüketimi için amaçlanan dondurulmuş hayvansal gıdanın 29/12/2011 tarihli ve 28157 üçüncü mükerrer sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği'ne uyumlu olarak etiketlenmesi veya daha ileri bir işlemede kullanılması aşamasına kadar, gıdayı arz ettiği gıda işletmecisinin ve talebi hâlinde yetkili otoritenin, üretim tarihi ve üretim tarihinden farklı ise dondurma tarihi bilgilerine erişimini sağlar.

Gıda, farklı üretim ve dondurma tarihli ham maddeleri içeren bir partiden üretildiğinde en eski ham maddenin üretim tarihi ve/veya dondurma tarihi esas alınır.

Dondurulmuş gıdayı sunan gıda işletmecisi, istenen bilgileri açık ve kesin bir şekilde sağlıyorsa ve bilgileri gerektiğinde yeniden verebiliyorsa bu bilgileri kendisinin belirleyeceği bir şekilde sunabilir.

NOT: 27.12.2011 tarihli ve 28155 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Hayvansal Gıdalar için Özel Hijyen Kuralları Yönetmeliği'nin 87. maddesinin birinci fıkrasının (a) bendi, "Hayvansal Gıdalar için Özel Hijyen Kuralları Yönetmeliği'nde Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik" ile yeniden düzenlenmiştir.

Buna göre, Yönetmelik'in "Yürürlük" başlıklı 87. maddesinin (a) bendinde yapılan değişiklikle;

- "Süt üreten hayvancılık işletmecisi ve gıda işletmecisinin" uyması gereken hususları düzenleyen 56. maddesinin birinci fıkrasının (c) bendinin,
- "Süt ürünleri üreten işletmelerde kullanılacak olan çiğ ve ısıl işlem görmüş inek sütü için" uyulması gereken hususları düzenleyen 57. maddesinin üçüncü fıkrasının,
- "Bakteri ve somatik hücre sayısı açısından kriterleri karşılamayan çiğ sütün, en az 60 günlük periyotta dinlendirilmesi ve olgunlaştırılması şartıyla Yönetmelik amaçlarına aykırı olmayacak şekilde peynir üretiminde kullanımına" izin verilmesine

ilişkin istisnai uygulamayı düzenleyen 85. maddenin dördüncü fıkrasının yürürlük tarihi 31.12.2017 tarihine ertelenmiştir.

Hayvansal Gıdaların Resmî Kontrollerine İlişkin Özel Kuralları Belirleyen Yönetmelik

Bu Yönetmelik, 11.6.2010 tarihli ve 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu'nun 31. maddesine dayanılarak, 854/2004/EC sayılı Hayvansal Gıdaların Resmî Kontrollerine İlişkin Avrupa Parlamentosu ve Konsey Tüzüğü hükümlerine paralel olarak hazırlanmıştır.

Bu Yönetmelik'in amacı; gıda hijyeni, halk sağlığı, hayvan sağlığı ve hayvan refahı kuralları gözetilerek Gıda ve Yemin Resmî Kontrollerine Dair Yönetmelik hükümlerine ilave olarak hayvansal gıdaların resmî kontrol esaslarını belirlemektir. Yönetmelik sadece, Hayvansal Gıdalar için Özel Hijyen Kuralları Yönetmeliği'nin uygulandığı faaliyetlere ve ilgililere uygulanacak resmî kontrollere ilişkin usul ve esasları kapsamaktadır.

Yönetmelik'in 3. bölümünde *Hayvansal Gıdaların Resmî Kontrollerine Yönelik Genel İlkeler*; 4. bölümünde *Çiğ Ete İlişkin Resmî Kontroller*; 5. bölümünde *Resmî veya Yetkilendirilmiş Veteriner Hekimin Tetkik Görevleri*; 6. bölümünde *Kontrolleri Takip Eden Faaliyetler*; 7. bölümünde *Sorumluluklar ve Kontrollerin Sıklığı*; 8. bölümünde *Mesleki Yeterlilik*; 9. bölümünde *Özel Şartlar;* 10. bölümünde *Canlı Çift Kabuklu Yumuşakçalara İlişkin Resmî Kontroller*; 11. bölümünde *Balıkçılık Ürünlerine İlişkin Resmî Kontroller*; 12. bölümünde *Çiğ Süt, Kolostrum, Süt Ürünleri ve Kolostrum Bazlı Ürünlere İlişkin Resmî Kontroller* ile ilgili hükümler yer almaktadır.

Küçük Miktarlardaki Yumurtanın Doğrudan Arzına Dair Yönetmelik

5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu'nun 44. maddesine dayanılarak Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından hazırlanan Küçük Miktarlardaki Yumurtanın Doğrudan Arzına Dair Yönetmelik, 12 Eylül 2015 tarihli ve 29473 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Üreticisi tarafından küçük miktarlardaki yumurtanın son tüketiciye veya son tüketiciye doğrudan satışını yapan yerel perakendecilere doğrudan arzına ilişkin hususları belirlemek amacıyla yayımlanan söz konusu Yönetmelik'te esnaf ve sanatkarlar ile ilgili hususlar şunlardır;

- Küçük miktardaki yumurtanın doğrudan arzını gerçekleştiren birincil üretimden sorumlu gıda işletmecisi; sadece kendi üretiminden elde ettiği yumurtaları, üretimin tamamını kapsayacak şekilde son tüketiciye veya yerel perakendeciye doğrudan küçük miktarlarda; evcil tavuk ve evcil tavuk dışındaki kanatlılardan elde edilen yumurtaları ise üretim yerinde veya yerel pazar yerlerinde doğrudan son tüketiciye arz edecek, bu Yönetmelik kapsamındaki küçük miktarlardaki yumurtaları internet üzerinden arz edemeyecektir.
- Yerel perakendecilere, sadece evcil tavuklardan elde edilen yumurtalar arz edilecektir. Yerel perakendeci; birincil üretimden sorumlu gıda işletmecisinden bu Yönetmelik kapsamında tedarik ettiği yumurtaları başka bir gıda işletmesine son tüketiciye satış amacıyla işleyecek, muameleye tabi tutacak veya depolayacaktır.

- Küçük miktarlardaki yumurtayı doğrudan arz etmek isteyen birincil üretimden sorumlu gıda işletmecisi bu Yönetmelik'in 6. maddesine göre Gıda Tarım ve Hayvancılık İl Müdürlüğünden, il müdürlüğünce yetki verilmesi hâlinde Gıda Tarım ve Hayvancılık İlçe Müdürlüğünden izin belgesi ve numarası almak zorundadır.
- Birincil üretimden sorumlu gıda işletmecisi tarafından son tüketiciye ve yerel perakendecilere toplam miktarı, her bir hayvancılık işletmesi için haftalık olarak 1.500 adedi geçmeyecektir. Küçük miktarlardaki yumurta; en fazla 250 adet kanatlı hayvana sahip her bir hayvancılık işletmesinden elde edilen yumurta miktarıdır.
- Yumurtalar, yumurtlama tarihinden itibaren en fazla 21 gün içerisinde son tüketiciye ulaştırılacaktır. Yumurtaların son tüketim tarihi yumurtlama tarihinden itibaren 28 günden fazla olmayacaktır.
- Yumurtalar son tüketiciye satış sırasında tüketicinin talebi doğrultusunda, gıda ile temasa uygun tek kullanımlık malzeme veya tüketici tarafından sağlanan malzeme içerisine yerleştirilerek, doğrudan satış için hazır ambalajlı hâle getirilerek veya hazır ambalajlı yumurta olarak arz edilebilecek; yerel perakendeciye ise gıda ile temasa uygun tek kullanımlık ambalajlama/paketleme malzemesi içerisinde hazır ambalajlı yumurta olarak arz edilecektir.
- Yumurtanın son tüketiciye arzı sırasında; birincil üretimden sorumlu gıda işletmecisinin adı ve soyadı veya ticari unvanı, adresi ile işletme ve kümes numarası, yumurtalara ait olduğu kanatlı türü, yumurtlama tarihi, yumurtaların son tüketim tarihi, izin belgesi tarihi ve numarası, tüketicinin kolaylıkla görebileceği ve okuyabileceği bir şekilde sunulacaktır. Hazır ambalajlı yumurtaların son tüketiciye veya yerel perakendeciye arzında ise bu bilgiler, gıdanın ambalajı üzerinde veya ambalaja yapıştırılmış bir etiket üzerinde yer alacaktır.

Türk Gıda Kodeksi Et ve Et Ürünleri Tebliği

Çiğ et, kıyma, hazırlanmış et karışımları ve et ürünlerinin tekniğine uygun olarak üretilmesi, ambalajlanması ve piyasaya arzına ilişkin hususları belirlemek amacıyla hazırlanan **Türk Gıda Kodeksi Et ve Et Ürünleri Tebliği** 5 Aralık 2012 tarihli ve 28488 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmıştır.

Söz konusu Tebliğ ile düzenlenen hususlar, genel esasları ile aşağıda yer almaktadır.

- **Kanatlı eti ve kırmızı et karıştırılarak ürün üretilemeyecektir.** Ancak kırmızı etler ve kanatlı etler kendi içinde karıştırılarak ürünler üretilebilecektir. Örneğin; tavuk-hindi eti karışımından ya da dana-koyun eti karışımından sosis, salam vb. ürünler üretebilecektir.
- Daha önceden salam, sosis gibi emülsifiye et ürünlerinde mekanik olarak ayrılmış etlerin (kemiğe yapışmış etin mekanik olarak ayrılması) kullanımına izin verilirken, yeni düzenlemeye göre **mekanik olarak ayrılmış etlerin Tebliğ kapsamında yer alan ürünlerde kullanımına izin verilmeyecektir.**

- Mevcut uygulamada *"Isıl işlem görmüş sucuk benzeri ürün"* olarak adlandırılan ürün; yeni Tebliğ'de ***"Isıl işlem görmüş sucuk"*** olarak adlandırılacaktır.
- Fermente sucukta, ısıl işlem görmüş sucukta, pastırmada, dönerde, köftede **et kaynaklı olmayan proteinler, nişasta ve nişasta içeren maddeler ile soya ve soya ürünleri ilave edilemeyecektir.**
- Tebliğ kapsamındaki ürünlere ilişkin genel etiketleme kurallarına ek olarak özel kurallar belirlenmiştir. Ürün isimleri, aynı renk, aynı yazı karakterinde olacak ve yazıdaki **harf büyüklüğü en az 3 mm olacaktır.**
- Tebliğ kapsamındaki ürünlere, monosodyum glutamat gibi katkı maddeleri ile et aromaları katılamayacaktır.
- Tebliğ kapsamında et ürünlerine ilişkin fermente sucuk, ısıl işlem görmüş sucuk, köfte, döner, kavurma, pastırma gibi ürün tanımları ve ürünlere ait özellikler belirlenmiştir.
- Bu Tebliğ kapsamında yer alan çiğ kırmızı et, çiğ kanatlı eti, kıyma, hindi kıyması, hazırlanmış kırmızı et karışımları ve hazırlanmış kanatlı eti karışımlarını üreten ve/veya satan iş yerlerinde farklı hayvan türlerine ait etler, birbirinden ve diğer gıdalardan ayrı olarak üretilip ayrı olarak satışa sunulacaktır.
- Perakende işletmede son tüketiciye satış aşamasında kıyma, hazırlanmış kırmızı et karışımları ve hazırlanmış kanatlı eti karışımları üretimlerini takiben doğrudan satış için hazır ambalajlı hâle getirilerek günlük olarak satışa sunulabilecektir. Çiğ kırmızı etler ve çiğ kanatlı etleri ise asgari hijyenik şartlar göz önünde bulundurularak, 29/12/2011 tarihli ve 28157 sayılı 3. mükerrer Resmî Gazete'de yayımlanan **Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği'**nin 13. maddesinin üçüncü fıkrası hükümlerine uygun olarak satışa sunulabilecektir.[44]
- Bu konularda faaliyet gösteren işletmelere 1 Mart 2013 tarihine kadar uyum süresi verilecektir.
- Bu tarihten sonra Tebliğ'e aykırı davrananlar hakkında ise Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu'nun ilgili maddelerine göre idari yaptırım uygulanacaktır.

NOT: İlgili Tebliğ'in 7. maddesinin ikinci fıkrası "TGK–Et ve Et Ürünleri Tebliğinde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ" (Tebliğ No:2016/3) ile yeniden düzenlenmiştir. Tebliğ'in "Et Ürünleri Ürün Özellikleri" başlıklı 7. maddesinin ikinci fıkrasında yapılan değişikliğe göre; et ürünleri karkas etinden veya sakatattan hazırlanabilecek, ancak dilli salam hariç olmak üzere fermente sucuk, ısıl işlem görmüş sucuk, pastırma, kavurma, jambon, köfte, kanatlı köfte, döner, kanatlı döner ve emülsifiye et ürünleri gibi karkas etinden üretilen et ürünlerine sakatat katılmayacaktır. Sakatattan hazırlanan et ürünlerine ise karkas eti katılabilecektir.

[44] 18.07.2016 tarihli ve 29774 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan değişiklik ile hazırlanmış et karışımı olarak günlük 10 kg köfte üretilebilmektedir.

Türk Gıda Kodeksi Peynir Tebliği

Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği'ne ve Hayvansal Gıdalar için Özel Hijyen Kuralları Yönetmeliği'ne dayanılarak Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından hazırlanan 2015/6 sayılı "Türk Gıda Kodeksi Peynir Tebliği" 8 Şubat 2015 tarihli ve 29261 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Peynirlerin tekniğine uygun ve hijyenik şekilde üretilmesi, işlenmesi, muhafaza edilmesi, taşınması ve piyasaya arz edilmesine ilişkin özelliklerini belirlemek amacıyla yayımlanan söz konusu Tebliğ'e göre;

- Peyniraltı suyu peynirlerinin üretiminde yağı standardize etmek amacıyla krema ve randımanı artırmak amacıyla da süt kullanılabilecek ancak toplam protein içeresindeki serum protein oranı yüzde 75'in (m/m) altında olamayacaktır.
- Peynire işlenecek süt, çiğ olarak peynire işlenebileceği gibi termizasyon, pastörizasyon veya daha yüksek sıcaklıklarda uygulanan ısıl işlemden sonra da peynire işlenebilecektir. Çiğ sütten veya termizasyon işlemi uygulanan sütlerden üretilen ve telemesi (pıhtıdan peyniraltı suyunun ayrılmasıyla elde edilen ürün) haşlanmamış peynirler, taze olarak piyasaya arz edilemeyecektir. Bu peynirler üretimden sonra en az 4 ay uygun koşullarda olgunlaştırıldıktan sonra piyasaya arz edilebilecektir. Taze olarak tüketilen peynirlere işlenen çiğ sütler, en az pastörizasyon normlarında ısıl işleme tabi tutulacaktır.
- Üretimde nişasta ve nişasta bazlı ürünler, soya ve soya ürünleri, süt yağı dışındaki hayvansal yağlar, jelatin, bitkisel yağlar ile süt proteini dışındaki proteinler kullanılmayacaktır. Sadece aromalı veya çeşnili taze peynirlerde stabilizör amaçlı olarak nişasta, teknolojinin izin verdiği miktarda kullanılabilecektir.
- Küf kültürleri ile olgunlaştırılan peynirlerin küflendirme işlemleri, kontrollü iklimlendirme sağlanabilen ve hijyen koşulları uygun yerlerde yapılabilecektir.
- Peynirlerin içerebileceği maksimum tuz oranı, mevcut uygulamaya göre yüzde 35 ile yüzde 61 arasında değişen oranlarda azaltılacaktır. Peynir üretiminde türüne göre değişmek üzere yüzde 3 ile 7,5 arasında tuz kullanılabilecektir.
- Beyaz peynir, kaşar peyniri, tulum peyniri gibi peynirler tam yağlı, yarım yağlı, az yağlı ve yağsız olmak üzere 4 grupta satışa sunulacaktır. Kuru maddede en az yüzde 45 yağlı olan peynirler, tam yağlı kategorisinde yer alırken; yüzde 25 ila 45 yağlı olanlar yarım yağlı, yüzde 10 ila 25 yağ içerenler az yağlı, yüzde 10 ve altında yağ içerenler ise yağsız şeklinde adlandırılacaktır.
- Yağı azaltılmış veya benzeri ifadeler, kuru maddede yüzde 25'in altında yağ içeren peynirler için kullanılabilecektir. Bu ürünlerin yağ içeriği etiket bilgilerinde en az 3 milimetre yüksekliğinde punto karakterler kullanılarak yazılacaktır.
- Onaylı işletmelerde, rendeleme ve ufalama gibi fiziksel işlemler uygulanan peynirler, birbirleriyle karıştırılarak piyasaya sunulamayacaktır.
- Kaşar peyniri üretiminde emülsifiye edici tuz kullanılmayacaktır.

- Peynirler, Tebliğ kapsamında tanımlanan ürün adlarına veya coğrafi işaret olarak tescil edilmiş adlarına göre piyasaya arz edilecektir. Bu şekilde bir adlandırma yoksa, yöresel ya da ülkesel adlarına uygun olarak piyasaya sunulacaktır.
- Peynirlerin etiketinde, "köy peyniri", "geleneksel peynir", "doğal peynir", "çiftlik peyniri" gibi ibarelere/nitelemelere yer verilmeyecektir.
- Tebliğ kapsamında yer alan ürünlerde, koyun sütü aroması, keçi sütü aroması ve tereyağı aroması gibi süt ve süt ürünleri aroma vericileri kullanılmayacaktır.
- Sadece tek bir türe ait süt kullanılarak üretilen peynirlerde, türün adı peynir adı ile birlikte etikette belirtilebilecek ve hayvanın resmî kullanılabilecektir. Peynirin üretiminde farklı hayvan türlerine ait sütlerin karıştırılarak kullanılması durumunda kullanılan sütün elde edildiği türlerin adları, ürün adının yanında "koyun, keçi ve inek sütünden üretilmiştir" gibi ifadelerle belirtilecektir. Ancak bu ürünlerin etiketinde inek, koyun, keçi gibi türlere ait görsellere yer verilmeyecektir.
- En az 120 gün süre ile olgunlaştırılarak üretilen kaşar peynirlerinde "eski" ifadesi kullanılabilecektir.
- Tebliğ'e aykırı davrananlar hakkında, 11/06/2010 tarihli ve 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu'nun ilgili maddelerine göre idari yaptırım uygulanacaktır.
- Tebliğ'in yayımı tarihinden önce faaliyet gösteren gıda işletmecileri, Tebliğ hükümlerine 31 Aralık 2015 tarihine kadar uymak zorundadır. Tebliğ'in yayımı tarihinden önce faaliyet gösteren gıda işletmecileri tarafından 1 Ocak 2016'dan önce piyasaya arz edilen ürünler 31 Aralık 2016'ya; 1 Ocak 2016 tarihinden önce piyasaya arz edilen ve son tüketim tarihi 1 yıldan fazla olan peynirler 31 Aralık 2017'ye kadar piyasada bulunabilecektir.

1380 Sayılı Su Ürünleri Kanunu

Bu Kanun kapsamında;

- Devletin ve bu alanda faaliyet gösterenlerin sorumluluklarını tespit etmek, yerine getirilmesini sağlamak,
- Su ürünleri kaynaklarını koruma ve kullanma dengesi gözetmek,
- Kaynakların sürdürülebilir şekilde işletilmesi suretiyle en ekonomik şekilde toplumun hizmetine sunmak,
- Su ürünleri üretim ve ihracatını arttırmak suretiyle millî ekonomiye katkı sağlamak,
- Halkın yeterli ve dengeli beslenmesi için ihtiyaç duyulan hayvansal protein ihtiyacının karşılanması ve gıda güvenliğine katkı sağlanması amaçlanmıştır.

Kanun ile su ürünlerinin ve yaşam alanlarının korunmasına yönelik alınacak tedbirler, su ürünlerinin avlanılmasında kullanılacak olan balıkçı gemileri, av araçları ve gereçleri ile su ürünleri avcılığı, yetiştiriciliği, kayıt, verilerin toplanması ve pazarlama standartları ile

ilgili hususların düzenlenmesi, bunlara ilişkin uyulması gereken kurallar ile resmî kontrollerin nasıl yapılacağı ve aykırılık durumlarında uygulanacak yaptırımların belirlenmesi hükme bağlanmıştır. Aynı zamanda Kanun ile balıkçılık ve su ürünleri ile ilgili ulusal mevzuatının AB mevzuatı ile uyumlaştırılması amaçlanmıştır.

Su ürünlerinin yaşam alanlarını oluşturan ekolojinin korunması ve hayvan refahı konuları son yıllarda ulusların gündeminde daha fazla yer bulmakta, bunlara ilişkin yeni düzenlemeler getirilmektedir. Bu konular ile su ürünleri türlerinin nesillerinin devamlılığının sağlanmasına ilişkin hususlara da bu Kanun kapsamında yer verilmiştir.

Bu Kanun ile getirilen hükümlerin uygulanmasını temin etmek, suç ve kabahat sayılan fiillerin işlenmesinde caydırıcı olmak, aykırı fiillerin işlenmesi hâlinde uygulanacak cezai yaptırımları, bu cezaların tahsil ve itiraz usullerini belirlemek amacıyla cezalar ile ilgili düzenlemeler de yapılmıştır.

Kanun, su ürünlerinin avcılık ve yetiştiricilik yoluyla üretimi, avcılıkta kullanılacak av araç ve gereçleri, avlanma yöntemleri, kaynakların korunması, pazarlaması, kontroller gibi çok geniş bir alanı kapsamaktadır. Kanun'da ayrıca Anayasa'nın 7. maddesine uygun temel ilkeler koyularak genel çerçeve çizilmiş; ayrıntıların Anayasa'nın 124. maddesi çerçevesinde, kanun ve tüzüklerin uygulamasını göstermek üzere, idarenin yönetmelik çıkarabilme yetkisine dayanarak alt düzenlemelere bırakılması uygun bulunmuştur. Kanunda yetki ve sorumluluklara değinilerek, genel çerçeve çizilmiş, teknik konular ve uygulama ile ilgili ayrıntılar yönetmeliklere bırakılmıştır.

10.5.4. Lokantacılık

Bitkisel Atık Yağların Kontrolü Yönetmeliği

Çevre ve Şehircilik Bakanlığı tarafından hazırlanan "Bitkisel Atık Yağların Kontrolü Yönetmeliği" 06.06.2015 tarihli ve 29378 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmıştır. Söz konusu Yönetmelik'in amacı; bitkisel atık yağların oluşumundan bertarafına kadar çevre ve insan sağlığına zarar vermeden yönetiminin sağlanması, yönetiminde gerekli teknik ve idari standartların oluşturulması ve buna yönelik prensip, politika ve programların belirlenmesine ilişkin usul ve esasları düzenlemektir. Buna göre;

Yemeklik bitkisel yağ üreticileri;

- Bitkisel yağ ambalajlarının etiketlerinde "Bitkisel atık yağları lavaboya veya su, toprak gibi alıcı ortamlara dökmeyiniz." ibaresine yer vermekle,
- Piyasaya sürülen bitkisel yağ miktarlarını bir önceki yıl verilerini içerecek şekilde takip eden yılın mart ayı sonuna kadar Çevre ve Şehircilik Bakanlığına bildirmekle,
- Bitkisel atık yağların düzenli olarak toplanması amacıyla halkın eğitimi ve bilinçlendirilmesine yönelik çalışmaları desteklemekle,
- Belediyeler ile iş birliği yaparak, bitkisel atık yağların hanelerden Bakanlıkla belirlenen miktarlarda toplanması için gerekli sistemi kurmakla, üreticilerin bir araya gelerek kuracakları bitkisel atık yağ toplama organizasyonu için Bakanlıktan yetki

almakla, atık yönetim planlarını Bakanlığa sunmakla, bu faaliyetlere ilişkin Bakanlığa yıllık rapor vermekle,

- Üreticilerin bir araya gelerek kuracakları bitkisel atık yağ toplama organizasyonu için Atık Yönetimi Yönetmeliği'nin 21. maddesinde belirtilen hükümler çerçevesinde Bakanlıktan yetki almakla ve yetkilendirilmiş kuruluş yükümlülüklerini yerine getirmekle, görevli ve yetkilidir.

Bitkisel atık yağ üreticisi/sahibi;

- Bitkisel atık yağları diğer atık madde ve çöplerden ayrı olarak biriktirmekle,
- Konutlar hariç olmak üzere;
- faaliyetleri sonucu oluşan bitkisel atık yağların biriktirilmesi için sızdırmaz, iç ve dış yüzeyleri korozyona dayanıklı toplama kaplarını kullanmakla,
- Bitkisel atık yağları lisanslı taşıyıcılarla işleme tesislerine göndermekle,
- Bitkisel atık yağ sevkiyatında ulusal atık taşıma formu kullanmakla yükümlüdürler.

Bitkisel atık yağların taşınması;

Bitkisel atık yağların taşınması ilgili il müdürlüğünden taşıma lisansı almış gerçek ve tüzel kişilerce yapılır. Bitkisel atık yağ taşıma lisansı ile taşıma işlemlerinde kullanılacak Ulusal Atık Taşıma Formunun kullanımına ilişkin esaslar, Bakanlıkça belirlenir ve belirlenen esaslara göre taşıma işlemi gerçekleştirilir. Bitkisel atık yağların işleme tesislerine lisanslı araçlar ile taşınması ve taşıma esnasında Ulusal Atık Taşıma Formunun kullanılması zorunludur.

Ayrıca anılan Yönetmelik'in 5. maddesinin (e) bendi kapsamındaki bitkisel atık yağ üreticileri, atık beyan formunu bir önceki yıla ait bilgileri içerecek şekilde her yıl ocak ayı itibarıyla başlamak üzere en geç mart ayı sonuna kadar Bakanlıkça hazırlanan çevrimiçi uygulamalar kullanarak doldurmak, onaylamak, çıktısını almak ve beş yıl boyunca bir nüshasını saklamakla yükümlüdürler.

10.5.5. Kantincilik

Okul Kantinlerine Dair Özel Hijyen Kuralları Yönetmeliği

Millî Eğitim Bakanlığına bağlı örgün, yaygın ve özel eğitim kurumları bünyesinde faaliyet gösteren yemekhane, kantin, kafeterya, büfe, çay ocağı gibi gıda işletmelerinin özel hijyen şartlarına, satışa ve tüketime sunulan gıdaların güvenilirliğine ve kontrolüne ilişkin usul ve esasları belirlemek amacıyla Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığınca hazırlanan **"Okul Kantinlerine Dair Özel Hijyen Kuralları Yönetmeliği"** 05 Şubat 2013 tarihli ve 28550 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmıştır.

Yönetmelik'te, gıda işletmesi; "Kâr amaçlı olsun veya olmasın, Millî Eğitim Bakanlığına bağlı eğitim ve öğretim kurumlarında yer alan, gerçek veya tüzel kişiler tarafından işletilen, gıdaların üretildiği/işlendiği/muhafaza edildiği/depolandığı/satıldığı/servis edildiği herhangi bir aşaması ile ilgili herhangi bir faaliyeti yürüten işletme" şeklinde tanımlanmıştır. Yönetmelik ile gıda işletmelerinin özel hijyen gereklilikleri, ekipman ile ilgili gereklilikler,

personel tuvaletleri, soyunma alanları ve sosyal alanların hijyen gereklilikleri, el yıkama evyeleri, havalandırma, aydınlatma, kullanılan su, atık su kanalizasyon sistemleri, temizlik ve dezenfeksiyon maddelerinin muhafazası ile ilgili hijyen gereklilikleri, personel hijyeni, eğitim, ham madde ve/veya gıdanın temini, depolama ve muhafaza koşulları, gıdanın hazırlanması, gıdanın pişirilmesi, gıdanın dondurulması, çözündürme, taşıma, sıcaklık kontrolü ve soğuk zincir, gıdanın servisi, satışı ve tüketimi, zararlı ve kemirgenlerle mücadele, temizlik ve dezenfeksiyon, atık ve çöp yönetimi, gıda ile temas eden madde ve malzemeler ile ilgili gereklilikler ile gıdanın geriye dönük izlenebilirliğinin sağlanması, gıdanın geri toplatılması ve acil durumlarda alınması gereken tedbirler ile ilgili gerekli yükümlülükleri de belirlenmiştir.

Yönetmelik'e göre, gıda işletmelerinde çalışan personel, temizlik ve hijyen kurallarına uyacaktır. Gıda hazırlık ve üretim alanında çalışan personel, özel kıyafet giyecek, iş elbiselerinin cepleri olmayacaktır. Gıda hazırlık ve üretim alanı içinde saç, sakal ve bıyığın kapatılması amacıyla kep, bone, şapka, maske kullanılacaktır. Çalışan personel hazırlık ve üretim alanı içinde takı takamayacaktır. Hazırlık ve üretim alanında çalışan personelin tırnakları kısa ve temiz olacaktır, personel, oje, cila ve makyaj malzemesi kullanamayacaktır.

Personel, uzun kollu iş elbisesi giyecek ya da tek kullanımlık kolluk takacaktır. Hazırlık alanı içinde sakız çiğnenmeyecek, herhangi bir şey yenmeyecek ve sigara içilmeyecektir. Ellerinde açık yara, çıban, deri hastalığı olan kişiler gıdaya temas ettirilmeyecek, koruyucu bant ve eldiven ile çalışacaktır. Çalışanların el kesiklerinde mavi renkli yara bandı kullanılacaktır.

Gıdalarla taşınması ihtimali olan bir hastalığı veya bulaşıcı yara, deri enfeksiyonları ve ishal gibi hastalığı olan kişilerin gıda işletmesinde çalışmasına izin verilmeyecektir. Depolama, üretim ve hazırlık alanlarına, yetkili personel dışında girebilecek kişilerin hijyen kurallarına uyması sağlanacaktır.

İşe alınmadan önce personelin, bulaşıcı enfeksiyon taşımadığını kanıtlayan gerekli sağlık muayenesi yaptırılacaktır; sonuçlar uygunsa işe alınacaktır. Bu kontroller periyodik olarak, çalıştığı sürece devam ettirilecektir.

Gıda üretim ve hazırlık alanlarına girişte el dezenfektanları bulundurulacak, bu alanlara girmeden ve gıda ile temas etmeden önce personel, iyi hijyen uygulamaları çerçevesinde ellerini usulüne uygun bir biçimde yıkayacak ve dezenfekte edecektir. İşletmede çalışan personele gıda güvenilirliğinin sağlanması, insan sağlığının korunması ve gıdaya bulaşmaların engellenmesi amacıyla düzenli olarak eğitim verilecektir. Eğitim verilmesinin sağlanmasından gıda işletmecisi sorumlu olacaktır.

Personele verilecek eğitim, kişisel hijyen ve gıda hijyeni bilgilerini, işletmeye özgü gıdalarda oluşabilecek tehlikeleri, gıdanın uygun şartlarda işlenmesi ve depolanması ile sıcaklık kontrolünün önemi gibi konuları içerecektir. Eğitimler düzenli olarak yeni işe giren personel ve günün koşulları da göz önüne alınarak tekrarlanacaktır. Düzenlenen eğitim kayıtları tutulacaktır.

Örgün, yaygın ve özel eğitim kurumları bünyesinde faaliyet gösteren yemekhane, kantin, kafeterya, büfe, çay ocağı gibi gıda işletmelerinde çalışan personele, hijyen ve gıda gü-

venilirliğine yönelik düzenlenecek eğitimlerde Millî Eğitim Bakanlığı, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ve Sağlık Bakanlığı ile iş birliği yapılacaktır. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Millî Eğitim Bakanlığı ve Sağlık Bakanlığı tarafından eğitim ile ilgili usul ve esaslar birlikte düzenlenecektir. Ayrıca, eğitimle ilgili olarak mesleki kurum ve kuruluşlarla, dernek veya sivil toplum örgütleriyle ve üniversitelerle iş birliği yapılabilecektir.

Gıda işletmelerinde gıda güvenilirliği ve hijyen kontrolü, denetim programına uygun olarak Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı İl/İlçe Müdürlükleri tarafından yetkilendirilen kontrol görevlileri tarafından yürütülecektir. Yapılan kontrollerde Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığına kayıt yaptırmayan, gıda güvenilirliğini ve insan sağlığını tehlikeye düşürdükleri tespit edilen gıda işletmeleri hakkında ilgili mevzuat hükümleri gereğince yasal işlem uygulanacaktır.

Gıda işletmecisi, sağlıklı beslenmeyi ve güvenilir gıda tüketimini teşvik etmek, süt tüketimini artırmak gibi amaçlarla hazırlanan reklam, broşür, bilgi ve belgeleri işletmesinde kolay okunacak yerlere asacaktır. Gıda denetiminde etkinliği sağlamak amacıyla Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının, "ALO GIDA 174" gibi irtibat telefonlarının yer aldığı ilanları kolay görünecek şekilde ve göze çarpıcı yerlerde bulunduracaktır.

Gıda işletmecisi, herhangi bir gıdanın insan sağlığını bozduğu şüphesinin oluştuğu durumlarda, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ve Sağlık Bakanlığı yetkililerine ve okul idaresine ivedilikle haber verecek ve insan sağlığını bozduğundan şüphe edilen gıdanın ilgili birimlerce gerekli tetkikinin yapılması için satış ve tüketimini durduracaktır.

Yönetmelik'in yayım tarihinden önce faaliyet gösteren işletmeler, 31.12.2013 tarihine kadar bu Yönetmelik hükümlerine uyum sağlayacaktır. Gıda işletmecisi, bu Yönetmelik'in yayımından önce faaliyet gösteren işletmesinde çalışan personeline, Yönetmelik'in "Eğitim" başlıklı 15. maddesinin birinci fıkrası gereğince 31.12.2014 tarihine kadar eğitim aldırmak zorundadır. Gıda işletmecisi, bu Yönetmelik'in yayımı tarihinden sonra yeni işe alacağı personelde eğitim şartını arayacak ve 31.12.2014 tarihinden sonra eğitim almamış personeli işletmesinde çalıştıramayacaktır.

Okul Aile Birliği Yönetmeliği

Bu Yönetmelik'in amacı, Millî Eğitim Bakanlığına bağlı okul ve eğitim kurumlarında okul aile birliklerinin kuruluş, işleyiş, görev, yetki ve sorumluluklarına ilişkin usul ve esasları düzenlemektir. Yönetmelik; eğitim kampüslerinde yer alan okullar dâhil Millî Eğitim Bakanlığına bağlı okul ve eğitim kurumlarında okul aile birliklerinin kuruluşu, işleyişi, birlik organlarının oluşturulması, seçim şekilleri; sosyal ve kültürel etkinlikler ile kampanya ve kurslardan sağlanan maddi katkılar, bağışların kabulü, harcanması ve denetlenmesiyle kantin ve benzeri yerlerin işlettirilmesi veya işletilmesinden sağlanan gelirlerin dağıtım yerleri, oranları, harcanması ve denetlenmesine dair usul ve esasları kapsamaktadır.

Bu Yönetmelik, 14.06.1973 tarihli ve 1739 sayılı Millî Eğitim Temel Kanunu'nun 16. maddesine dayanılarak hazırlanmıştır.

Kantinciler açısından Yönetmelik değerlendirildiğinde;

- *Aylık kira bedelinin belirlenmesinde; okulların eğitim ve öğretime açık olduğu günler (ilan edilen ilgili eğitim ve öğretim yılı takvimindeki yaz tatili ile yarıyıl tatili hariç) dikkate alınır. Kiracı bu bedeli, yarıyıl tatilinin yapıldığı ayda ½ oranında, kalan miktarı ise eşit taksitler hâlinde olmak üzere (haziran, temmuz, a*ğustos *ayları hariç) dokuz ayda öder. Ancak, tam yıl işletilebilecek kantin ve benzeri yerler için on iki ay üzerinden bedel tespiti yapılır.* Bu madde ile yarıyıl tatilinde ödenen tam ay kira bedeli yerine okulların açık olan yarım ay kira bedeli alınacaktır. Ayrıca haziran, temmuz ve ağustos ayı kira bedelleri ödenmeyecektir.
- *Kantin ve benzeri yerlerin muhammen bedelinin tespitinde; öğrenci sayısı, okulun bulunduğu bölgenin gelişmişlik düzeyi, kiralanacak yerin fiziki özellikleri ve benzeri kriterler de dikkate alınır.* Önceki yönetmelikte sadece öğrenci sayısına göre işlem yapılırken şimdi kriter sayısı artırılmış bu da kantinci esnafın lehine olmuştur.
- *Okul yönetimi, kira sözleşmesinin taraflarca imzalandığı tarihten itibaren on beş gün içinde, kiralanan yeri kiracıya teslim etmekle yükümlüdür. Bu yükümlülüğün yerine getirilmemesi hâlinde kiracı, sürenin bitiminden itibaren on beş gün içinde on gün müddetli bir noter ihtarnamesiyle bildirmek şartıyla taahhüdünden vazgeçebilir. Bu takdirde teminat geri verilir. Kiracı, ihaleye girmek ve teminat vermek için yaptığı masrafları istemeye hak kazanır*. Kiralama işlemlerinde uygulanacak prosedürler bu Yönetmelik'le netlik kazanmıştır.
- *Kiralama işleminde ilk yıl kira bedeli ihale bedelidir. İkinci ve izleyen yıllar kira bedelleri Türkiye İstatistik Kurumunca (TÜİK) yayımlanan Üretici Fiyatları Endeksi (ÜFE-bir önceki yılın aynı ayına göre yüzde değişim) oranında artırılır. Ancak kira bedelinin tespitine ilişkin önemli ölçüde farklılaşma (öğrenci mevcudunda en az %25 oranında azalış veya artış, kiracının cirosunu önemli derecede etkileyecek Bakanlık tarafından getirilen kısıtlayıcı düzenlemeler) olması h*âlinde, *muhammen bedel yeniden tespit edilerek mevcut kiracıya aynı usulle ihale edilerek yeni sözleşme düzenlenir.* Öğrenci sayısının artış ve azalış oranı (% 25) belirtilmiş, böylece kira artış ve azalış oranı belirsizlikten kurtarılmıştır.
- *Kantin kiralama ihalelerinde katılımcılardan, 3308 sayılı Mesleki Eğitim Kanunu hükümlerine göre kantincilik alanında alınmış ustalık belgesi sahibi olma şartı aranır. Ancak, katılımcıların hiçbirisinde ustalık belgesi bulunmaması durumunda iş yeri açma belgesi, kalfalık, kurs bitirme belgelerinden en az birine sahip olma şartı aranır.* Yoruma mahal vermeyecek şekilde düzenlenmiştir.
- *Her yıl kantin işletmecisi faaliyet belgesi ile işletmecinin yanında çalışanların adli sicil ve arşiv kayıtları yenilenir ve birlik yönetimine teslim edilir.* Kantincilere bu madde ile esnaf odalarında kayıt altına alınma zorunluluğu getirilmiştir.
- *Birlikler, Bakanlık mevzuatına aykırı çalışmalar ile siyasi faaliyet ve kişilere çıkar sağlayıcı iş ve işlemler yapamaz. Birlik yönetim ve denetleme kurulu üyelerine huzur hakkı ve benzeri adlar altında herhangi bir ödeme yapılamaz. Okullardaki defile, sergi ve kermesler 13.05.2005 tarihli ve 25699 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan İlköğretim ve Ortaöğretim Sosyal Etkinlikler Yönetmeliği'ne aykırı yapılamaz.* Bu madde ile

okullarda kermes etkinliği altında 5996 sayılı Kanun'a aykırı olarak (nerden alındığı ve hangi şartlarda yapıldığı belli olmayan ve tüketilen alanların toplu tüketim yerlerine ait şartları taşımayan koridor, sınıf vb. yerlerde tüketilen) gıdaların satışı engellenmiş; bunun yerine çocukların ve gençlerin yetenekleri doğrultusunda yapmış oldukları işlerin sergilenmesi sağlanmıştır.

- *Okulda bulunan kantin ve benzeri yerler; sağlık, hijyen ve gıda kodeksi yönünden ilgili meslek odası, sağlık il müdürlükleri ile gıda, tarım ve hayvancılık il müdürlüklerince de denetlenebilir.* Sivil toplum kuruluşu olan meslek odasına denetlenme yetkisi verilmiş; böylece kantinci esnafı üzerindeki etkisi artırılmıştır.
- *Tabii afetler (yangın, deprem, su baskını vs.), bulaşıcı hastalık, salgın gibi olayların çıkması ve benzeri hâller gibi mücbir sebep durumlarında eğitim ve öğretime ara verilen günlere tekabül eden kira tutarı o ayın kira bedelinden düşülerek ödeme yapılır.* Bu madde ile okulların açık olduğu, dolayısıyla kantinlerin çalıştığı günler için kira ödenmesi sağlanmıştır. Kantinci esnafının, kiralarını ödemekte güçlük çektiği hatta işi bırakma safhasına gelindiği bu ortamda rahat nefes alması sağlanmıştır.
- *Mücbir sebepler dışında sözleşme süresi içerisinde aylık kira bedelini iki defa üst üste yatırmayan kiracının sözleşmesi birlikçe tek taraflı fesih edilir, alacaklar teminattan düşülür ve bu işlemden dolayı kiracı hiçbir hak talebinde bulunamaz.* Kantincinin kirasını zamanında ödemesi sağlanmıştır.
- *Kantin bizzat kiracı tarafından çalıştırılacaktır. Kantin başkası tarafından çalıştırılamaz, resmî veya gayriresmî devir ve temlik yapılamaz.* Bu mesleği gerçekten benimseyen ve meslek olarak gören kişilerin hakları korunmuştur.
- *Kiracının ölümü hâlinde; varislerin noterden alınmış ortak kararıyla, bunlardan birisinin ihaleye katılma şartlarını taşıması, bir başka kantin işletmemesi, sözleşme yükümlülüklerini devam ettirmeyi kabul etmesi kaydıyla birlik yönetimi sözleşmeyi devam ettirebilir.* Bu madde ile varisler mesleğe devam edebileceklerdir.
- *Zorunlu askerlik görevi veya iş göremeyecek derecede ağır hastalık sebebiyle kiracının geçici olarak işinin başında bulunamaması hâlinde, şahsi sorumluluğu devam etmek kaydıyla, askerlik görevinin veya iş göremezlik ağır hastalık bitimine kadar noter vekâleti ile vekil tayin eder. Vekil tayin edilen, yerine vekâlet edilenin görev ve sorumluluklarını yerine getirmekle sorumludur.* Askere giden kantinci askerden dönene kadar yerine birini vekil bırakabilecektir.
- *Kantin ve benzeri yerlerin elektrik, su ve doğalgaz gibi tesisatın ilk işlem giderleri birlikçe yerine getirilir, abonman, kullanım ve tamir giderleri ise kiracı tarafından karşılanır.* Tüm giderler kantinci tarafından yapılırken, şimdi ilk işlem giderlerinin birlikçe yapılmasına; abonmanlıkların ise kantinci tarafından yerine getirilmesine olanak sağlanmıştır.
- *Kiracı; temizlik ve sağlık koşullarına uygun faaliyette bulunmak zorundadır. İşletmeci gıda maddelerini hijyen güvenliğinin sağlanması için kırtasiye, temizlik ve benzeri maddeleri diğer maddelerden ayrı yerlerde satışa sunar.* Kantincinin hijyenik olma

zorunluluğuna vurgu yapılırken kantinde acil kırtasiye malzemeleri satışına olanak verilmiştir.

- *Sözleşme süresi içerisinde okulun fiziki değişikliğe uğraması veya bir başka adresteki okulda faaliyetine devam ettirilmesi durumunda, yeni okulda işletmeci yoksa faaliyetine burada da devam edecektir. Güçlendirme, yangın, onarım ve benzeri nedenlerle geçici olarak eğitim ve öğretime ara verilmesi durumunda kiracının çalışma süresi ve kirası dondurulur. Okulun faaliyete geçmesini müteakip dondurulan süre sözleşme süresine eklenir.* Tadilatta veya faaliyetine çeşitli nedenlerle ara verilen okullardaki kantincinin çalışmadığı sürenin sözleşmesine eklenmesi sağlanmıştır.

10.5.6. İyi Suculuk

Ambalajlı Su Satış Yerleri ile Ambalajlı Su Nakil Araçlarının Tabi Olacağı Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğ

Ambalajlı Su Satış Yerleri ile Ambalajlı Su Nakil Araçlarının Tabi Olacağı Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğ 20 Ağustos 2014 tarihli ve 29094 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanmıştır. Söz konusu Tebliğ ile düzenlenen hususlar, genel esasları ile aşağıda yer almaktadır:

- Tebliğ'e göre, su satış yeri açmak isteyen gerçek ve tüzel kişiler ile su satış ve naklinde araç kullanmak isteyen gerçek ve tüzel kişiler Halk Sağlığı Müdürlüğünden izin almak zorundadır. Söz konusu Tebliğ'e göre, verilen izin, yürürlükteki mevzuat uyarınca diğer kurum ve kuruluşlardan izin alma zorunluluğunu ortadan kaldırmamaktadır.
- Tebliğ'de belirtilen suları satmak isteyen gerçek ve tüzel kişiler, su satışı yapılacak yere ait plan veya kroki ile birlikte Halk Sağlığı Müdürlüğüne başvuracaktır. Başvuru üzerine; su satışı yapılacak mahalde Müdürlük elemanlarınca inceleme yapıldıktan sonra, Tebliğ'in Ek-1 ve Ek-2'sinde yer alan tutanaklar tanzim edilerek konuya ilişkin teknik rapor hazırlanacak ve raporun bir sureti başvuru sahibine gönderilecektir.
- Su satış yeri için iki nüsha olarak tanzim edilecek olan başvuru dosyasında aşağıda belirtilen bilgi ve belgeler bulunacaktır:
  - Dilekçe,
  - Su satış yerine ilişkin tanzim edilmiş teknik rapor,
  - Satışı yapılacak su listesi ve su üretimi yapan su işleticileri ile yapılmış sözleşmenin aslı ve noter onaylı sureti,
  - Su satışı yapılacak iş yerine ait plan ve kroki,
  - İş yeri açma çalışma izin belgesi,
  - Su satış yerinde çalışacak personel listesi ve bu personelin 24.04.1930 tarihli ve 1593 sayılı Umumi Hıfzıssıhha Kanunu gereğince hijyen eğitimi aldığına ilişkin bilgi ve belgeler ya da hijyen eğitimine müracaat edildiğine dair belge.

Hazırlanan dosyalar Müdürlükçe incelenecek ve uygun görülmesi hâlinde söz konusu Tebliğ'in Ek-4'ündeki belge düzenlenecektir. Uygun görülen dosyanın bir sureti ile su satış yeri izin belgesi başvuru sahibine gönderilecektir.

- Tebliğ'de belirtilen suları su nakil araçları ile satmak veya nakletmek isteyen gerçek veya tüzel kişiler, su satışı veya nakli yapacak araçlara ait plaka numaraları ve resimleri ile birlikte Halk Sağlığı Müdürlüğüne başvuracaktır. Başvuru üzerine, su satışı ve nakli yapacak araçlar Müdürlük elemanlarınca mahallinde incelendikten sonra; Tebliğ'in Ek-2'sinde yer alan tutanak tanzim edilerek konuya ilişkin teknik rapor hazırlanacak ve raporun bir sureti başvuru sahibine gönderilecektir.
- Su satış ve nakil aracı için iki nüsha olarak tanzim edilecek başvuru dosyasında aşağıda belirtilen bilgi ve belgeler bulunacaktır:
  - Dilekçe,
  - Ambalajlı su satış ve naklinde kullanılacak araçlar için tanzim edilmiş teknik rapor,
  - Ambalajlı su satış ve naklinde kullanılacak araçların listesi (plaka numaraları ile birlikte),
  - Ambalajlı su satış ve nakil aracında çalışacak personel listesi ile bu personelin 1593 sayılı Umumi Hıfzıssıhha Kanunu gereğince hijyen eğitimi aldığına ilişkin bilgi ve belgeler ya da hijyen eğitimine müracaat edildiğine ilişkin belge,
  - Trafik tescil belgesi.

Hazırlanan dosyalar Müdürlükçe incelenecek ve uygun görülmesi hâlinde Tebliğ'in Ek-5'indeki ambalajlı su satış ve nakil aracı izin belgesi verilecektir. Uygun görülen dosyanın bir sureti ile izin belgesi başvuru sahibine gönderilecektir.

- Tebliğ'e göre, su satış ve depolama yerleri ile su nakil araçları, toplum sağlığı merkezlerince üçer aylık aralıklarla, Halk Sağlığı Müdürlüğünce gerektiğinde denetlenecektir.

Denetimlerde aşağıdaki hususlara uyulacaktır:

- Ambalajlı su satış ve depolama yerinde izin işlemlerine esas belgeler, denetim tutanakları, çalışan personele ilişkin 1593 sayılı Umumi Hıfzıssıhha Kanunu'nun 126. ve 127. maddeleri gereğince istenen belgeler bulundurulacaktır.
- Ambalajlı su satış ve depolama yerinde birden fazla su satılması hâlinde, satılan her bir su için su üreticisi ile yapılan sözleşme ve suya ait üretim izin belgesi ibraz edilecektir.
- Ambalajlı su satış ve depolama yerinde damacana kaplarda satışa sunulan suyun etiket üzerinde yer alan su ismi ile kapak üzerinde bulunan su isminin aynı olup olmadığı kontrol edilecektir.
- Damacana kapların organoleptik incelemesi yapılacak ve suyun rengini göstermeyecek şekilde eski, yıpranmış ve deforme olmuş kapların kullanımı önlenecektir.

- Ambalajlı su nakil ve satış yerlerinden üçer aylık periyotlarda İnsani Tüketim Amaçlı Sular Hakkında Yönetmelik ile Doğal Mineralli Sular Hakkında Yönetmelik hükümlerine göre numune alınacak ve Tebliğ'in Ek-3'ünde yer alan tutanak tanzim edilerek numune alma, taşıma ve nakil esasları doğrultusunda yetkili laboratuvara analize gönderilecektir. Alınan numunelerin uygunsuz bulunması hâlinde Tebliğ'in 15. maddesinde belirtilen işlemler ile yukarıda adı geçen Yönetmeliklerde belirtilen cezai işlemler uygulanacaktır.
- Su satış yerinde damacana kaplar ile pet, PVC ve benzeri kaplarda su satışı yapılması hâlinde sular satış yeri önünde teşhir edilemeyecektir. Bu hükümler büfe, bakkal, market vb. iş yerleri için de geçerlidir.
- Denetimlerde eksiklik tespit edilmesi hâlinde eksikliklerin tamamlanması için 15 gün süre verilecektir. Verilen süre içinde eksikliklerini tamamlamayan su satış yerleri ile su nakil araçlarına cezai işlem uygulanacaktır.
- Tebliğ'e göre, izin belgesi almadan su satışı ve nakli yapılmayacak, izinsiz su satışı ve nakli yapılmasından üretici firma da sorumlu tutulacaktır.
- Tebliğ'de belirtilen hükümlere aykırı hareket edenler hakkında 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu'nda öngörülen cezai müeyyideler uygulanacaktır.

Ambalajlı Su Satış Yerleri ile Ambalajlı Su Nakil Araçlarının Tabi Olacağı Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğde Değişiklik Yapılmasına Dair Tebliğ

Söz konusu Tebliğ ile **Ambalajlı Su Satış Yerleri ile Ambalajlı Su Nakil Araçlarının Tabi Olacağı Usul ve Esaslar Hakkında Tebliğ**'in 7. maddesinin birinci fıkrasında belirtilen ve izin için gerekli bilgi ve belgeler arasında yer alan **"satışı yapılacak su listesi"** ifadesi çıkarılmış, satışı yapılacak suya ilişkin su üretimi yapan su işleticileri ile yapılmış sözleşmenin **noter onaylı** olması zorunluluğu kaldırılmıştır.

Su satışı yapılacak iş yerine ait plan ve kroki ifadesi, "**iş yerine ait plan veya kroki"** şeklinde değiştirilerek plan ya da krokiden herhangi birinin yeterli olacağı öngörülmüştür. İzin için gerekli belgeler arasında sayılan, iş yeri açma ve çalışma izin belgesi çıkarılarak, yerine, vergi levhasının bir örneğinin isteneceği belirtilmiştir. Tebliğ'in 16. maddesinin birinci fıkrasının ikinci cümlesi çıkarılarak, izinsiz su satışı ve nakli yapılmasında üretici firmanın sorumluluğu ortadan kaldırılmıştır.

10.5.7. Aktarlık ve Baharatçılık

Türk Gıda Kodeksi Baharat Tebliği

Bu Tebliğ, 29.12.2011 tarihli ve 28157 üçüncü mükerrer sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği'ne dayanılarak hazırlanmıştır. Bu Tebliğ'in amacı; baharatın tekniğine uygun ve hijyenik şekilde üretilmesi, hazırlanması, işlenmesi, depolanması, nakledilmesi ve piyasaya arz edilmesi aşamalarında taşıması gereken özelliklerini belirlemektir. Tebliğ öğütülmüş, ufalanmış ve bütün hâldeki baharatı ve baharat karışımlarını kapsamaktadır.

Türk Gıda Kodeksi Bal Tebliği

Bu Tebliğ 29.12.2011 tarihli ve 28157 3'üncü mükerrer sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği'ne dayanılarak hazırlanmıştır. Bu Tebliğ'in amacı, balın tekniğine uygun ve hijyenik şekilde üretilmesi, hazırlanması, işlenmesi, depolanması, nakledilmesi ve piyasaya arz edilmesi aşamalarında taşıması gereken özelliklerini belirlemektir. Bu Tebliğ bal arısı, Apis mellifera tarafından üretilen balı kapsamaktadır.

10.5.8. Un ve Unlu Mamuller

Türk Gıda Kodeksi Ekmek ve Ekmek Çeşitleri Tebliği

Tüketime sunulan ekmek, ekmek çeşitleri, diğer ekmek çeşitleri ve ekşi hamur ekmeklerinin tekniğine uygun ve hijyenik şekilde üretilmesi, muhafazası, taşınması, pazarlanması ile ilgili kurallar ve bu kuralların özellikleri 04.01.2012 tarihi ve 28163 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren TGK- Ekmek ve Ekmek Çeşitleri Tebliği (2012/2) kapsamında belirlenmektedir.

Söz konusu Tebliğ çerçevesinde **1 Temmuz 2012 tarihinden itibaren;**

1-Ekmek gramajları;

- Ekmek, kepekli ekmek, tam buğday unlu ekmek, tam buğday ekmeği ve ekşi hamur ekmekleri en az 250 gram ağırlıktan başlayarak 50'şer gram arttırılmak suretiyle piyasaya arz edilir. Toplu tüketim yerleri için çeşitli sözleşme ve taahhütler çerçevesinde üretilen, doğrudan tüketiciye arz edilmeyen ekmek, kepekli ekmek, tam buğday unlu ekmek, tam buğday ekmeği ve ekşi hamur ekmekleri muhtelif ağırlıklarda üretilebilecektir.
- Yukarıda belirtilenlerin dışında kalanlar, 100 grama kadar muhtelif ağırlıklarda, 250 gram ağırlıktan başlayarak ise 50'şer gram arttırılmak suretiyle piyasaya arz edilebilir.
- Bu Tebliğ kapsamında yer alan ürünler ağırlıkça "±%3" tolerans değeri ile üretilir. Ancak ağırlık kontrolü amacı ile yapılan resmî denetimlerde, alınan numunelerin ortalama ağırlığı, denetime konu olan ürünün bu Tebliğ kapsamında üretimine izin verilen ağırlığından en fazla %1 kadar eksik olabilir.
- Bu kapsamda yapılan iş ve işlemlerde gerek 5362 sayılı Kanun kapsamındaki odalar, gerekse 5174 sayılı Kanun kapsamındaki odalar tarafından hazırlanan ve birlik yönetim kurullarınca onaylanan fiyat tarifeleri de göz önünde bulundurulacaktır.

2- Ağırlık Kontrolü;

Ekmek ve Ekmek Çeşitleri Tebliğ kapsamında ambalajsız olarak piyasaya arz edilebilen ürünlerdeki ağırlık kontrollerinin yapılmasında;

- Üretim yerinde veya satış yerinde Ekmek ve Ekmek Çeşitleri Tebliği'ne uygun olarak alınan numunelerin ilgili laboratuvara fırın çıkış saatinden sonraki 6 saat içerisinde ulaştırılması sağlanacaktır.
- Fırın çıkış saatinden sonraki ilk 2 saat içerisinde ekmek numunesi alınmayacaktır.

- Numune alma tutanağına üretimi yapılan ekmeğin gıda işletmecisi tarafından beyan edilen gramajı ve fırın çıkış saati yazılacaktır.
- Numuneler, mühürlü plastik ambalaj içerisinde laboratuvara gönderilecektir.
- İlgili laboratuvar, fırın çıkışından 6 saat sonra ağırlık tayinini, 0,1 gram hassasiyette dijital kalibreli terazi ile tartarak sonucu Bakanlık İl Müdürlüğüne gönderecektir.
- Üretim yerinden satış yerine gönderilen ekmeklerde; 29/12/2011 tarihli ve 28157 (3) üncü mükerrer sayılı Resmî Gazete'de yayımlanan Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği'nin 13. maddesinin üçüncü, dördüncü ve beşinci fıkralarına uygun etiketin yanı sıra satış yerinde yapılacak olan ağırlık kontrolüne esas olmak üzere, ekmeğin fırın çıkış saatinin de, satışı gerçekleştiren gıda işletmesine bildirilmesi gerekmektedir.

3- Hijyen eğitimleri;

- Eğitimler ekmek üretimi, dağıtımı ve satışında çalışan tüm personeli kapsamaktadır.
- Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliğine bağlı Esnaf ve Sanatkarlar Odası üyesi fırınlarda, ekmek üretiminde, dağıtımında ve satışında çalışan personel ile fırınların uzantısı olmayan ekmek satış yerlerindeki ekmek satışı yapan personelin, genel gıda hijyeni konularında eğitilmelerini sağlamak amacıyla Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ve Konfederasyon arasında 06/07/2012 tarihinde "İş Birliği Protokolü" imzalanmıştır.
- Söz konusu Tebliğ'in yayım tarihinden önce alınmış olan hijyen eğitimlerinin muhteviyatının (bu eğitim ve belgelerin hangi mevzuata göre verildiği, eğiticiler, eğitim alan kişilerin tam listesi, eğitimin tarihi, ders konuları, ders süresi ve dağıtılan veya verilen eğitim materyalleri gibi), Bakanlık onayına sunulması gerekmektedir. Eğitimin yeterli görülmesi durumunda eğitimler geçerli olacaktır.
- Verilen eğitimler beş yıl süreyle geçerli olacaktır.
- İşe yeni başlayacak olan personel de, hijyen eğitim belgesi almış olma şartı aranacaktır.
- Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı İl Müdürlükleri, yapılacak eğitimlerde konuyla ilgili en az bir teknik personel görevlendirecek; görevlendirilen personelin eğitimlere hazırlıklı bir şekilde katılması sağlanacaktır.
- Eğitimlere üniversitelerin ilgili bölümlerinin öğretim görevlilerinin katılımlarının sağlanması, eğitimlerin katılımcılara faydası konusunda büyük yarar sağlayacaktır.
- Temel gıda hijyen eğitimi; personel, iş yeri ve ekipman hijyeni, temizlik ve dezenfeksiyon, fırınlarda hijyen ve sanitasyon, gıda zehirlenmeleri, ilgili mevzuat (Ekmek ve Ekmek Çeşitleri Tebliği, Gıda Hijyen Yönetmeliği) gibi konulardan oluşacaktır.

4- Uyum zorunluluğu;

Bu Tebliğ kapsamında faaliyet gösteren gıda işletmecileri; 5. maddenin ikinci ve üçüncü fıkralarında yer alan hükümler ile Ek-1'de yer alan tuz [%(m/m) en çok kuru maddede], kül [(tuz hariç) (m/m)(kuru maddede)] ve Ek-2'de yer alan genel kurallara, 01.07.2012 tarihine kadar uymak zorundadır. Bu çerçevede;

- Ekmek, ekmek çeşitleri, ekşi hamur ekmekleri ve diğer ekmek çeşitlerinin tuz içeriği kuru maddede ağırlıkça en çok 1,5 olacaktır.
- Ekmeklerin kül içeriği kuru maddede ağırlıkça en az % 0,65 olacaktır.
- Ekmek, kepekli ekmek, tam buğday unlu ekmek, tam buğday ekmeği ve ekşi hamur ekmekleri dışındaki ekmek çeşitleri ve diğer ekmek çeşitleri üretim yerleri de dâhil olmak üzere ambalajlı olarak satışa arz edilecektir.
- Ekmek kasaları açıkta bırakılmayacak, zemin ve dış ortamla teması engellenecek, palet üzerinde olacak şekilde temiz bir ortama konulması sağlanacaktır.
- Ambalajsız olarak piyasaya arz edilen ekmekler, sadece bu amaç için kullanılan araçlarda taşınacaktır.
- Ambalajsız olarak piyasaya arz edilen ekmekler satıcı tarafından tüketiciye arz edilecek, tüketicinin ekmeğe dokunması engellenecektir.
- Ekmek sadece bu Tebliğ kapsamında belirtilen hijyen koşullarını sağlayan yerlerde arz edilecektir. Pazar, manav gibi hijyen koşulları kontrol edilemeyen, bulaşmaya açık alanlarda satılamayacaktır.
- Ambalajsız olarak piyasaya arz edilen ürünlerin satışının yapıldığı ekmek dolabında veya tezgâhında alıcının rahatlıkla görebileceği büyüklükte Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği'nin 13. maddesinin üçüncü, dördüncü, beşinci fıkralarına uygun etiketin yer alması sağlanacaktır.
- Ekmeklerin taşınması ve satışı sırasında çalışan tüm personel, kişisel temizliğini sürdürmeye azami itina gösterecek; uygun ve temiz kıyafet giyecek ve koruyucu eldiven kullanacaktır.
- Ekmeklerin satışa sunulduğu ekmek dolapları veya tezgâhları açıkta bırakılmayacak şekilde kapalı bir ortama konulacaktır.

Bölüm 3

Değerlendirme ve Sonuç

Değerlendirme ve Sonuç

Gıda Sektörü Analizi çalışması kapsamında; yazılı kaynak taraması, esnaf ve sanatkârlar meslek kuruşları ve kamu kurum temsilcileri ile odak grup toplantıları, esnaf ve müşteriler ile anketler, belirlenen büyük şirketler ile mülakatlar, esnafa örnek teşkil edebilecek iyi uygulama örnekleri ile görüşmeler ve yurtdışı ziyaretleri gerçekleştirilmiştir. Yapılan bu çalışmalar neticesinde sektör kapsamında faaliyet gösteren esnaf ve sanatkârların mevcut durum analizi yapılmış, esnaf ve sanatkârların hâlihazırda karşılaştıkları sorunlar ve problemler belirlenmiş; bu kapsamda da hem yurt içi hem de yurt dışında yapılan çalışmalar neticesinde ortaya çıkan iyi uygulamalar da göz önünde bulundurularak ortaya çıkan sorunlara çözüm önerileri geliştirilmiştir.

Sektörde yer alan mesleklere dair ortaya çıkan sorunlara ve getirilen çözüm önerilerine Raporumuz içerisinde her alt sektör başlığı altında yer verilmiş olup, sektörün genelinde görülen sorunlara çözüm getirilebilmesi için şu hususlar dikkate alınmalıdır:

- AVM, süper, hiper, zincir ve cep marketlerin esnafa zarar verdiği gerçeği noktasında, AVM'lerin şehir merkezleri dışında kurulması, zincir ve cep marketlerde dâhil olmak üzere sayılarının denetim altına alınması, çalışma gün ve saatlerine sınırlandırma getirilmesi gerekmektedir. Özellikle cep marketlerin sokak aralarına kadar girerek esnafın işlerine mani olmasının engellenmesi amacıyla lokasyon sınırlandırılmasına gidilmesi esnaf ve sanatkârların geleceği açısından büyük önem arz etmektedir.
- Süper, hiper ve cep marketler ile AVM'lerin haksız rekabete yol açacak oranda indirimli satışlar yapması, kaliteli, ucuz ve zamanında girdi temininde sorunlar yaşayan esnaf ve sanatkârların bu koşulları sağlayan büyük rakipleri karşısında gerekli düzeyde rekabet gücüne sahip olamamasına neden olmaktadır. Bu konuda esnaf ve sanatkârların bir araya getirilerek ortak iş yapma ve ortak hareket etme kültürlerinin geliştirilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir. Bu amaçla esnaf ve sanatkârlara yönelik ortak satın alma, kooperatifleşme ve kümelenme gibi modeller geliştirilmeli ve bu konularda esnaf ve sanatkârlara özel destek ve teşvik mekanizmaları oluşturulmalıdır. İtalya ziyareti kapsamında incelenen CONAD örneği bu sorunun çözümünde iyi bir örnek teşkil etmektedir. Küçük ölçekli esnaf ve sanatkârların bir araya gelerek kurdukları bu kooperatifin temel amacı; esnaf ve sanatkârların organize perakendeciler karşısında rekabet gücünü, toplu alım yaparak ve bu malların işletmelerin adreslerine kadar tedarikini sağlayarak artırmaktır. Bunun yanında toplu alımların yerel üreticilerden yapılması ile aynı zamanda yerel ekonomik kalkınmaya katkı da sağlanmaktadır.
- Esnaf ve sanatkârların eğitim ve teknolojiye erişim konularındaki yetersizliği göz önünde bulundurulduğunda, esnaf ve sanatkârın yoğun rekabet koşullarında eşit şartlarda rekabet edebilmesini sağlamak için eksik oldukları pazarlama, yönetim, satış, tanıtım, müşteri ilişkileri, iletişim, maliyet muhasebesi, kalite, belgelendirme, teknoloji gibi konularda esnaf ve sanatkârlara eğitim ve danışmanlık hizmetleri sağlanması, bu alanlardaki bilinç düzeylerinin ve destekler hakkındaki bilgi sevi-

yelerinin arttırılması büyük önem taşımaktadır. Bu kapsamda; meslek kuruluşları, üniversiteler, ilgili bakanlıklar, STK'lar ve büyük şirketlerin yer aldığı Esnaf Akademi oluşturulması fikri doğmaktadır. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü bünyesinde alt sektörlerle ilgili tüm kamu kurum ve kuruluşları, STK'lar, ilgili meslek örgüt temsilcileri, esnaf ve sanatkâr temsilcileri ve üniversitelerin yer aldığı "Alt Sektörler Özelinde Komisyonlar" ın kurulması ve bu komisyonların "sorun" odaklı çalışmalardan çok "çözüm" odaklı çalışmalar yaparak uygulamaya yönelik icraatlarda bulunması önemlidir.

- Bir lokasyonda gereksiz yere çok sayıda işyeri açılması nedeniyle, AVM, zincir marketler ve cep marketlerin esnaf ve sanatkârlara rakip olmasının yanında birde esnaf ve sanatkârın birbirine rakip olması durumu söz konusu olmaktadır. Bu noktada işyeri açılmadan önce meslek odalarına, açılacak yeni işyerlerinin lokasyonları için üyelerini yönlendirebilme konusunda yetki verilmesi hususunun değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda İşyeri Açma ve Çalışma Ruhsatlarına İlişkin Yönetmelik esnaf ve sanatkârın ihtiyaçlarına karşılık verecek şekilde değiştirilmelidir. İşyeri açılma sürecinde odalar daha aktif bir rol üstlenmelidir. İşyeri açılmadan önce tavsiye niteliğinde olmak üzere ilgili fizibilite çalışmalarının yapılması ve yer tahsisinde ilgili meslek kuruluşu ile yerel yönetimlerin birlikte karar vererek yeni işletme açacakların yönlendirilmesi gerekmektedir.

Proje kapsamında esnaf ve sanatkârlara uygulanan anketlerde; esnafların kayda değer bir kısmı, bu mesleği bilinçli bir biçimde tercih etmediğini, aile mesleği olmasından, rastlantıdan ve hatta başka bir olanağı olmamasından kaynaklı olarak bu mesleği yaptıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca yine büyük bir kısmı genç insanlara kendi mesleklerini yapmalarını tavsiye etmeyeceğini belirtmiştir. Bu nedenle esnaf ve sanatkârlığın gelecek nesillere aktarılması ve özendirilmesi gerekmektedir. Yine esnafların büyük bir kısmı kredi ve borçlanmalarını büyümek için değil, mevcut faaliyetlerine devam etmek için aldıklarını ifade etmişlerdir. Esnafların kredi sistemlerinden yararlanma düzeyi incelendiğinde banka kredilerinin, ESKKK'ların ve devlet desteklerinin (KOSGEB, Kalkınma Ajansları vb.) oranlarının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Esnafların kredi ya da desteklere yönelmemelerinin ardındaki nedenlerden önemli bir bölümü; faiz oranlarının yüksekliği, bilgisizlik ve formalitelerden kaynaklanmaktadır. Esnafların özellikle devlet desteklerinden daha çok haberdar olması, bunlara ulaşımının kolaylaştırılması gerekmektedir.

Yapılan anketlerde esnaf ve sanatkârların yenilikleri takip etme durumu ve teknoloji kullanımına bakıldığında, internet üzerinden satış, eleman bulma, tedarik gibi konularda çoğu esnafın bilgisiz olduğu, yarıdan fazlasının internet erişiminin bile olmadığı görülmüştür. Yalnızca %17'lik bir kesim mesleği ile ilgili teknolojik yenilikleri takip ettiğini belirtmiştir. Anket sonuçları meslek kuruluşlarının esnaflara ulaşmada yetersiz kaldığını da göstermektedir. Esnafların yarıdan fazlası meslek kuruluşlarından, ankete katıldığı ana kadar, hiçbir hizmet almadığını belirtmiştir. Meslek kuruluşlarından, esnafların eksik kaldıkları, kapasitelerinin, sermayelerinin yetmediği alanlarda onlara destek olmaları ve yön göstermeleri beklenmektedir. Meslek kuruluşlarının esnaflar tarafından bu kadar az tercih

edilmesinin altındaki nedenler daha detaylı bir şekilde incelenerek bunlara çözüm önerileri getirilmesi gerekmektedir.

Müşterilere uygulanan anketlerde; müşterilerin genel anlamda esnafları diğer market, AVM, süper market ve cep marketlere nazaran daha çok tercih ettiği görülmüştür. AVM'ler ve süper marketler, fiziksel olanakları açısından kimi alanlarda ön plana çıksa da müşterilerin tercihi yaklaşık %50 düzeylerinde esnaflardan yana olmuştur. Özellikle kasaplık, fırıncılık, pazarcılık ve lokantacılık mesleklerinde esnaflar diğer seçeneklere nazaran açık ara önde tercih edilirken, bakkallık mesleğinde diğer marketlerin toplamı esnaf tercihini geçmiştir. Bu da özel olarak bakkallık mesleğinde esnafların rekabette zor durumda olduklarının göstergesidir.

Esnafların tercih edilmesindeki önemli etkenlerin başında, lokasyon olarak müşterilerin evlerine yakın yerlerde bulunması gelmiştir. Ayrıca esnafları, marketler ve AVM' lerden ayıran bir diğer önemli tercih edilme sebebi pazarlık edebilme olanağı olmuştur. Bununla birlikte veresiye satış geleneği de zor durumda olan vatandaşlar için bir imkân sunmakta ve esnafların tercih edilmesine katkı sağlamaktadır. Esnaflar her ne kadar bu tercihlerde birinci sırada belirtilse de onları tercih etmeyen kesimin verdiği bilgiler de aydınlatıcı olmuştur. Bazı müşterilere göre esnaflar ürün çeşitliliği sunma ve indirim/promosyonlar açısından rakiplerine nazaran yetersiz kalmaktadır ve tüketici haklarına marketler kadar özen göstermemektedir. Bunun yanı sıra ürünlerin pahalı olduğunu ifade edenler olmuştur. Ayrıca hijyen-temizlik hususlarında esnafların yetersiz olduğunu düşünen müşteri sayısı da bir hayli fazladır. Müşterilerin büyük bir kısmı da esnafların gelişen teknolojiye ayak uyduramadığını ifade etmiştir. Ayrıca, esnaflar tüketici hakları ve müşteri ilişkileri konusunda müşterileri yeterince tatmin edememektedirler. Ürün iadesi, değişim vb. hususlarda esnafların hizmetlerini gözden geçirmesi gerekmektedir. Daha önce de ifade edildiği üzere esnaf için sosyal ilişkilerin önemi büyüktür ve tüketici hakları konusundaki müşteri algısı da bu noktada oldukça önemlidir. Bu nedenle esnafın müşteri tarafından avantajlı görülen yönleri artırılmalı; dezavantajlı olarak görülen yönleri ise geliştirilmelidir.

Esnaflar her ne kadar fiziksel olanaklar ve fiyat rekabeti konusunda büyük marketlerden geride kalsalar da insan ilişkileri, sosyallik, iş ahlakı, müşteriye gösterilen ilgi, güven vb. konularda hep ön planda olmuşlardır. Bu da esnafların sosyal yönünün, başarılarında ne denli önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Esnaflar, büyük marketlere karşı fiyat avantajına sahip olamasalar da müşteriler ile kurdukları ikili ilişkiler yoluyla tercih edilir hale gelmektedir. Özellikle esnaf sözcüğü size ne ifade ediyor sorusuna verilen yanıtlar bunu ispat etmektedir. Müşteriler esnafları; güven, alışkanlık, samimiyet, tanıdıklık gibi sosyal ilişki temelli kavramlarla daha çok tanımlamaktadır.

Bu kapsamda, alanında ilk olma özelliği taşıyan böylesi bir çalışmanın esnaf ve sanatkârlara faydalı olması noktasında, yapılan çalışmaların sonucunda ortaya çıkan hususların esnaf ve sanatkârların geleceği açısından iyi değerlendirilerek somut adımlar atılması önem arz etmektedir.

REFERANSLAR

Makaleler ve Kitaplar

Akbay, C., Candemir, S., & Orhan, E. (2005). Türkiye'de Yaş Meyve ve Sebze Ürünleri Üretim ve Pazarlaması. *Kahramanmaraş Sütçü İmam* Üniversitesi *Fen ve Mühendislik Dergisi, 8(2), 96-107.*

Akgemci, T., (2001). *KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler.* KOSGEB Yayınları.

Akin, A., & Gün, S. *Avrupa Birliği'ne Katılım Sürecinde Gıda İşletmelerinin AB Standartlarına Uyumu.*

Apan, A., (2007). Türkiye'de Kalkınma Planları ve Sosyal Güvenlik Reformu. *Türk İdare Dergisi, (456).*

Bengshir, Türksel K., (1996). *Bilgi Teknolojileri ve Örgütsel Değişim*. Ankara: TODAİ Yayınları.

Bourgeois, Y., ve Dulipovici, A., (2003). *New Brunswick–Small Business Primer.* CFIB Research.

Bulliet, R.,Crossley, P., Headrick D., Johnson, L., Hirsch, S., (2008). *The Earth andIts Peoples: A Global History, Volume I.* Boston: Houghton Mifflin.

Bulu, M., Eraslan, İ. H., & Barca, M. (2007). Türk Gıda Sektörünün Uluslararası Rekabetçilik Düzeyinin Analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, B.F. Dergisi (C. IX ,S.1, 2007).*

Çabuk, A. ve Saygılı A., (2003). *Finansman Maliyetlerinin KOBİ'lerde Rekabet Gücü Üzerindeki Etkisi–Ampirik Bir Uygulama*. VII. Ulusal Finans Sempozyumu Bildiriler, 22-25 Ekim.

Çiçek, E., ve Çilek, C., (2010). KOBİ'lerde Bilgi Teknolojileri Kullanımına Yönelik Yöneticilerin Bakış Açıları "Mersin İlinde bir Uygulama". *Selçuk Üniversitesi SEAD Dergisi.*

Cohen, J., 1995. *People control the growth of non human populations. In: How Many People Can the Earth Support?* New York and London: W. W. Norton and Company.

Demir, V. (2013). KOBİ'lerde Teknoloji Kullanımı. *Kobi Bilgi.*

Diamond, J. (1999). *Guns, Germs and Steel: The Fates of Human Societies.* New York: W. W. Norton and Company.

Dirt, M. (2008). *The Erosion of Civilizations.* Berkeley and Los Angeles: University of California Press.

Doğan, F. (2011). Osmanlı'da Boğaziçi'nde Balıkçılık (18. yy-20. yy). *Tarih Okulu Dergisi, 2011.*

Ertin, G., (2012). Gıda ve İçecek Sektörü, *İAOSB Haber Dergisi*.

Griffin, W.R., (1996). Management, Houston MifflinCompany, Boston.

Ikerd, J., (2008). *Reclaimingthesacred in foodandfarming. In: Crisis&Opportunity: Sustainability in American Agriculture.* Lincoln, NE: University of Nebraska Press.

Kilit, G., (2013). *Avrupa Birliği ve Türkiye'de Gıda Güvenliği ve Son Gelişmeler.* İKV Değerlendirme Raporu.

Kuchler, F., ve Stewart, H., (2008). Price Trends Are Similar for Fruits, Vegetables, and Snack Foods.

Levy M. ve Powell P., (2005). Strategiesfor Growth in SMSs: The Role of Information and Information Systems, Elsevier Information Systems Series,UK.

Mead, G. (2004). *Poultry Meat Processing and Quality.* Boca Raton, FL: CRC Press.

Nebel, B., ve Wright, R., (1993). Environmental Science: The Way the World Works. EnglewoodCliffs, NJ: PrenticeHall Professional.

Ömürbek, N. ve Altın, Fatma G., (2008). Sigortacılık Sektöründe Bilgi Teknolojilerinin Uygulanmasına İlişkin Bir Araştırma. *SDÜ, İ.İ.B.F. Dergisi, 13(3), 110-111.*

Özbek, F. ve Fidan, H., (2009). Türkiye ve Avrupa Birliği Gıda Standardları. *Selçuk Üniversitesi Selçuk Tarım ve Gıda Bilimleri Dergisi, 24 (1), 92-99.*

Özevren, M. ve Gürsu, M., (2004). *Organizasyonlarda Bilginin Yaratılması Süreci ve Bu Süreçte Liderliğin Önemi.* 3.Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Eskişehir.

Sağsan, M. (2003), *Bilgi Yönetiminin Kavramsal Çerçevesi ve Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü, ÜNAK'03: Bilgiye Erişimde Değişen Yollar ve II. Tıbbi Bilgi Yönetimi ve Teknolojileri Sempozyumu,* Ankara, http: //kaynak.unak.org.tr/bildiri/unak03/u03-28.pdf, 25.01.2010, ss.247-270.

Şimşek, Ş. ve Akın, H. B., (2003). *Teknoloji Yönetimi ve Örgütsel Değişim.* Konya: Çizgi Kitabevi.

Şimşek, Ş. ve İraz, R., (1999). Bilişim Teknolojilerinin Örgütsel Dönüşüm Üzerindeki Etkileri. *S.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 5, 37-52.*

Smil, V., (2001). *Enrichingthe Earth: Fritz Haber, Carl Bosch, and the Transformation of World Food Production.* Cambridge, MA: MIT Press.

Soydan, C., (1998). *Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Yönetsel Sorunları ve Çözüm Önerileri.* İstanbul Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

Tekin, M.,Güleş, Hasan K. ve Öğüt, A., (2007). *Değişim Çağında Teknoloji Yönetimi.* Ankara: Gazi Kitabevi.

Vasey, D., (1992). *An EcologicalHistory of Agriculture: 10,000 B.C. - A.D. 10,000.* Ames, Iowa: Iowa StateUniversityPress.

Raporlar

Doğaka Yaş Meyve ve Sebze Sektörü Raporu 2015.

Esnaf ve Sanatkârlar Genel Müdürlüğü, 2014. *KOBİ Destekleri Ülke İncelemeleri (Almanya, İngiltere, Belçika).*

İstanbul Ticaret Borsası, 1924-2014. Prof. Dr. Ufuk Gülsoy.

İstanbul Ticaret Odası, 2006. *Unlu Mamuller Üreten ve Satan İşyeri Mevzuatı ve AB Uyum Raporu.*

Konya Gıda Sanayi Sektörel Analiz Raporu 2008.

Kuzeydoğu Anadolu Kalkınma Ajansı. *Ambalajlı İçme Suyu Sektörü Raporu 2012.*

T.C. Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. *Gıda* ve *İçecek Sektörü Raporu* (2013/1)

The competitive position of the European food and drink industry Final Report, ECSIP Consortium, 2016.

TEPAV. *Gıda Sektöründe Değer Zinciri Analizi Projesi'nden (2013).*

Türkiye Esnaflar ve Sanatkârlar Konfederasyonu, 2008. *Esnaf ve Sanatkârlar Raporu, Mevcut Durum ve Öneriler.*

Ziraat Mühendisleri Odası. *Yaş Meyve ve Sebze Raporu*

28.Türkiye-AB Karma İstişare Komitesi Toplantısı, Edinburg, İskoçya 13-14 Eylül 2010. *Türkiye ve AB'de Gıda Güvenliği: Ortaklığın Sinerjisi.*

İnternet Kaynakları

http://beslenme.gov.tr/index.php?page=302

https://ipard.tarim.gov.tr/ipardprg.aspx

http://lokantacilarvepastacilar.org.tr/

http://mrkumpir.elluga.com/kumpirintarihcesi.php

http://science.howstuffworks.com/innovation/edible-innovations/fast-food3.htm

http://smallbusiness.chron.com/middleman-marketing-21577.html

http://turkiyefirincilarfederasyonu.org/index.php/ekmegimiz/tarihcesi

http://www.botham.co.uk/bread/history1.htm

http://www.cevreizinler.com/dearj-zin.html

http://www.csb.gov.tr/db/ced/icerikbelge/icerikbelge3323.pdf

http://www.dogaka.gov.tr/Icerik/Dosya/www.dogaka.gov.tr_621_FB8B45NT_Yas-Sebze-Meyve-Sektor-Raporu-2015.pdf

http://www.dunyagida.com.tr/haber.php?nid=2696

http://www.dunyagida.com.tr/yazar.php?id=12&nid=2935

http://www.esder.org.tr/content/view/234/234/

http://www.europeanbakers.com/EB_AllAboutBread/BreadHistory/index.cfm

http://www.exploratorium.edu/cooking/bread/links.html#history

http://www.foodtimeline.org/foodschools.html

http://www.foodtimeline.org/restaurants.html

http://www.gencveteriner.com/tavukculugun-tarihi-gelisimi-t843.0.html;wap

http://www.ibb.istanbul/

http://www.eesc.europa.eu/resources/docs/synergy-food-safety-cooperation-tr.pdf

http://www.impgroup.org/uploads/papers/182.pdf

http://www.istib.org.tr/resim/siteici/files/Yayinlar/04_%C4%B0stanbul%20Ticaret%20Borsas%C4%B1%201924-2014.pdf

http://www.izto.org.tr/portals/0/argebulten/perakendesekt%C3%96r%C3%9C_g%C3%96zdesev%C4%B0lm%C4%B0%C5%9E.pdf

http://www.kasaplarfederasyonu.org.tr/haberler/federasyonumuz-bizim-kasap-i-tescil-ettirdi

http://www.kesob.com/sayfa/11/ustalik-belgesinin-alinmasi.html

http://www.msxlabs.org/forum/genel-mesajlar/163749-hamburger-kokeni-ve-tarihi.html

http://www.myk.gov.tr/

http://www.ncausa.org/About-Coffee/History-of-Coffee

http://www.pizzatat.com/services-32-32-Pizzanin_Tarihcesi.html

http://www.saveur.com/article/Travels/Roots-of-the-Deli

http://www.silkroadspices.ca/history-of-spice-trade

http://www.teis.org.tr/index.php/2016/03/15/aktarlarbaharatcilar-ve-benzeri-dukkanlar-hakkinda-genelge/

http://www.tesk.org.tr/tr/calisma/sicil/4.pdf

http://www.thsk.gov.tr/dosya/birimler/doner_sermaye_db/dokumanlar/fiyat_rehberi/2016_fiyat_kitapcigi.pdf

http://www.tkdk.gov.tr/Ipard/IpardProgrami http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/b5a3b0088c-4bc9e_ek.pdf

http://www.zmo.org.tr/resimler/ekler/d38e6eab92b2aeb_ek.pdf

https://centralvicmeatsblog.wordpress.com/2014/02/03/the-history-of-butchery/

https://www.erikli.com.tr/doganin-iyiligi/gecmisten-bugune-erikli

https://www.kahvem.co/tarihi/kesfi/

https://www.pastirmacim.com/tarihce

Tablolar Listesi

Tablo 1	Esnaf ve Sanatkâr Kolları	13
Tablo 2	Gıda Sektöründeki Meslekler	14
Tablo 3	Maliye Bakanlığı Ciro, Kâr/Zarar Verileri	24
Tablo 4	Maliye Bakanlığı 2014 Kâr / Zarar Oranları	25
Tablo 5	2011-2014 Yılları Arası Zarar Beyan Oranı Değişimi	26
Tablo 6	2015 Yılı Mesleklere Göre Dış Ticaret Bilgileri	28
Tablo 7	2015 Yılı İllere Göre Dış Ticaret Bilgileri	29
Tablo 8	Gıda-İçecek Sektöründe Öne Çıkan Üretici Ülkelerin Üretim Payları	33
Tablo 9	Gıda-İçecek Sektöründe Önemli Üretici Ülkelerin İhracat Rakamları	34
Tablo 10	Büyük Şirket Mülakat Çıktıları	41
Tablo 11	Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu Meslek Tanımları	52
Tablo 12	Fırıncılık MYK Meslek Tanımı	52
Tablo 13	Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu Mesleklere Göre Esnaf Sayısı ve Cinsiyet Dağılımı	53
Tablo 14	Fırıncılık Mesleği Bölgesel Dağılımları	56
Tablo 15	Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı Mesleği Bölgesel Dağılımları	56
Tablo 16	Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı Mesleği Bölgesel Dağılımları	56
Tablo 17	Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu Kullanılan Araç & Gereçler	57
Tablo 18	Fırıncılık İllere göre Kâr / Zarar Beyanları -2014	61
Tablo 19	Un, Kepek, Yem ve Zahire Satıcılığı İllere göre Kâr / Zarar Beyanları -2014	62
Tablo 20	Unlu Mamuller Perakende Satıcılığı İllere göre Kâr / Zarar Beyanları -2014	64
Tablo 21	Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu Yıllara Göre İstihdam Sayıları 2010-2015	65
Tablo 22	Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubunun Dış Ticaret Verileri 2015	66
Tablo 23	Müşterilerin Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu Esnaflarından Memnuniyet Düzeyi	66
Tablo 24	Esnaf Sözcüğünün Müşteriler için İfade Ettikleri	67
Tablo 25	Müşterilerin Un ve Unlu Mamul Alt Sektör Grubu Esnafları Hakkındaki Düşünceleri	67
Tablo 26	Müşterilerin Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu Esnaflarından Alışveriş Yapma Nedenleri	68
Tablo 27	Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu Meslek Tanımları	78
Tablo 28	Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu Mesleklere Göre Esnaf Sayısı ve Cinsiyet Dağılımı	80
Tablo 29	Aktarlık ve Baharatçılık Mesleği Bölgesel Dağılımları	84
Tablo 30	Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Mesleği Bölgesel Dağılımları	85
Tablo 31	İyi Suculuk Mesleği Bölgesel Dağılımları	85
Tablo 32	Kantincilik Mesleği Bölgesel Dağılımları	85
Tablo 33	Kuruyemiş ve Kurukahve Satıcılığı Bölgesel Dağılımları	86
Tablo 34	Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu Kullanılan Araç & Gereçler	87

Tablo 35	Aktarlık ve Baharatçılık İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014	91
Tablo 36	Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014	92
Tablo 37	İyi Suculuk İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014	94
Tablo 38	Kantincilik İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014	95
Tablo 39	Kuruyemiş ve Kuru Kahve Satıcılığı İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014	97
Tablo 40	Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu Yıllara Göre İstihdam Sayıları 2010-2015	98
Tablo 41	Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubunun Dış Ticaret Verileri -2015	98
Tablo 42	Müşterilerin Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu Esnaflarından Memnuniyet Düzeyi	99
Tablo 43	Esnaf Sözcüğünün Müşteriler için İfade Ettikleri	100
Tablo 44	Müşterilerin Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu Esnafları Hakkındaki Düşünceleri	100
Tablo 45	Müşterilerin Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu Esnafları Tercih Etme Nedenleri	101
Tablo 46	Kasaplık Alt Sektör Grubu Meslek Tanımları	114
Tablo 47	Kasaplık Alt Sektör Grubu Mesleklere Göre Esnaf Sayısı ve Cinsiyet Dağılımı	117
Tablo 48	Balıkçılık Mesleği Bölgesel Dağılımları	121
Tablo 49	Celeplik Mesleği Bölgesel Dağılımları	122
Tablo 50	Kasaplık, Sakatatçılık Mesleği Bölgesel Dağılımları	122
Tablo 51	Şarkütericilik Mesleği Bölgesel Dağılımları	122
Tablo 52	Tavukçuluk, Yumurtacılık Mesleği Bölgesel Dağılımları	123
Tablo 53	Kasaplık Alt Sektör Grubu Kullanılan Araç & Gereçler	125
Tablo 54	Balıkçılık İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014	130
Tablo 55	Celeplik İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014	131
Tablo 56	Kasaplık, Sakatatçılık İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014	132
Tablo 57	Şarkütericilik İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014	134
Tablo 58	Tavukçuluk, Yumurtacılık İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014	135
Tablo 59	Kasaplık Alt Sektör Grubu Yıllara Göre İstihdam Sayıları 2010-2015	136
Tablo 60	Kasaplık Alt Sektör Grubunun Dış Ticaret Verileri -2015	136
Tablo 61	Müşterilerin Kasaplık Alt Sektör Grubu Esnaflarından Memnuniyet Düzeyi	137
Tablo 62	Esnaf Sözcüğünün Müşteriler için İfade Ettikleri	138
Tablo 63	Müşterilerin Kasaplık Alt Sektör Grubu Esnafları Hakkındaki Düşünceleri	138
Tablo 64	Müşterilerin Kasaplık Alt Sektör Grubu Esnafları Tercih Etme Nedenleri	139
Tablo 65	Lokantacılık Alt Sektör Grubu Mesleklere Göre Esnaf Sayısı ve Cinsiyet Dağılımı	155
Tablo 66	Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği Bölgesel Dağılımları	158
Tablo 67	Lokantacılık Mesleği Bölgesel Dağılımları	158

Tablo 68	Lokantacılık Alt Sektör Grubu Kullanılan Araç & Gereçler	159
Tablo 69	Hamburger, Pizza, Tost, Kumpir vb. İşletmeciliği İllere Göre Kâr/Zarar Beyanları -2014	161
Tablo 70	Lokantacılık (Kebap, Köfte, Döner ve her türlü yemek) İllere Göre Kâr/ Zarar Beyanları -2014	163
Tablo 71	Lokantacılık Alt Sektör Grubu Yıllara Göre İstihdam Sayıları 2010-2015	164
Tablo 72	Lokantacılık Alt Sektör Grubunun Dış Ticaret Verileri 2015	164
Tablo 73	Müşterilerin Lokantacılık Alt Sektör Grubu Esnaflarından Memnuniyet Düzeyi	165
Tablo 74	Esnaf Sözcüğünün Müşteriler için İfade Ettikleri	165
Tablo 75	Müşterilerin Lokantacılık Alt Sektör Grubu Esnafları Hakkındaki Düşünceleri	166
Tablo 76	Müşterilerin Lokantacılık Alt Sektör Grubu Esnafları Tercih Etme Nedenleri	167
Tablo 77	Pazarcılık Alt Sektör Grubu Meslek Tanımları	177
Tablo 78	Pazarcılık Alt Sektör Grubu Mesleklere Göre Esnaf Sayısı ve Cinsiyet Dağılımı	178
Tablo 79	Kabzımallık Mesleği Bölgesel Dağılımları	181
Tablo 80	Manavlık Mesleği Bölgesel Dağılımları	181
Tablo 81	Pazarcılık Mesleği Bölgesel Dağılımları	181
Tablo 82	Pazarcılık Alt Sektör Grubu Kullanılan Araç & Gereçler	182
Tablo 83	Kabzımallık İllere göre Kâr / Zarar Beyanları -2014	184
Tablo 84	Manavlık İllere göre Kâr / Zarar Beyanları -2014	186
Tablo 85	Pazarcılık İllere göre Kâr / Zarar Beyanları -2014	187
Tablo 86	Pazarcılık Alt Sektör Grubu Yıllara Göre İstihdam Sayıları 2010-2015	188
Tablo 87	Pazarcılık Alt Sektör Grubunun Dış Ticaret Verileri 2015	189
Tablo 88	Müşterilerin Pazarcılık Alt Sektör Grubu Esnaflarından Memnuniyet Düzeyi	189
Tablo 89	Esnaf Sözcüğünün Müşteriler İçin İfade Ettikleri	190
Tablo 90	Müşterilerin Pazarcılık Alt Sektör Grubu Esnafları Hakkındaki Düşünceleri	191
Tablo 91	Müşterilerin Pazarcılık Alt Sektör Grubu Esnafları Tercih Etme Nedenleri	192
Tablo 92	Vergi Dairelerinin İstediği Belgeler	202
Tablo 93	Meslek Odasına Kayıtta İstenilen Belgeler	204
Tablo 94	Gıda Sektöründe Faaliyet Gösteren Esnaf ve Sanatkârların Tabi Oldukları İş Yeri Türü	208
Tablo 95	Esnaf ve Sanatkârlar Aidat ve Ücretler	213
Tablo 96	Hanehalkı Harcamalarında Gıda Harcamalarının Payı	218
Tablo 97	Yıllar İtibarıyla Aylık Hanehalkı Gıda ve İçecek Harcamaları	219
Tablo 98	Ülkeler Bazında Kişi Başı Su Tüketimi (2010)	223
Tablo 99	Türkiye'de Yıllara Göre Meyve Sebze Üretimi	225
Tablo 100	Meslekler Bazında NACE Kodlarına Göre Tehlike Sınıfları	257

Şekiller Listesi

Şekil 1.	Mesleklere Göre Esnaf Sayıları	17
Şekil 2.	Gıda Sektörü Tescil ve Terkin Sayıları 2013-2015	18
Şekil 3.	Gıda Sektörü Meslek Büyüme Hızları 2013-2015	19
Şekil 4.	Gıda Sektörü Kadın / Erkek Oranı	20
Şekil 5.	Gıda Sektörü Mesleklere Göre Yaş Ortalamaları	20
Şekil 6.	Gıda Sektörü Esnafı Eğitim Durumu	21
Şekil 7.	Türkiye'de Gıda Sektörü Esnaf ve Sanatkârlarının Bölgelere Göre Dağılımı	23
Şekil 8.	Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu Tescil ve Terkin Sayıları	54
Şekil 9.	Un ve Unlu Mamuller Alt Sektör Grubu Eğitim Durumu	55
Şekil 10.	Ekmek / Unlu Mamul Üretim Süreci	60
Şekil 11.	Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu Tescil ve Terkin Sayıları	81
Şekil 12.	Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Alt Sektör Grubu Eğitim Durumu	83
Şekil 13.	Bakkallık, Bayilik ve Büfecilik Meslek Süreçleri	90
Şekil 14.	Kasaplık Alt Sektör Grubu Tescil ve Terkin Sayıları	118
Şekil 15.	Kasaplık Alt Sektör Grubu Eğitim Durumu	120
Şekil 16.	Et Ürünleri Üretim Süreci	126
Şekil 17.	Tavuk Ürünleri Üretim Süreci	127
Şekil 18.	Balık Ürünleri Üretim Süreci	128
Şekil 19.	Kasaplık Meslek Süreçleri	129
Şekil 20.	Lokantacılık Alt Sektör Grubu Tescil ve Terkin Sayıları	156
Şekil 21.	Lokantacılık Alt Sektör Grubu Eğitim Durumu	157
Şekil 22.	Lokantacılık Süreçleri	160
Şekil 23.	Pazarcılık Alt Sektör Grubu Tescil ve Terkin Sayıları	178
Şekil 24.	Pazarcılık Alt Sektör Grubu Eğitim Durumu	180
Şekil 25.	Aylara Göre Sebze ve Meyveler	183
Şekil 26.	Pazarcılık Meslek Süreçleri	184
Şekil 27.	Kırmızı Et Değer Zinciri (Kaynak: TEPAV)	220
Şekil 28.	Süt ve Süt Ürünleri Üretimi Değer Zinciri (Kaynak: TEPAV)	221
Şekil 29.	Nişasta Bazlı Şeker Değer Zinciri (Kaynak TEPAV)	222
Şekil 30.	Esnaf ve Sanatkârlar Meslek Kuruluşları	236
Şekil 31.	Yıllar İtibarıyla Kurulan ESKKK Sayısı	240
Şekil 32.	ESKKK'lar Kefaletiyle Esnafa Kullandırılan Kredi Miktarları (Milyar TL)	241
Şekil 33.	Gelir Vergisi Kanunu'na göre Esnaf ve Sanatkârın Vergilendirilmesi	245

Kısaltmalar

AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE	Araştırma Geliştirme
AVM	Alışveriş Merkezleri
BAĞ-KUR	Esnaf ve Sanatkârlar ve Diğer Bağımsız Çalışanlar Sosyal Sigortalar Kurumu
ÇED	Çevresel Etki Değerlendirmesi
DB	Dünya Bankası
DTÖ	Dünya Ticaret Örgütü
ESBİS	E-Esnaf ve Sanatkâr Veri Tabanı
ESK	Et ve Süt Kurumu
ESKKK	Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri
ETBİR	Et Üreticileri Birliği
FAO	Dünya Gıda Örgütü
GBT	Genel Bilgi Tarama
GMT	Gıda Maddeleri Tüzüğü
GTİP	Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonu
HACCP	Tehlike Analizleri ve Kritik Kontrol Noktaları
İSGB	İş Yeri Sağlık ve Güvenlik Birimleri
İŞKUR	Türkiye İş Kurumu
KDV	Katma Değer Vergisi
KDVK	Katma Değer Vergisi Kanunu
KGF	Kredi Garanti Fonu
KHK	Kanun Hükmünde Kararname
KOBİ	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
MYK	Mesleki Yeterlilik Kurumu
NACE	Ekonomik Faaliyetlerin İstatistiki Sınıflaması
NBŞ	Nişasta Bazlı Şeker
OECD	Ekonomik Kalkınma ve İş Birliği Örgütü
OSGB	Ortak Sağlık ve Güvenlik Birimleri
PERBİS	Perakende Bilgi Sistemi
RKHK	Rekabetin Korunması Hakkında Kanun

SETBİR	Türkiye Süt, Et, Gıda Sanayicileri ve Üreticileri Birliği
SGK	Sosyal Güvenlik Kurumu
SSK	Sosyal Sigortalar Kurumu
TAGEM	Tarımsal Araştırmalar ve Politikalar Genel Müdürlüğü
TAPDK	Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurulu
TEPAV	Türkiye Ekonomi Politikaları Araştırma Vakfı
TESK	Türkiye Esnaf ve Sanatkârları Konfederasyonu
TESKOMB	Türkiye Esnaf ve Sanatkârlar Kredi ve Kefalet Kooperatifleri Birlikleri Merkez Birliği
TGK	Türk Gıda Kodeksi
TİGEM	Tarım İşletmeleri Genel Müdürlüğü
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TSE	Türk Standartları Enstitüsü
TÜRMOB	Türkiye Serbest Muhasebeciler, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
UATF	Ulusal Atık Taşıma Formu
ÜFE	Üretici Fiyatları Endeksi
VUK	Vergi Usul Kanunu
YÖK	Yüksek Öğretim Kurumu