



TÜRKİYE BÜYÜK MİLLET MECLİSİ BAŞKANLIĞINA

Ülkemizdeki Çiftçilerin Ürettikleri Ürünlerdeki Pazarlama Sorunlarının ve Çözüm Yollarının Belirlenmesi, Destekleme Yollarının Araştırılması, İdari ve Kurumsal Yasal düzenlemelerin Yapılması, amacıyla İçtüzüğün 104. ve 105. maddeleri gereğince ekte yer alan gerekçeye istinaden bir Meclis Araştırması açılmasını arz ve teklif ederiz.

1. Seren Tarrıkulu

Dr. Melih Selcan
Gaziantep Mv

Dr. Mehmet Ali Edirne
Hatay Mv.

Dr. Muharrem İslık
Erzurum Mv.

Errol Aksinger
İzmir Milletvekili

İhsan Örkas
İstanbul Mv

1
Ramazan Kerim ÖZKAN
Burdur Milletvekili

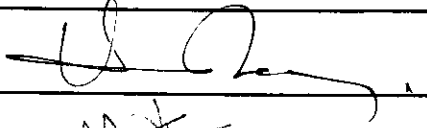
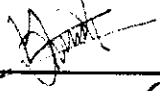
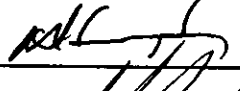
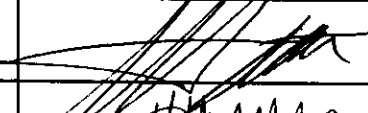
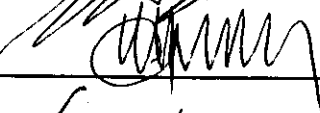
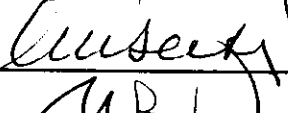
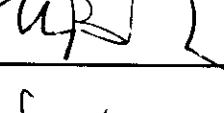
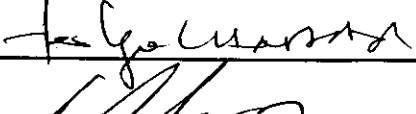
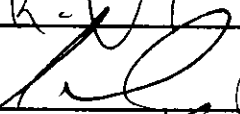
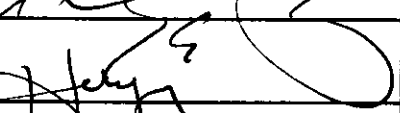
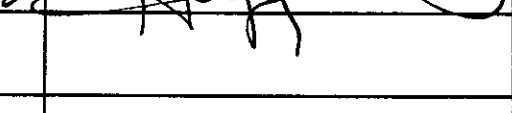
4
Atilla Kart
Konya Mv

6
Celal DINGER
İstanbul Milletvekili

8
Ar. Gürbüt Acar
Ankara Mv

10
İhan DEMİROZ
Bursa Mv

Ali Rıza Öztürk
K. Mevlânâ Mv.

ADI SOYADI	SEÇİM BÖLGESİ	İMZA
Ali Serindag	Gariante	
YILDIRIM SÖREN	ANTALYA	
M. SELDAK SOYDAN	GARİANTE	
Haluk Eynöğün	İST	
Mehmet Ali Savaş	İzmir	
F. Necir Serter	İstanbul	
Mehmet İzzet BAKIR	AYDIN	
Polat Uzun	İzmir	
Turgut Dibel	Kırklareli	
Halik Eder Önder	Sivas	
Mahmut Tanal	İst.	
Uğur DOĞRAKTUTLU	ANTALYA	
Rıza Turmen	İzmir	
Ali Özgündüz	İST	
Hüseyin Çimen	İzmir	

13

14

15

16

17

18

19

20

21

22

23

24

25

26

27

GEREKÇE

Ülkemizdeki çiftçiler, genellikle ürettiği ürünlerin satışı ve pazarlanması konusunda önceden bir plan yapmayıp, çiftçiliği sadece tarımsal ürünleri üretmek olarak yorumlar. Oysa üretilen tarımsal ve hayvansal ürünlerin satılması, pazarlanma planlamasının önceden yapılması çiftçiliğin bir parçasıdır. Bu nedenle üreticilerin ürettikleri ürünler için Pazar bağlantılarını önceden kurmaları gereklidir. Özellikle küçük aile işletmeciliğinin yaygın olarak yapıldığı ülkemizde tarımsal ürünlerin pazarlanması, birlikte hareket etmeyi gerektirir. Bunun içinde çiftçilerin örgütlenerek, veya bir kooperatif çatısı altında bütünleşerek hem toplam ürün miktarını, hem de serbest piyasa ekonomisi ile rekabet edebilme güçlerini artırmaları gerekmektedir. Özel sektörün tarımsal ürün pazarlamasında zayıf olduğu yerlerde ve zamanlarda tarımsal kooperatifler özellikle çok önem arz etmektedir.

Ülkemizde meyve sebze pazarlaması genellikle dev şirketlerce değil küçük komisyoncular tarafından yapılmakta ve bu komisyoncular organize kuruluşlar değildir. Ülkemizde çiftçinin, köylünün ürününün pazarlanmasında sorun vardır. Bu nedenle hem serbest piyasada çiftçinin tüccara karşı haklarını koruyacak hem de çiftçinin tarımsal ürününü üzerine almadan pazarlanmasını kayıt altında, banka garanti belgeleri gibi belgelerle satış organizasyonu yapacak güçlü Tarımsal Üretici Birliklerine ve Birlikler yanında çiftçinin ürettiği malı üzerine alıp işleyip, satış ve pazarlama yapacak Tarımsal Pazarlama Kooperatiflerine de gereksinim duyulmaktadır. Tarımsal üretici birlikleri serbest piyasa koşullarını ve hal yasasını yakından takip ederek yurt içi ve yurt dışı pazar oyuncularını ile bağlar kurup ürünün sağlam ticari koşullarda en iyi fiyat şartlarında satılmasını organize eder. Kısaca üretici birlikleri üyelerinin ürününü tanıtır, komisyoncu ve tüccarlarla bağlar kurar, büyük zincir market şirketleriyle görüşür, yurt içi, yurt dışı ihracatçı firmaları bulur, güvenli ticaret kuralları ile satışı gerçekleştirip çiftçinin malının karşılığını parasını almasını sağlar.

Kooperatiflerden beklentiler tarım ürünlerinin sınıflandırılması, ambalajlanması, soğuk depolanması, işlenmesi şeklinde planlanmalıdır. Ürünün hiç işlenmeden pazarlanmasını zaten üretici birlikleri yapacaktır. Yani üretici birlikleri çiftçilerimizin ürünlerinin en iyi şartlarda satışı ve pazarlanması için çiftçinin yararına çalışan önemli kuruluşlardır ve mutlaka devlet tarafından gerçek anlamda desteklenmeli, teşvik edilmeli, önlerindeki bürokratik engeller kaldırılarak, çiftçilere eğitim ve yayım yoluyla bilgi verilmelidir.

Çiftçinin eline geçen fiyatlar, onun elde edeceği gelire ve üretim kararlarına önemli düzeyde etki eder. Ülkemizde tarım ürünlerine tüketicilerce ödenen paraların çoğunluğu üreticilerin eline geçmemektedir. Hem tüketici ürüne yüksek fiyat ödemekte hem de üretici alın terinin karşılığını alamamaktadır. Kazancın çoğu aracılara gitmektedir.

Yörelerde tarıma dayalı sanayi işletmelerinin yetersiz oluşu, tarım ürünlerinin yeterince pazarlanmasını engellemektedir. Ürünler ancak yakın pazarlardaki tüketicilere ulaştırılabilmektedir. Bu da ürünlerin daha düşük fiyatlardan satılmasına ve çiftçi gelirlerinin düşük olmasına sebep olmaktadır. Çiftçilerin pazar sorunu çözülürse çiftçi ürettiği ürünün gerçek değerini elde etmeye başlayacaktır. Üreticiler birlik oluşturup ürünlerini fiyatların daha yüksek olduğu bölge dışı pazarlara götürebilmeli hatta dış ülkelere satış yapabilmelidir.

Çiftçi ürettiği malı pazarda zarar etmeden satabilmelidir. Çiftçinin elverişsiz piyasa şartlarından olumsuz etkilenmemesi için devlet bazı ürünlerde destekleme alımları yapmalıdır.

Üreticilerin, potansiyel satın alıcılarda veya tüketicilerde hangi mallara karşı daha yoğun bir ilgisinin bulunduğu, ürüne karşı olan talep miktarlarının ve ödeme kapasitelerinin ne olduğu ve ürünlerin tüketiciye nasıl ulaştırılacağı konularında bilgi sahibi olması sağlanmalıdır.