Erzurum Merkez İlçede 200 Gramlık Bir Ekmeğin İmalat Maliyeti ve Pazarlama Marjının Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma

Vedat Dağdemir* **Emine Aşkan ***
*Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü, 25240 Erzurum

Özet: Erzurum merkez ilçede fabrikalarda buğdayın una dönüşümü aşamasında bir kg unu elde etmek için ortalama 1.375 kg buğdaya ihtiyaç olduğu tespit edilmiştir. Bir kg unun maliyeti 536 516.38 TL olarak hesap edilmiştir. Fabrikalarda maliyet unsurlarında en büyük payın %87.14 oranı ile buğdaya ait olduğu belirlenmiştir. Ekmeğin oluşumunda maliyetin %64.63'nü un'un oluşturduğu tespit edilmiştir. 200 gram bir ekmeğin maliyetinin ise 152 220.70 TL olduğu tespit edilmiştir. Araştırma kapsamında buğdayın üretiminden 200 gram bir ekmek olup tüketiciye ulaşıncaya kadarki aşamalarında pazarlama zincirinde tüketicinin ödediği 225 000 TL'nin %31.10'u çiftçi eline geçerken %8.32'si fabrikaya, %4.30'u un satıcısına, %40.72'si fırına ve %15.56'sı bayii ye gittiği hesaplanmıştır. Araştırma kapsamında bir ekmeğin oluşumunda fırınlar %40.72 oranı ile en önemli aracı olarak bulunmuştur.
Anahtar Sözcükler: Ekmek maliyeti, imalat maliyeti, pazarlama marjı, Erzurum.

A Research on the Determination of the Marketing Margin and Manufacturing Cost of A 200 Gr Bread in Central Town of Erzurum

Abstract: It is determined that 1.375 kg wheat is needed to have a 1 kg flour in the process of turning wheat into flour in factories in central town of Erzurum. It is calculated that the cost of 1 kg flour is 536 516.38 TL. It is also determined that with %87.14 wheat has the biggest portion within the cost factors in the factories. It is found out that flour constitutes %64.63 of the cost in the process of bread and the cost of a 200 gr bread is 152 220.7 TL. In the scope the research, in the stages of wheat turning into bread starting from production to ending as a 200 gr bread %31.10 of the 225 000 TL paid by the consumer in the marketing chain goes to farmer, %8.32 goes to factories, %4.3 goes to seller, %40.72 goes to bakery and %15.56 goes to dealer. In the scope of the research bakeries are the most important intermediary with %40.72 shares in the formation of bread.
Keywords: Bread cost, manufacturing cost, marketing margin, Erzurum

1.Giriş

Hızla artan dünya nüfusunun beslenme sorunlarının çözümünde, sınırlı olan tarım alanlarındaki bitkisel üretimin verimliliğini artırmak büyük önem taşımaktadır. Şüphesiz insan beslenmesinde en ön sırada gelen bitkilerden birisi buğdaydır. Buğday ürününden elde edilen un, bulgur, makarna, nişasta insan beslenmesinde, buğdayın sapları ise kağıt-karton sanayinde ve hayvan beslenmesinde kullanılmaktadır. Bu nedenle dünya'da ve Türkiye'de özellikle buğday üretiminde herhangi bir nedenle azalma olduğunda undan yapılan gıda maddelerinin fiyatları ve dolayısıyla ekmek fiyatları yükselerek doğrudan bütün toplumu etkilemektedir (Süzer, 2002).

Un ve unlu mamuller sanayinin hammaddesi olan buğday, öncelikle işlenerek un ve irmik haline dönüştürülmektedir. Un ve irmik işlenerek ekmek, makarna, bisküvi vb. unlu mamuller haline dönüştürülmektedir (Arıkbay, 1993). Anadolu Kırmızı Sert, Anadolu Beyaz Sert, Kırmızı Yarı Sert ve Beyaz Yarı Sert buğday çeşitlerinden ekmeklik buğday elde edilmektedir. Ekmeğin oluşumunda kaliteli un olarak adlandırılan Tip 1 ve kalitesi biraz daha düşük olan Tip 2 veya Tip 3 unlarının karışımları kullanılmaktadır (Anonim, 2002a).

Türkiye'de buğday, un ve unlu mamuller içinde en çok ekmek olarak tüketilmektedir. Günlük kişi başına 400 gram tüketimi olan ekmek Türk toplumunun adet, anane, zevk ve alışkanlıklarına bağlı olan temel gıda maddesidir (Kızıloğlu, 1994). Bu öneminden dolayı buğday üretimden başlayarak tüketicinin eline ekmek olarak ulaşıncaya kadar ki pazarlama yapısını ortaya koyacak çalışmalar önem arz etmektedir.

2. Materyal ve Yöntem

2.1. Materyal

Araştırmanın materyalini un fabrikaları ve fırınlardan elde edilen veriler oluşturmuştur. Un maliyeti ile ilgili yapılan anket çalışmaları Erzurum iline bağlı 4 un fabrikasıyla 2002 Kasım ayında yapılmıştır. Ekmek maliyeti ile ilgili yapılan anket çalışmaları Tarım İl Müdürlüğünde kayıtlı ve Erzurum Fırıncılar Odası'na bağlı fırınlarda 2003 Ocak ayında yapılmıştır. Yapılan tüm hesaplamalarda bir ardışıklık oluşturulmuş ve maliyet kalemlerinin zaman içerisinde stabil olması sağlanmıştır.

2.2. Yöntem

2.2.1.Maliyet Analizinde Kullanılan Yöntem

Bir ürünün veya hizmetin ortaya çıkarılmasında çok çeşitli masrafların bileşimi ve üretim sürecindeki değişimi üründen ürüne büyük ölçüde farklılık göstermektedir. Genel bir şekilde yapılan masrafların elde edilen ürüne oranı veya

birim ürün başına yapılan masraflar olarak ifade edilen maliyet, tüm ekonomik sektörlerde işletmelerin çalışmalarının ekonomik bir sonucu özelliğine sahiptir. İşletmelerin şartlara uygun, rasyonel ve verimli çalışmaları bu ekonomik sonuçla yakından ilgili bulunmaktadır (Güneş, 1988).

İşletme ekonomisi bakımından amortismanın aktif unsurlarının yıpranmadan doğan değer eksilmelerine karşılık olmak üzere ve ona eşit bir pay olarak yıllık giderlerden ayrılması gerekmektedir (Dağdemir, 1998). Un üretim maliyeti ve ekmek üretim maliyeti hesap edilirken kullanılan makineler için amortisman hesabı doğru hat metodu ile tespit edilmiştir.

Doğru hat metodu iki şekilde uygulanmaktadır (Gülten, 1994).

a- Yıllık Amortisman = Değer/Ortalama Ömür

b- Yıllık Amortisman-Hurda Değeri/Ortalama Ömür

2.2.1.1. Un Maliyeti Hesabında Uygulanan Yöntem

Erzurum ilinde bulunan ve üretim yapan un fabrikalarının isim ve adresleri Erzurum Sanayi ve Ticaret Odasından alınarak 4 un fabrikasıyla buğdayın un haline dönüştürülmesinde ortaya çıkan girdiler ile hasılalar hesaplanıp 1 kg unun maliyeti hesap edilmiştir.

Araştırma bölgesinde unun hammaddesi olan buğday, tarım işletmelerinden fabrikalar tarafından alınmaktadır. Bunun için buğday alımındaki taşıma masraflarını fabrikalar karşılamaktadırlar. Buğdayın una dönüşümünde gerek taşıma gerekse temizleme sırasında ortalama %3'lük bir fire kaybı yaşanmaktadır. Fire kaybı buğday alımından sonra gerçekleştiği için maliyet masraflarına dahil edilmiştir. İşçilik giderleri hesap edilirken işletmede çalışan şoförler ve idari personel de dahil olmak üzere, çalışanların sigorta primleri ve yıllık yıpranma tazminatları için ödenen bedellerde maliyet hesabında gösterilmiştir.

Un maliyet hesabı yapılırken, bir kg un elde edebilmek için yapılan tüm masraflar karşılığı olarak asıl ürün ve tali ürün olmak üzere iki ürün ortaya çıkmaktadır. Asıl ürün un, tali ürün ise kepek olmaktadır. Bir kg unun maliyeti belirlenirken; kepeğin cari fiyat üzerinden kıymeti genel giderler toplamı üzerinden düşülerek geriye kalan masraf kısmı bir kg un miktarına bölünmek suretiyle elde edilmiştir.

2.2.1.2. Bir Ekmeğin (200 Gr) Maliyet Hesabında Uygulanan Yöntem

Araştırmada, Erzurum merkez ilçede 200 gramlık bir ekmeğin maliyeti hesaplanırken, merkez ilçede Tarım İl Müdürlüğüne ve Erzurum Fırıncılar Odasına kayıtlı üretim yapan 65 fırının üretim kapasitelerine bağlı olarak yapılan SPSS bilgisayar programından elde edilen veriler dahilinde Basit Tesadüfi Örnekleme yönteminde aşağıdaki formül kullanılmıştır.

$$n = \frac{N.S^2.z^2}{(N-1).d^2 + S^2.z^2}$$

Burada;

n = örnek hacmi

S^2 = standart sapma

z = %90 güven sınırı için cetvel değeri

N = örnekleme çerçevesine ait toplam birim sayısı

d = kabul edilebilir hata (d = $\overline{X}$. 0.10)

$\overline{X}$ = işletme üretim kapasitesi.

Basit tesadüfi örnekleme yönteminde serbestlik derecesi (N-1) 30'dan büyük olduğu zaman "t" yerine "z" yazılabilir (Çiçek ve Erkan, 1996). %90 güven sınırında (z =1.65) ve ortalamadan %10 sapma ile örnek (fırın) sayısı belirlenmiştir.

$$\text{Fırın Sayısı} = \frac{65.(129794,1).(1,65)^2}{64.(67,42)^2 + 129794,1.(1,65)^2} = 36$$

Anketlerin bir kısmında noksan bilgi olabileceği düşünülerek %10 (4 tane) yedek anket yapılmış, değerlendirme 36 anket üzerinden hesaplanmıştır.

Ekmek üretiminde maliyeti oluşturan unsurlar un gideri, genel imalat giderleri, işçilik ve yasal yan ödemelerden oluşmaktadır. Ekmek yapımı genellikle biri Tip 1 olan kaliteli un, diğeri kalitesi daha düşük olan Tip 2 veya Tip 3 ununun karışımından yapılmaktadır. Un fiyatları unun kalitesine göre değişmektedir. Araştırma bölgesinde incelenen fırınlarda un fiyatı hesap edilirken, kullanılan unların ortalama kg fiyatı tespit edilmiştir.

2.2.2. Pazarlama Analizinde Uygulanan Yöntem

2.2.2.1. Pazarlama Zincirinin Tespiti

Üretilmiş ürünler son tüketiciye ulaşıncaya kadar çeşitli yollar izler, çeşitli aracılarla karşılaşır ve değişik şekillerde işlenirler. Üretim işlemlerinden itibaren içinden aktıkları ve işleme, depolama, paketleme, elden ele geçme gibi değişik olaylar ile karşılaştıkları bu yollar ve yerler toplu olarak pazarlama zincirini oluştururlar.

Tarımsal bir ürün olan buğdayın ekmeğe dönüşümünde pazarlama zinciri araştırma bölgesi çerçevesinde belirlenmiştir. Araştırma bölgesinde örnek hacmine dahil edilen işletmelerle yapılan anketlerde ilk aşamada, un fabrikalarının buğdayı nereden, ne zaman aldıkları ve imal ettikleri unu ne zaman, kimlere sattıkları, ikinci aşamada, un satıcılarının unu nereden satın aldıkları ve kimlere sattıkları, üçüncü aşamada fırının unu kimlerden, ne zaman aldığı ve temel gıda maddesine dönüşen ekmeği hangi aracılarla tüketicilere ulaştırdıkları spesifik sorularla belirlenmiştir.

2.2.2.2. Pazarlama Marjının Hesaplanmasında Kullanılan Yöntem

Pazarlama marjı, belli bir miktardaki ürün için tüketicinin ödediği fiyat ile üreticinin aynı miktardaki ürüne eşdeğer olan miktar için aldığı değer arasındaki fark olarak tanımlanır. Marjın fonksiyonel formu şöyle açıklanabilir (Charman, 1999).

Marj = Pr – Pf

Pf : 200 gr bir ekmeğe eşdeğer buğday fiyatı

Pr : Perakende seviyesinde bir ekmeğin fiyatı

200 gr bir ekmek için pazarlama marjı, mevcut şartlarda tüketicinin 200 gr bir ekmeğe ödediği fiyat ile 200 gr bir ekmeğe eşdeğer buğday için üreticinin eline geçen fiyat arasındaki farktır (Dağdemir, 1998). TMO'dan sağlanan veriler çerçevesinde buğday fiyatları belirlenmiştir. Erzurum Fırıncılar Odası kayıtlarından ve günlük tükettiğimiz 200 gr bir ekmeğin fiyatı araştırma yapıldığı zaman 225 000 TL olarak belirlenmiştir (Anonim, 2002b).

3. Araştırma Bulguları ve Tartışma

3.1. Un Fabrikalarında Maliyet Hesabı

Araştırma kapsamında Erzurum merkez ilçede çalışır durumda 4 un fabrikasının mevcut olduğu belirlenmiştir. Ortalama işyeri üretim kapasitesi günlük 102.63 ton, kapasite kullanım oranı ise %52.00 düzeyindedir.

Un maliyeti hesap edilirken buğdayın una dönüşümünde kepeğe düşen kısım ve fireler hesaba katılarak 1.375 kg buğdaydan bir kg un elde edildiği tespit edilmiştir. Un maliyeti ile ilgili masraf unsurları çizelge 1'de gösterilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre fabrikalar hiçbir maliyet ve zahmete maruz kalmadan kepek elde etmekte ve kepeğin satışından kâr elde etmektedirler. 1.375 kg buğdayın %72.73'ü una dönüşürken, %27.27'si kepeği oluşturmaktadır.

Araştırma bölgesinde fabrika un satışını il içi ve dışına vadeli veya peşin olarak yapmaktadır. Bu tür satışlardan fiyat farklılıkları oluşmaktadır. Araştırma amacına uygun olarak bölgede fabrikaların il içi ve peşin olarak yaptıkları satışlar maliyet hesabında yer almaktadır.

Çizelge 1. Fabrika Un Masraf Kalemleri ve Maliyet Tablosu

Maliyet Unsurları	**Tutar (TL/kg)**	**Oran(%)**
Buğday (1.375 kg)	467 500.00	87.14
Fabrika Nakliye Masrafları	26.98	0.01
Ortalama fire (%3)	14 025.00	2.61
İşçilik *	13 793.00	2.57
Elektrik	11 233.60	2.09
Su	149.80	0.03
Yakacak	3 594.90	0.67
Periyodik Bakım-Onarım Gideri	9 405.00	1.75
Kira	2 995.70	0.56
Amortisman	1 060.90	0.20
Taşıt	12 731.50	2.37
TOPLAM	**536 516.38**	**100.00**
Yan ürün geliri(0.375 kg kepek)**	87 499.87	-
1kg un maliyeti***	449 016.51	-

* İşçilerin sigorta giderleri işçilik giderlerine dahil edilerek masraf kalemlerine eklenmiştir.

** 1.375 kg buğdaydan 0.375 'i kepeğe dönüşmektedir. 1 kg kepeğin fiyatı 233 333 TL'dir.

*** 1 kg unun maliyeti hesap edilirken; fabrikanın 1.375 kg buğday için yaptığı maliyetten 0.375 kg 'lık kepeğin fiyatı düşülerek una dönüşen (1kg) kısmına bölünmek suretiyle 1kg un maliyeti hesap edilmiştir.

3.2. Un Satıcıları

Un satıcısı aldığı unun satış fiyatına taşıma masrafını ve kâr payını ilave ederek vadeli veya peşin olarak satmaktadırlar. Araştırma bölgesinde un satıcılarının Erzurum içinde aldıkları unlarda taşıma masrafı un için 2 000 TL/kg olmaktadır. Un satıcıları fabrikadan 550 000 TL/kg'a aldığı unu peşin olarak 610 000 TL/kg'a satmaktadır. Araştırma bölgesinde anket sonuçlarına göre ekmek fırınları un satıcılarından unu satın almaktadırlar.

3.3. Ekmek Fırınlarında Maliyet Hesabı

Daha önceleri ülke genelinde ekmekte fiyat ve gramaj belirleme yerel yönetimlerin elinde iken 507 sayılı Esnaf ve Sanatkarlar Kanunu (1991 yılı) gereği her ilin fırıncılar odasının belirlediği gramaja göre maliyet tablosu Esnaf ve Sanatkarlar Odaları Birliği tarafından tasdik edilerek uygulamaya geçirilmektedir (Ünal, 1993).

Erzurum merkez ilçede fırınlarla yapılan anket sonuçlarına göre, fırınların günlük ekmek üretim kapasitesi ortalama 10 994 tanedir. Günlük ekmek üretim miktarı 5 690 tanedir. Buna göre fırınlar günlük ortalama %51.76 kapasite ile çalışmaktadırlar. 200 gram bir ekmeğin oluşumunda meydana gelen masraf kalemleri ve toplam maliyet çizelge 2'de belirtilmiştir.

Çizelge 2. 200 Gram Ekmek Masraf Kalemleri ve Üretim Maliyeti Tablosu

Maliyet Unsurları	Miktar (gr)	Tutar (TL)	Maliyet (%)
Un	161.29	98 386.90	64.63
Tuz	1.61	241.50	0.16
Maya	6.97	10 008.90	6.58
Katkı Maddesi	1.16	1 561.60	1.03
Su	77.41	51.10	0.03
Kepek	0.07	496.30	0.33
İşçi*	-	17 320.00	11.38
Elektrik	-	478.90	0.31
Yakacak	-	12 829.00	8.43
Amortisman	-	1 580.90	1.04
Periyodik Bakım Onarım Gideri	-	220.00	0.14
Kira	-	1 217.00	0.80
Zır. Müh. (sorumlu yöneticilik)	-	293.30	0.19
Taşıt	-	7 535.30	4.95
200 Gr Ekmeğin Maliyeti		**152220.70**	**100.00**

*İşçilerin sigorta giderleri işçilik giderlerine dahil edilerek masraf kalemlerine eklenmiştir.

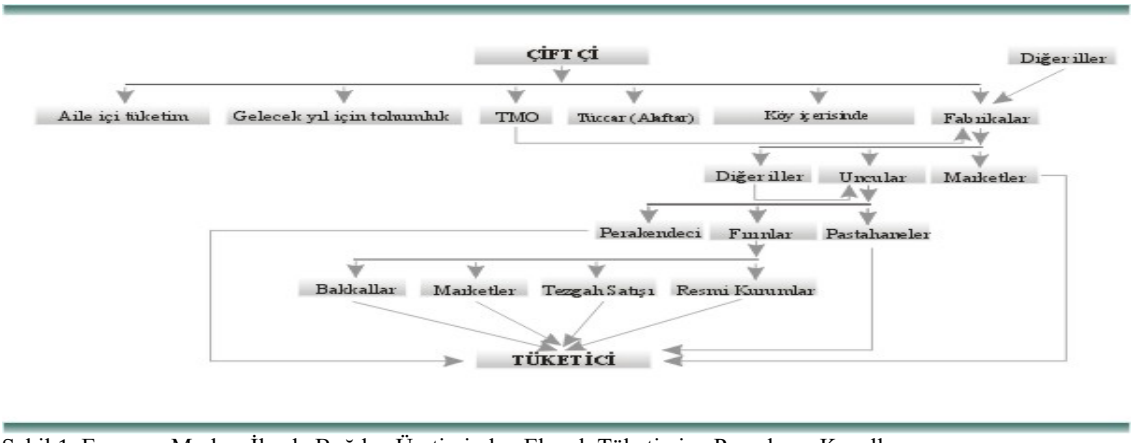
Genel başlıklar olarak ele aldığımızda araştırma bölgesinde bir ekmeğin üretiminde: Un gideri %64.63, genel imalat giderleri %23.80, işçilik ve yasal yan ödemeler %11.57 olarak sıralanmaktadır.

Araştırma bölgesinde masraf kalemleri ve üretim maliyetleri incelendiği zaman 200 gram bir ekmeğin fırın üretim maliyeti 152 220.70 TL olarak hesaplanmıştır. Anket dahilinde yer alan fırınlar ürettikleri ekmeği bayilere dağıttıkları gibi kendileri fırınlarda tezgah satışı da yapmaktadırlar. Fırınların tezgah satışları 225 000 TL'dir. Fırınlar tezgah satışından 200 gram bir ekmekte (Kâr=225 000-152 220.70=72 779.30 TL) %47.81 oranında kâr elde etmektedirler. Fırınlar bayi ve bakkallara 190 000 TL üzerinden 200 gram bir ekmeği satmaktadırlar. Fırınlar bayi ve bakkallara sattıkları ekmekten ise (Kâr=190 000-152 220.70=37 779.30 TL) %24.82 oranında kâr elde etmektedirler.

3.4. Pazarlama Durumu

3.4.1. Pazarlama Zinciri

Tüketiciler ihtiyaçları olan tarım ürünlerini belli bir zamanda belirli bir yerde satın almak isterler. Dolayısıyla bir ürünün yetiştirilmiş olması yeterli değildir. Ürünün, tüketicinin zaman, yer ve şekil isteklerine tam olarak cevap verecek tarzda üretilmesi ve pazara düzenli şekilde arz edilmesi gerekir. Bu nedenle tarım işletmelerinde üretilmiş olan ürünler, tüketicide zaman, yer ve şekil faydaları yaratmadıkça gerçek anlamda üretilmiş sayılmaz.
Araştırma bölgesinde buğdayın 200 gram bir ekmek oluncaya kadar geçirdiği kademeler ve üretimden tüketime geçtiği safhalar şekil 1'de görülmektedir.



Şekil 1. Erzurum Merkez İlçede Buğday Üretiminden Ekmek Tüketimine Pazarlama Kanalları

Pazarlama sistemi içinde yöreye uygun olarak farklı aracılar yer almaktadır. Pazara yönelik üretim yapan çiftçi ürettiği ürünün bir kısmını aile tüketimine bir kısmını tohumluk olarak gelecek yıla saklamaktadır. Ayrıca çiftçi alıcı bulduğu zaman belirli bir kısmını da köy içinde satmaktadır. Çiftçinin pazarlama anlayışı dönem içindeki maddi durumuna bağlı olarak değişmektedir. Şayet o dönemde çiftçinin acil paraya ihtiyacı var ise pazar koşullarını araştırmadan ve ürünü ambara dahi taşımadan tarlada satış yapabilmektedir. Çiftçiler

buğday satışlarını TMO, fabrikalar veya alaftarlara (tüccarlara) yapmaktadırlar (Şekil 1).

Araştırma bölgesinde üretilen buğdayın 200 gram bir ekmeğe dönüşümünde pazarlama kanalları izlenirken, çiftçinin ürettiği buğdayın fabrikalara gidiş yolları belirlenmiştir. Üretilen buğday çiftçi tarafından direk fabrikalara satıldığı gibi tüccara veya TMO'ya satılan buğday da fabrika tarafından satın alınmaktadır. Ayrıca araştırma bölgesinde üretilen buğdayın pazara arz olunan kısmı çok düşük olduğu için fabrika özellikle Erzincan, Amasya, Adana, Tokat, Kahramanmaraş, Muş ve Diyarbakır illerinden buğday satın almaktadır.

Araştırma bölgesinde fabrikalar aldıkları buğdayı un haline dönüştürdükten sonra un satışlarını Trabzon, Ardahan, Ağrı, Kars, Muş, Erzincan, Gümüşhane gibi illere yapmaktadır. Ayrıca fabrikalar ilde bulunan un satıcılarına ve marketlere de satış yapmaktadırlar.

Un satıcıları merkez ilçede üretilip yine araştırma kapsamında işlenerek oluşan unu ilde bulunan fabrikalardan aldıkları gibi kalite ve ödeme kolaylığı gibi nedenlerle de diğer illerden satın almaktadırlar. Un satıcıları aracı olarak aldıkları unu pastanelere, fırınlara ve perakende olarak tüketicilere satmaktadırlar.

Fırınlar unculardan aldıkları unu ekmeğe dönüştürerek bayilere, marketlere, resmi kuruluşlara (hastaneler, yurtlar, askeriye vb) ve kendileri tezgahta satmaktadırlar. Sonuç olarak çiftçinin üretmiş olduğu buğday zaman, yer ve şekil faydası meydana getirilerek son tüketiciye ulaşmaktadır.

3.4.2. Pazarlama Marjı

Araştırma kapsamında, tüketicinin 200 gram bir ekmeğe ödediği fiyat ile çiftçinin 200 gram bir ekmeğe eşdeğer buğday için elde ettiği fiyat arasındaki fark pazarlama marjıdır. Bu fark buğdayı alarak çeşitli üretim kanallarından geçirerek ekmeğe dönüştüren ve tüketiciye ulaştıran diğer bir değişle pazarlama fonksiyonlarını yerine getiren aracılara intikal etmektedir.

Çizelge 3. Tüketicinin 200 Gram Bir Ekmeğe Ödediği Fiyatın Dağılımı

Aracılar	Kullanılan Ürün Çeşidi ve Miktarı	Maliyet (TL/gr)	Birim fiyatı (TL/gr)	Tutar (TL)
Çiftçi	221,77gr Buğday	-	315.536	69 976.42
Fabrika				
-maliyet	161.29gr Un	449.016	-	72 421.79
- satış		-	550.000	88 709.50
Un Satıcısı				
- maliyet	161.29 gr Un	552.000	-	89 032.08
- satış		-	610.000	98 386.90
Fırın				
- maliyet	200 gr ekmek	152 220.70	-	152 220.70
- satış		-	-	190 000.00
Bayi				
- maliyet	200 gr ekmek	190 000.00	-	190 000.00
-satış		-	225 000.00	225 000.00
Tüketicinin Ödediği Toplam Fiyat	200 gr ekmek	225 000.00	-	225 000.00

Araştırmada;

- Çiftçi (221.77gr buğday): Bir kg un üretimi için 1.375 kg buğdaya ihtiyaç vardır. 200 gr bir ekmeğin oluşumu için 161.29 gr una ihtiyaç vardır. Bu yüzden çiftçi bir ekmeğin üretimini sağlamak için 221.77 gr buğday üretmek zorundadır. Çiftçi bir gram buğdayı 315.536 TL'den sattığı zaman, 221.77 gr buğdayı 69 976.42 TL'den satmaktadır.
- Fabrika (161.29gr un): Fabrika bir ekmeğin oluşumu için 161.29gr un üretip satmak durumundadır. Fabrikanın 1 gram unu üretim maliyeti 449.016 TL, satış fiyatı ise 550.000 TL'dir. 161.29 gr unun fabrika üretim maliyeti 72 421.79 TL, satışı ise 88 709.5 TL'dir.
- Un satıcısı (161.29gr un): Un satıcısı bir gram unu fabrikadan 550.000 TL'ye satın alarak gramına 2 TL taşıma masrafı yapmaktadır. Taşıma masrafı dahil edilerek un satıcısı unun gramını 610.000 TL'ye satmaktadır. Un satıcısı bir ekmek için 89 032.08 TL masraf yaparken, bunu 98 386.9 TL'den satmaktadır.
- Fırın (bir ekmek): Fırın bir ekmek üretimi için 152 220.7 TL masraf yapmaktadır. Fırıncı ürettiği bir ekmeği bakkala 190 000 TL'den satmaktadır. Fırıncı bayi satışı ile bir ekmekten 37 779.3 TL gelir elde etmektedir.
- Bayi (bakkal) (bir ekmek): Bakkal veya bayi 190 000 TL'ye satın aldığı bir ekmeği tüketiciye 225 000 TL olarak satmaktadır.
- Tüketici (bir ekmek): Tüketici bir ekmeğe 225 000 TL ödemektedir.

Çizelge 4. 200 Gramlık Bir Ekmeğin Pazarlama Marjının Dağılımı

	Miktar (TL)	**%**
Çiftçi	**69 976.42**	**31.10**
Fabrika	18 733 .08	8.32
Un Satıcısı	9 677.40	4.30
Fırın	91 613.10	40.72
Bayi	35 000.00	15.56
Tüketici	**225 000.00**	**100.00**

Araştırma bölgesinde araştırmanın yapıldığı dönem itibariyle tüketici bir ekmeğe 225 000 TL ödemektedir. Tüketicinin 200 gr bir ekmeğe ödediği fiyatın %31.10'u çiftçi eline %68.90'ı ise aracılara gitmektedir. Aracılara giden oranın tamamı gelir olmayıp yapılan masrafları da kapsamaktadır. Araştırma bölgesinde bir ekmeğin oluşumunda fiyatlarda %40.72 oranı ile en önemli aracı fırınlardır (Çizelge 4).

Kaynaklar

Anonim, 2002a, Toprak Mahsulleri Ofisi Kayıtları, Erzurum

Anonim, 2002b, Erzurum Fırıncılar Odası, Erzurum.

Arıkbay, C., 1993 Türkiye Gıda Sanayinde Teknolojik Yenilikleri İzleyememenin Maliyeti, Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları:484, Ankara.

Carman, Hoy F., 1999, The Analysis of Productive Efficiency and Transfer Costs In Agricultural Marketing: Models, Methods and Progress for American Agricultural Economics Association by University of Minnesota Pres, P. 13-25, USA.

Çiçek, A ve Erkan, O., 1996, Tarım Ekonomisi Araştırma ve Örnekleme Yöntemleri, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Ziraat Fakültesi Yayınları No: 12, Ders Notları Serisi No: 6, s. 4-6, Tokat.

Dağdemir, V., 1998, Kuzeydoğu Doğu Anadolu Bölgesinde Süt Ürünlerinin İmalat ve Pazarlama Şekli Üzerine Bir Araştırma, Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, (Yayınlanmış Doktora Tezi), Erzurum.

Gülten, Ş., 1994, Kıymet Takdiri, Atatürk Üniversitesi Yayınları No. 435 Ziraat Fakültesi Yayınları No: 202, Ders Kitapları Serisi No:29, s.39, Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Ofset Tesisi, Erzurum.

Güneş, T., 1988, Başlıca Tarım Ürünleri Maliyetleri Araştırma Projesi, T.M.O. Aklasan Atl. İşl. Mdl. Matbaası 1989, Ankara.

Kızıloğlu, S., 1994, Türkiye'de Buğday Üretimi ve Unlu Mamuller Sanayi, MPM Verimlilik Dergisi Sayı 4, s.177-195, Ankara.

Süzer, S., 2002, Buğday Tarımı, www.ttae. gov.tr/ makaleler/makale_buğday/htm

Ünal, S., 1993, Ekmekçilikte Kalite ve Maliyeti Etkileyen Faktörler, Un Mamulleri Dünyası Yıl: 2, Sayı 2, s. 6-8.