



**T.C.
GIDA TARIM VE HAYVANCILIK
BAKANLIĞI**

AVRUPA BİRLİĞİ VE DIŞ İLİŞKİLER GENEL MÜDÜRLÜĞÜ

AB UZMANLIK TEZİ

**KÜRESELLEŞEN DÜNYADA TARIM
ÜRÜNLERİNİN ARZ VE DEĞER
ZİNCİRLERİ ÜZERİNE BİR
DEĞERLENDİRME**

**AB UZMAN YARDIMCISI
ELİF MERVE EROL**

**DANIŐMAN
ULVİYE BURCU SERİN
AB UZMANI**

Ankara
Mayıs 2015

T.C.
GIDA TARIM VE HAYVANCILIK BAKANLIğI
Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Genel M¼d¼rl¼đ¼

K¼RESELLEŐEN D¼NYADA TARIM
¼R¼NLERİNİN ARZ VE DEğER ZİNCİRLERİ
¼ZERİNE BİR DEğERLENDİRME

AB UZMANLIK TEZİ

ELİF MERVE EROL
AB UZMAN YARDIMCISI

DANIŐMANI
ULVİYE BURCU SERİN

Ankara – 2015
Mayıs

T.C.
GIDA TARIM VE HAYVANCILIK BAKANLIĞI
AVRUPA BİRLİĞI VE DIŞ İLİŞKİLER GENEL MÜDÜRLÜĞÜ

AB Uzman Yardımcısı tarafından hazırlanan “.....
.....” adlı tez çalışması aşağıdaki Tez
Değerlendirme Komisyonu tarafından oy çokluğu ile Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Genel
Müdürlüğü AB Uzmanlık Tezi olarak kabul edilmiştir.

Üye : Doç.Dr. Feysel TAŐÇIER
Unvanı : Genel Müdür Yardımcısı V.
Bu tezin, kapsam ve nitelik olarak AB Uzmanlık Tezi olduğunu onaylıyorum

Üye : Dr. Nevzat BİRİŐİK
Unvanı : Genel Müdür Yardımcısı
Bu tezin, kapsam ve nitelik olarak AB Uzmanlık Tezi olduğunu onaylıyorum

Üye : Dr. İbrahim ÖZCAN
Unvanı : Genel Müdür Yardımcısı
Bu tezin, kapsam ve nitelik olarak AB Uzmanlık Tezi olduğunu onaylıyorum

Üye : Selda COŐKUN
Unvanı : AB Uzmanı
Bu tezin, kapsam ve nitelik olarak AB Uzmanlık Tezi olduğunu onaylıyorum

Tez Savunma Tarihi:/...../2015

Tez Değerlendirme Komisyonu tarafından kabul edilen bu tezin AB Uzmanlık Tezi olması için
gerekli Şartları yerine getirdiğini onaylıyorum.

Çınar BAHÇECİ
Komisyon BaŐkanı
Genel Müdür V.

ÖZET

Küreselleşen Dünyada Tarım Ürünlerinin Arz ve Değer Zincirleri Üzerine Bir Değerlendirme

Elif Merve EROL

1980'lerden günümüze, giderek daha da hızlanan ve yoğunlaşan küreselleşme olgusu ve süreci, ülkeler için fırsatların yanı sıra, tehditleri de beraberinde getirmekte, yeni kurallara uyum sağlayamayan aktörler piyasadan silinme gerçeği ile yüzleşmektedirler. Bu çalışmanın amacı, küreselleşme olgusunu okuyucunun zihninde canlandırmak ve bu süreçte tarımsal yapı özelinde değer zinciri yaklaşımını aktararak, başarılı uygulamalar için yardımcı olabilecek muhtemel araçlardan bahsetmektir. Dünyada ve Türkiye'de tarımsal üretim ve ticaretin geçmişten bugüne seyrine detaylı istatistiklerle desteklenmek suretiyle değinilerek, ülkemiz tarım sektörünün diğer ülkelerle mukayeseli olarak üretim miktarı noktasında sıkıntısız bir pozisyona sahip olduğu ortaya konulmuştur. Diğer taraftan, ülkemiz tarımının yapısal sorunları belirtilerek daha yüksek bir toplum refahı ile yüksek katma değerli üretimin sağlanması konusunda, başta FAO'nun "*sürdürülebilir değer zinciri yaklaşımı*" ve OECD'nin dış ticarete konu ürünlerin işlem görme sayılarını esas alan "*katma değerli ticaret analizi*" önemli birer başvuru kaynağı olmuşlardır. Değer zinciri yaklaşımı bağlamında markalaşma ve katma değer yaratma olguları üzerinde durularak ülkemiz tarımına katkı sağlayabilecek kümelenme, tarımsal kooperatifler, lisanslı depoculuk hakkında bilgi verilmiştir. Son olarak, ülkemiz tarım sektörünün istenilen düzeyde yüksek katma değerli üretim yapmadığı ortaya konulmuş ve sektör hakkında genel değerlendirmelerde bulunularak başarılı değer zincirlerinin kurulması adına öneriler getirilmiştir.

2015, 80 sayfa

Anahtar Kelimeler: küreselleşme, arz ve değer zincirleri, sürdürülebilir değer zinciri, katma değer, markalaşma, FAO, tarımsal kooperatifler, lisanslı depoculuk, kümelenme

ABSTRACT

A Consideration on Supply and Value Chain of Agricultural Products in Globalizing World

Elif Merve EROL

Since the 1980's, the concept and process of globalization, which is going at a faster and denser pace, brings about threats as well as opportunities for countries, causing the actors that cannot adapt to the new rules to face being wiped from the market. The purpose of this study is to help the reader envision the concept of globalization and while doing so mention possible instruments/means that could yield successful implementations by narrating the value chain approach in terms of agricultural structure. By referring to the course of trade and agricultural production in the World and in Turkey with detailed statistics, it has been proven that compared to other countries, Turkey's agricultural sector has a functioning position on production levels. On the other hand, about procuring a higher level of public welfare and higher value-added productions by mentioning Turkey's agricultural structural problems, both "sustainable value chain approach" of FAO and "measuring trade in value added analysis" of the OECD has been important reference guides. Branding and creating value added in terms of the value chain approach as well as aggregation, agricultural cooperatives, licensed warehousing system has been detailed. Finally, general assessments on Turkey's agricultural sector has been carried out together with suggestions for the establishment of successful value chains.

2015, 80 pages

Key Words: globalization, supply and value chains, sustainable value chain, added value, branding, FAO, agricultural cooperatives, licensed warehousing, aggregation

İÇİNDEKİLER

1. GİRİŞ.....	1
2. KÜRESELLEŞME	2
2.1 Küreselleşmenin Ekonomik Boyutu	3
2.2 Ticaretin Küreselleşmesi.....	4
3. TARIMSAL ÜRETİM	9
3.1 Tarımsal Üretimin Özellikleri.....	9
3.2 Tarımsal Üretimdeki Artış	11
3.3 Dünya Nüfusundaki Artış	13
3.4 Tarımsal Ürünlerin Dış Ticaret Hacimlerindeki Artış	15
3.5 Türkiye’de Tarımsal Üretimdeki Artış	16
3.6 Türkiye Nüfusundaki Artış	19
3.7 Türkiye’de Tarımsal Ürünlerin Dış Ticaret Hacimlerindeki Artış	21
4. KATMA DEĞER	25
4.1 Yüksek Katma Değerli Ürün	25
4.2 Tarım Ürünleri İhracatında Katma Değer.....	26
4.3 Katma Değeri Yükseltme Aracı: Markalaşma.....	31
4.4 Tarımsal Ürünlerde Markalaşma	31
5. ARZ ZİNCİRİ (TEDARİK ZİNCİRİ).....	33
6. DEĞER ZİNCİRİ	35
6.1 Rekabet Üstünlüğü Kazandıran Operasyonlar.....	35
6.2 Tarım Sektöründe Değer Zinciri.....	37
6.3 Küresel Değer Zincirleri	37
6.4 Değer Zincirinde Yükseltme.....	38
6.5 Küresel Değer Zinciri: Nutella Örneği	39

7.	FAO’NUN DEĞER ZİNCİRİ KONUSUNA BAKIŞI	43
7.1	FAO’nun Değer Zinciri Yaklaşımında İki Başarılı Uygulama Örneği.....	45
7.1.1	Hindistan Patates Değer Zinciri.....	45
7.1.2	Orta Amerika Kahve Değer Zinciri	45
8.	TÜRKİYE’DE TARIMSAL YAPI	47
9.	KÜMELENME.....	49
9.1	Kümelerin Özellikleri	49
9.2	FAO’nun Kümelere Yaklaşımı	52
10.	PAZARLAMA	54
11.	TARIMSAL ÖRGÜTLENME	56
11.1	Kooperatifçilik	56
11.2	Türkiye’de Kooperatifçilik.....	60
11.3	Tarımsal Kooperatifler	60
11.4	Tarımsal Kooperatiflerde Başarılı Bir Uygulama; Almanya	62
12.	LİSANSLI DEPOCULUK	64
12.1	Ülkemizde Depolamaya Elverişli Tarımsal Üretim	65
12.2	Sistemin İşleyişi	65
12.3	Sistemin Getirdikleri	67
13.	ÜRÜN İHTİSAS BORSACILIĞI	68
13.1	Borsanın İşleyişi.....	68
13.2	Getireceği Yenilikler	69
13.3	Dünyada Ürün İhtisas Borsası Uygulamaları.....	70
14.	SONUÇ.....	73
15.	KAYNAKÇA	78
	ÖZGEÇMİŞ.....	82

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1: Dünyada Tahıl Üretimi (Ton)	12
Tablo 2: Dünyada Et Üretimi (Ton)	13
Tablo 3: Dünya Nüfusu (Kişi).....	13
Tablo 4: 1961 – 2010 Yılları Arasında Dünya Tahıl İhracatı (Ton)	15
Tablo 5: 1961 – 2010 Yılları Arasında Dünya Genelinde Et İhracatı (Ton).....	16
Tablo 6: 1961 – 2013 Yılları Arasında Türkiye’de Tahıl Üretimi (Milyon Ton)	18
Tablo 7: 2000 – 2010 Yılları Arasında Türkiye’nin Tarımsal Üretimi (Bin Ton)	18
Tablo 8: 2000 - 2010 Yılları Arasında Tahıl Üretimine Ayrılan Alan ve Üretim Miktarı..	19
Tablo 9: 1961 – 2012 Yılları Arasında Türkiye Et Üretimi (Bin Ton)	19
Tablo 10: 1960- 2010 Yılları Arasında Türkiye Nüfusu (Bin Kişi)	20
Tablo 11: 1927 – 2010 Yılları Arasında Türkiye Köy ve Kent Nüfusunun Gelişimi	20
Tablo 12: 2007 -2011 Döneminde Türkiye’de Tarım Sektöründe İstihdam (Bin Kişi).....	21
Tablo 13: 1961 – 2010 Yılları Arasında Türkiye’nin Tahıl İhracatı (Ton).....	22
Tablo 14: 1961 – 2010 Yılları Arasında Türkiye’nin Tahıl İthalatı (Ton).....	22
Tablo 15: 1961 – 2010 Yılları Arasında Türkiye’nin Et İhracatı (Ton).....	23
Tablo 16: 1961 – 2010 Yılları Arasında Türkiye’nin Et İthalatı (Ton).....	23
Tablo 17. 2010 – 2014 Yılları Arasında Seçilmiş Ürünlerde Değer Bazında Tahıl İhracatımız (Bin ABD Doları)	27
Tablo 18. 2010 – 2014 Yılları Arasında Seçilmiş Ürünlerde Miktar Bazında Tahıl İhracatımız (Ton)	27
Tablo 19. 2012 – 2014 Yılları Arasında Değer Bazında Et ve Sakatat İhracatımız (.000 ABD Doları).....	28
Tablo 20. 2012 – 2014 Yılları Arasında Miktar Bazında Et ve Sakatat İhracatımız (Ton)	28
Tablo 21. 2012 – 2014 Yılları Arasında Et ve Sakatat İhracatımızın Kg. Başına Değeri...	28
Tablo 22. 1995 – 2009 Yılları Arasında Dış Ticarete Konu Tarımsal Ürünlerin Gördüğü Ortalama İşlem Sayısı	29
Tablo 22. (devamı) 1995 – 2009 Yılları Arasında Dış Ticarete Konu Tarımsal Ürünlerin Gördüğü Ortalama İşlem Sayısı	30
Tablo 23: Türkiye’de Tarımsal Kooperatifler	61

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 1: Dünyada İnternet Kullanımı	5
Grafik 2: 1970 – 2012 Yılları Arasında Cari Fiyatlarla Dünya Gayri Safi Hasılası (Trilyon ABD Doları).....	6
Grafik 3: 1970 – 2012 Yılları Arasında Cari Fiyatlarla Dünya İhracatı (ABD Doları)	7
Grafik 4: Nutella Küresel Değer Zinciri.....	42

KISALTMALAR LİSTESİ

Kısaltmalar	Açıklama
AB	Avrupa Birliği
ABD	Amerika Birleşik Devletleri
DTÖ	Dünya Ticaret Örgütü
DGRV	Alman Kooperatifleri Konfederasyonu
FAO	Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü
GATT	Gümrük Tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması
GSMH	Gayri Safi Milli Hasıla
GTHB	Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı
ILO	Uluslararası Çalışma Örgütü
İMKB	İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
OECD	Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü
SCOR	Tedarik Zinciri Operasyon Referans Modeli

1. GİRİŞ

1980 sonrası dönemde çoğu tartışmanın merkezinde küreselleşme yer alıyor. Bazı kesimler küreselleşmeyi karşısında durulması gereken bir istila olarak görürken, birçoğu hayatın akışının bir parçası, zamanın akışı gibi önünde durulamaz bir gerçek olduğunu, azımsanamayacak bir kesim ise içinde fırsatlar barındıran yenedünya düzeni olduğunu düşünüyor. Hakkında görüşler muhtelif olmakla birlikte küreselleşmenin tarım dünyası üzerinde de etkili olduğu muhakkak. Sınırların kalktığı ve tüm fabrikaların çatısının uçarak tek bir üretim merkezi haline geldiği dünyaya doğru yaklaşıyoruz. Üretimin ve ticaretin hacimleri arttığı gibi kuralları da değişiyor. Rekabetçiliğe ve gelişime her zaman olduğundan daha fazla ve daha hızlı ihtiyacımız var.

Şu bir gerçek ki küreselleşme beraberinde başarı hikâyelerinin yanı sıra başarısızlık hikâyelerini de getirirken yeni düzenin parlattığı işletmeler her zaman yüksek katma değerli üretimleri ile ön plana çıktı. Fazla üretmenin değil farklı üretmenin, kalite kadar marka değerinin önem kazandığı bu dönemde tarım sektörü de değişime uğruyor. Yüksek verimli tarım işletmeleri kurmanın yolu teknolojik gelişmeler dışında arz (tedarik) ve değer zincirlerinin doğru şekilde yönetilmesine bağlı durumdadır. Çalışmada, küreselleşme bağlamında dünyada ve ülkemizde tarım sektörünün seyrine, arz ve değer zinciri yaklaşımlarına yer verilerek, bu doğrultuda önem arz eden kümelenme, lisanslı depoculuk, ürün ihtisas borsaları, tarımsal kooperatifler gibi konulara yer verilmektedir.

2. KÜRESELLEŞME

Sanayiciler, çiftçiler, madenciler, bankerler ve tüccarlar ekonomik kararlarında küresel düşünmek zorunluluğu ile karşı karşıyalardır. Sınırları aşan internet bağlantıları, tüketicilerin ürünleri ve fiyatları karşılaştırmasına imkân tanırken, küresel düzende hareketlilik kadar, hareket etmek zorunda kalmadan dünyanın ayağımıza gelmesi de sıradanlaşmış durumdadır.

1980'lerden günümüze, giderek daha da hızlanan ve yoğunlaşan küreselleşme olgusu ve süreci, ülkeler için fırsatların yanı sıra, tehditler de taşımaktadır. Küreselleşme sürecinden kazananlar olduğu gibi kaybedenler de olmaktadır ve olacaktır. Doğru olan; küreselleşmeyi ve işleyişini, özelliklerini, fırsat ve tehditlerini iyi anlamak ve ülke olarak bu süreçte doğru politika, strateji ve uygulamalar geliştirmektir (Adıgüzel, 2011).

Bir kavram olarak küreselleşme, hem dünyanın küçülmesine hem de bütün bir dünya bilincinin güçlenmesine gönderme yapmakla beraber, söz konusu terimin kullanımı 1980'lerin ikinci yarısı boyunca büyük bir artış göstermiştir.

Küreselleşmeye ilişkin genel kabul görmüş bazı tanımlamalar şu şekildedir;

- Uluslararası ticaret üzerindeki engellerin gittikçe azaldığı, uluslararası güçlerin önündeki engellerin kalktığı, sermaye hareketlerinin hızlandığı, doğrudan yabancı yatırımların serbestleştiği ve teknoloji yayılımının hızlandığı bir ortamdır (Giddens, 1998).
- Uluslararası ekonomide daha çok açıklık, dünya çapında piyasaların entegrasyonu ve sınırsız bir dünyaya doğru harektir.
- Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO)'ya göre, “ yeryüzündeki tüm halkların artan bir şekilde karşılıklı bağımlılık sürecidir.”

2.1 Küreselleşmenin Ekonomik Boyutu

Küreselleşme genel olarak ekonomik, kültürel ve politik küreselleşme olarak üçe ayrılmakla beraber konumuz açısından ekonomik küreselleşmenin anlatılması önemlidir.

Ekonomik faaliyetlerin uluslararası nitelik taşıması yeni bir olgu değildir. Bazı mallar yüzyıllar boyunca uluslararası ticarete önem taşımıştır. Ticaretin bu uluslararasılaşmasının boyutu, Avrupa’da sanayileşmenin on sekizinci yüzyılda yayılmasıyla çok hızlandı. Uluslararası ticaret önceleri ham maddeler ve günlük gereksinim maddeleri ile tekil ulusal ekonomilerde ürünlerin değişimi olarak gelişti. Üretim anlamında fabrika, firma ve sanayi, özünde ulusal olgulardı (Adıgüzel, 2011, s. 96).

Küresel bir ekonomi ise biraz farklıdır. Kapitalizm daima zaman ve mekan sınırlarını aşmaya çalışarak durmaksızın yayılmaya karakterize edilmesine karşın, dünya ekonomisi, enformasyon ve iletişim teknolojilerinin sağladığı altyapı temelinde ve hükümetlerin ve uluslararası kuruluşların uygulamaya koyduğu devlet denetiminin kaldırılması ve serbestleştirme politikalarının sonuç verici desteğiyle, ancak yirminci yüzyılın geç dönemlerinde gerçekten küreselleşti (Adıgüzel, 2011, s. 96).

“Dünya ekonomisinin doğası, özellikle 1950’lerden bu yana çarpıcı şekilde değişmiştir. Ulusal sınırlar artık üretim sürecinin ülkeler arasında geçişkenliğine karşı uzun süre dayanamamış ve sınırlar ortadan kalkmaya başlamıştır. Bu sürecin etkisi çok geniş ölçeklidir. Artık her birimiz, küresel ekonomik sistemin içine babalarımız ve dedelerimizden daha çok çekilmiş durumdayız. Geçmişte kuşkusuz, mekânsal ayrılık güçlü bir yalıtım etkisi yaparken artık, günümüzde sınırlı sayıda birkaç dal uluslararası rekabete karşı “doğal koruma” altındadır. Buna karşılık, günümüzde giderek daha çok sayıda üretim faaliyeti, yerel, bölgesel hatta ulusal pazarlara yönelmektedir. Ekonomik faaliyetlerin giderek büyüyen bir bölümü sadece küresel bağlamda anlam taşımaktadır. Bu nedenle, günümüzden yüzyıl ya da yüzyılı aşan zaman önce nadir ve egzotik ürünler ve bazı temel ham maddeler gerçek uluslararası ticarete konu oluyorken, günümüzde neredeyse her şeyin küresel ticaret içinde yer aldığı görülmektedir (Adıgüzel, 2011, s. 97).

Bu bağlamda ekonomik küreselleşme; ülke ekonomilerini birbirinden ayıran gümrük duvarları, tarifeler, kotalar ve sermaye kısıtlamaları gibi engellerin giderek azaltılması ile malların, hizmetlerin, iş gücünün ve sermayenin ülkeler arasında daha hızlı ve daha kolay taşınabilir hale gelerek dünyanın ekonomik olarak bütünleşmesini ifade etmektedir (Adıgüzel, 2011, s. 97).

Ekonomik küreselleşme temel olarak;

- 1- Finansal küreselleşme
- 2- Ticaretin küreselleşmesi
- 3- Yatırım ve üretimin küreselleşmesi

olarak üçe ayrılmaktadır.

2.2 Ticaretin Küreselleşmesi

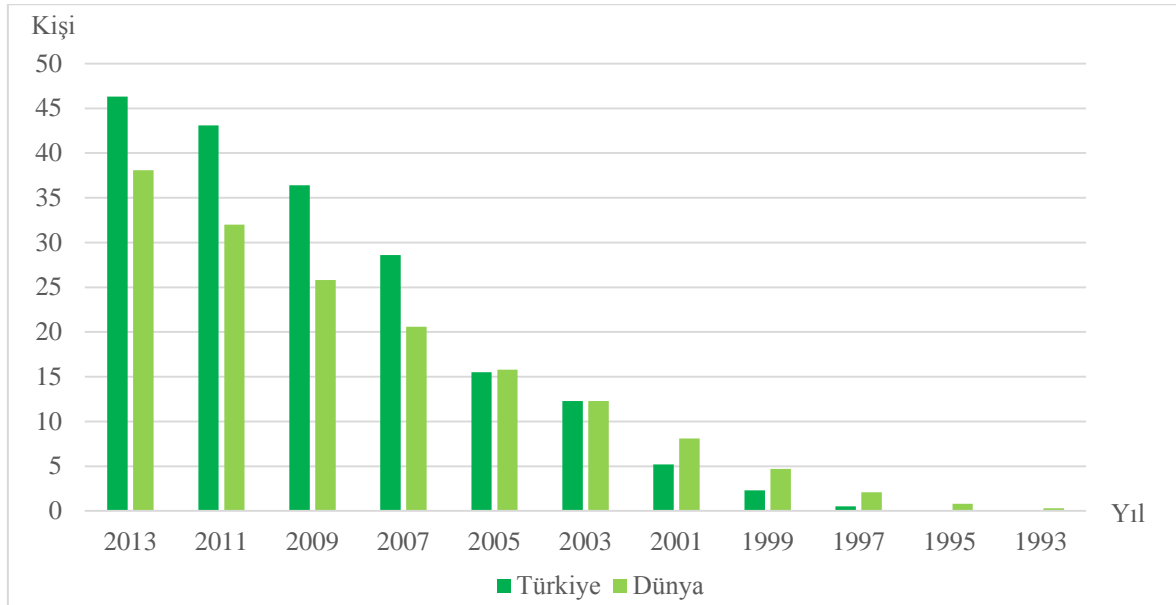
Ekonomik Küreselleşmenin bir ayağı olan ticaretin küreselleşmesi olgusunun kısaca incelenmesi, ilerleyen bölümlerde tarım ürünlerine ilişkin üretim ve ticaret seyrinin anlaşılması noktasında faydalı olacaktır.

Ekonomik küreselleşme denilince ilk akla gelen, uluslararası ticaretteki artış ve gelişmedir. Ülkelerin küresel ekonomi ile bütünleşmeleri ve küreselleşme derecesi, dışa açıklık endeksi olarak adlandırılan dış ticaretlerinin GSMH'lerine oranı ile ölçülmektedir (Dorman, 2000, s.46). Liberal ekonomiyi benimsemiş ülkelerde bu oran daha yüksek ölçülürken kapalı ekonomilerde tersi bir durum gözlenmektedir. 1820'den 1992'ye kadar dünya gelirinin 40 kat, nüfusun 5 kat, kişi başı gelirin 8 kat ve devletlerarası ticaretin ise 540 kat artmış olması, dünya genelinde dışa açıklığın seyri ile ilgili önemli bir veri teşkil etmektedir (Yeldan, 2011).

2. Dünya savaşı sonrası dünya ticareti büyük bir süratle gelişmiştir. Gümrük tarifeleri ve Ticaret Genel Anlaşması (GATT), savaş sonrası ticaretin atmasında büyük rol oynamıştır. Diğer taraftan, 1970'ler ve 1980'lerde himayecilik yeniden ortaya çıkmıştır. Himayeciliğe karşı 1979'da sonuçlanan Tokyo görüşmeleri ve 1986'da başlatılan Uruguay görüşmeleri Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)'nün kurulmasıyla sonuçlanmıştır.

Uluslararası ticareti kolaylaştıran bir başka gelişme ise, taşımacılık ve iletişim masraflarının hızla azalması olmuştur. Kitlelere ulaşmanın günümüzde bir numaralı aracı olan internetin yıllar içerisindeki kullanım oranı oldukça çarpıcıdır.

Grafik 1: Dünyada İnternet Kullanımı



Kaynak: Knoema web sitesi aracılığıyla Dünya Bankası verileri kullanılarak hazırlanmıştır (World Development Indicators (WDI), 2014).

Erişim: <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators>

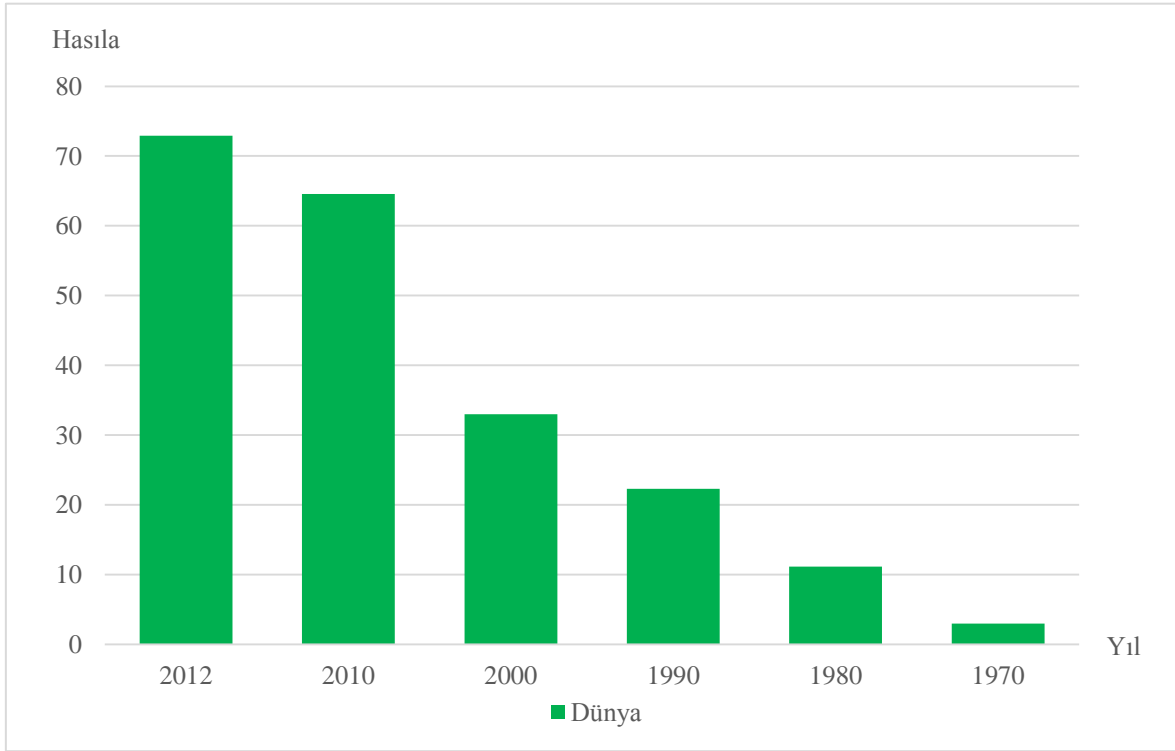
Grafik 1’de 1993 yılından 2013 yılına kadar olan 10 yıllık dönemde internet kullanıcısı sayısı gösterilmektedir. 2000’li yıllara kadar gerek dünya genelinde gerekse, Türkiye’de internet kullanım oranı % 5’lerin altında seyrederken, 2000 yılında dünya genelinde bu oranın % 6,8, Türkiye’de ise % 3,8 olduğu görülmektedir. 2013 yılına gelindiğinde ise Türkiye, dünya ortalamasını geride bırakarak % 46,3’lük bir internet kullanım oranını yakalamış, dünya genelinde söz konusu oran % 38,1 olarak gerçekleşmiştir.

1970 ile 2013 yılları arasındaki dünya gayri safi hasılası ile ihracat rakamlarına bakıldığında ticaretin üretimden daha hızlı bir büyüme eğiliminde olduğunu görmek mümkündür.

Grafik 2’ de görüleceği üzere, 1970 yılında 3.3 trilyon ABD Doları olan dünya hasılası 2012 yılında 72,6 trilyon ABD Doları seviyesine çıkarak yaklaşık 21 katı bir

büyükliğe ulaşmışken, aynı dönemde dünya ihracatı Grafik 3’te de görüldüğü gibi 381 milyar ABD Dolarından 22,6 trilyon ABD Dolarına yükselerek yaklaşık 60 katı bir büyüklüğe ulaşmıştır. Her ülkenin ihracatı başka bir ülkenin ithalatı konumunda olacağından ithalat tutarlarının ayrıca incelenmesine gerek duyulmamıştır. Bununla birlikte, uluslararası ticaretin dünya üretiminden çok daha büyük bir hızla geliştiğini söylemek mümkündür.

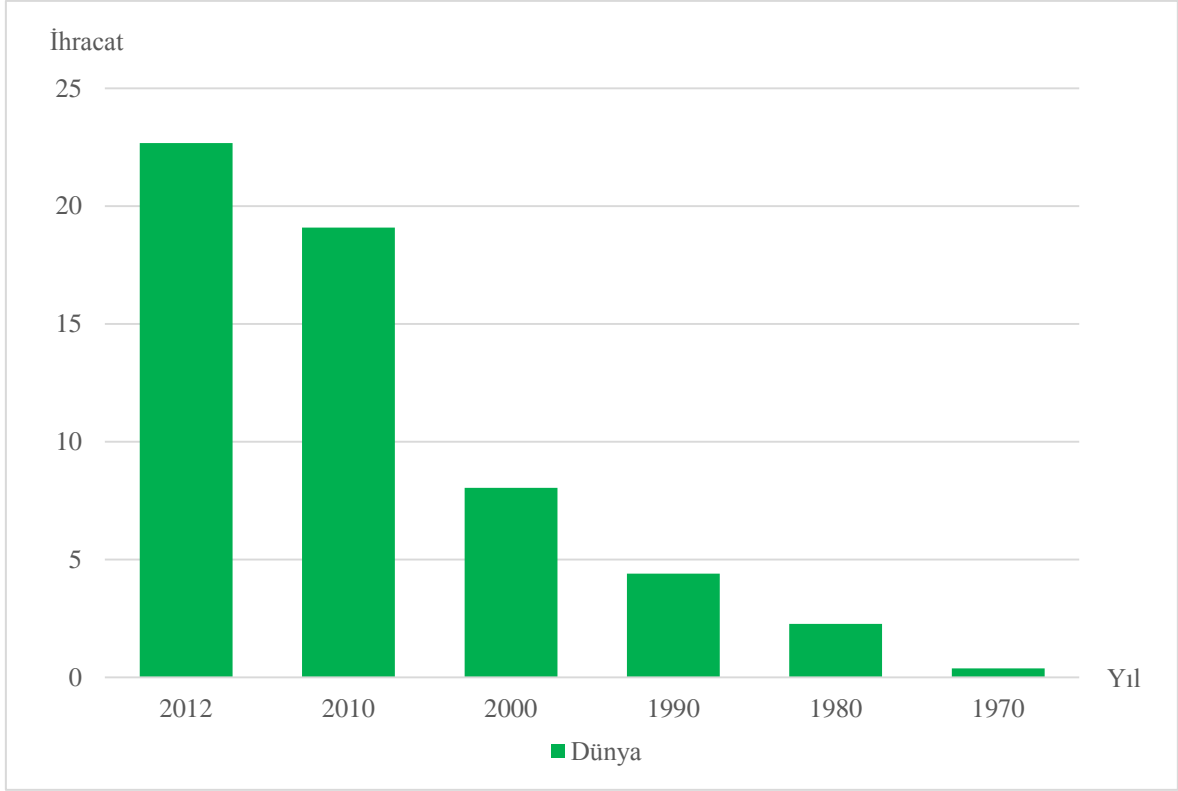
Grafik 2: 1970 – 2012 Yılları Arasında Cari Fiyatlarla Dünya Gayri Safi Hasılası (Trilyon ABD Doları)



Kaynak: Knoema web sitesi aracılığıyla Dünya Bankası verileri kullanılarak hazırlanmıştır (World Development Indicators (WDI), 2014).

Erişim: <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators>)

Grafik 3: 1970 – 2012 Yılları Arasında Cari Fiyatlarla Dünya İhracatı (ABD Doları)



Kaynak: Knoema web sitesi aracılığıyla Birleşmiş Milletler verileri kullanılarak hazırlanmıştır (Birleşmiş Milletler İstatistik Departmanı, 2015).

Erişim: <http://unstats.un.org/unsd/snaama/Introduction.asp>

“Uluslararası ticarete yaşanan bu muazzam sıçrayışın önemli nedenleri olarak;

- a- Gümrük tarifelerindeki indirimler ve tarife dışı engellerdeki azalmalar,
- b- Taşıma maliyetlerindeki büyük düşüşler,
- c- Endüstri içi ticaretin artması,
- d- Dışarıdan tedarığın artması,
- e- Toplumların tercih ve tüketim kalıplarındaki benzerliğin artması,
- f- Çok uluslu şirketlerin küresel pazarlama stratejileri ve faaliyetleri,
- g- Çok uluslu şirketlerin firma içi ticaretlerinin artması,
- h- Bölgesel bütünleşmelerin artması
- i- GATT/DTÖ kurumlarının kurulması ile dünya ticaret sisteminde sağlanan gelişmeler,
- j- Hükümetlerin liberal ekonomik politik tercihlerindeki artış,
- k- Bankacılık sisteminde ve dış ticaretin finansmanındaki gelişmeler
- l- Dünyadaki mal ve hizmet standardizasyonundaki gelişmeler,
- m- Hızlı teknolojik gelişmeler sonucunda ürün ömür devir sürelerinin kısalması ve bu kapsamda teknolojik yarışın artması,
- n- Uluslararası turizmde artış,
- o- Yabancı sermaye yatırımlarında ve uluslararası teknoloji ticaretindeki artışlar,
- p- Teknolojik gelişmeler ve ekonomik nedenlerle üretim süreçlerinin parçalanması sonucunda üretimin uluslararasılaşması sayılabilir.

3. TARIMSAL ÜRETİM

Tarımsal üretim; toprak, su ve biyolojik kaynaklar ile birlikte tarımsal girdiler kullanılarak yapılan bitkisel, hayvansal, su ürünleri, mikroorganizma ve enerji üretimini ifade etmektedir. Bir başka tanımlamaya göre genel olarak başta insan ve toprak arasındaki mülkiyet ilişkisi olmak üzere, birincil üretimden nihai pazarlamaya kadar geçen süreç içerisinde gerçekleştirilen tüm tarımsal faaliyetlere yön veren faktörlerin değişik biçimlerde birleşmesi ile ortaya çıkan üretim ortamı olarak açıklanması mümkündür (Günlü, 2012).

3.1 Tarımsal Üretimin Özellikleri

Tarımsal üretimin genellikle kabul görmüş iki boyutu vardır. Bunlar, tarımın bütün dünyada çevre koşullarına olan bağlılığını tanımlayan evrensel boyut ve üretim güçleri ile üretim ilişkilerinin oluşturduğu üretim tarzına bağlı kurumsal boyut olarak sıralanır. Evrensel boyut, insanın bir noktadan sonra müdahale şansı olmayan boyuttur. Bu yönüyle tarımsal üretime risk kavramını dâhil eder. Kurumsal boyut ise, ölçek ve üretim tarzı ile şekillenir. Bu özelliklerinden ötürü, tarımsal ürün piyasaları, imalat sanayiindeki tekelleşmeden farklı bir seyir izler. Bunun nedeni tarımın özelliklerinde saklıdır.

Bunlardan bazılarını şu şekilde sıralayabiliriz;

1. Tarımsal üretim bir sanayi üretimi gibi sürekli değildir. Bitkinin yetiştirme sürecine göre planlamanın önceden yapılması gereklidir. Bazı ürünler senede bir kez ekilebilir. Buğday, arpa, şeker pancarı gibi ürünler planlaması çok önceden yapılması gerektiği için stratejik ürünlerdir. Stok süreleri sınırlıdır. Belirli sürelerde tüketilmesi gerekir.

2. Emek ve sermaye dışında doğa şartları, ürün verimliliğini doğrudan etkilemektedir. Üretim planlanandan az ya da çok olabilmektedir. Girdi-çıkıtı ilişkisinin kesinlikle bilinmemesi, “verim belirsizliği” olarak nitelenir.

3. Üretilecek ürün seçiminde, iklim, toprak, bölge, arazi yapısı doğrudan etkilidir. Bu durum ikinci madde ile birlikte tarımsal ürünlerin birim maliyetlerini ve verimliliğini de etkiler. Örneğin çok su isteyen şeker pancarının, sulama imkânların kısıtlı olduğu bir bölgede yetiştirilmesi, hem verimin düşük olmasına hem de maliyetin yükselmesine neden olabilir.

4. Tarımsal üretim, günün belirli saatlerinde ve haftanın belirli günlerinde yapılan standart bir iş olmadığından, bir yaşam biçimini gerekli kılar. Bu yaşam biçimi çiftçilik olarak adlandırılabilir.

5. Tarımsal fiyatlar yukarıda sayılan özelliklerden dolayı istikrarsızdır. Arz miktarının belli olmaması, fiyatların her an değişebilen tahminlere indirgenmesine yol açabilir. Ancak bu özellik, kapitalist üretime ilişkin bir özellik olarak ortaya çıkmaktadır. Ayrıca özellikle yıllık ürünlerde fiyat oynaklığı çok süratli değildir.

6. Tarımsal üretim, dünya ya da ülke çapındaki ekonomik krizlerden veya ekonomik gelişmelerden sanayi üretimi kadar etkilenmez. Çünkü tarımsal ürünlerin talep esnekliği sanayi ürünlerinin talep esnekliği kadar yüksek değildir.

7. Tarımsal ürünün mahsulü aritmetik olarak azalırsa, ürünün fiyatı geometrik olarak artar. Bu durum “King Kanunu” olarak adlandırılır. Örneğin şeker pancarı üreten bir ülkenin bundan vazgeçmesi durumunda oluşacak arz açığı, fiyatı beklenenden fazla artıracaktır.

8. Kapitalist sistemde özel mülkiyet esas olmakla birlikte, bazı ülkelerde tarım işletmelerinin mülkiyeti sınırlanabilmektedir. Bunun nedeni toprak arzının sınırlılığıdır. Ayrıca tarımda kamu girişimciliği, üretimden ziyade ürün pazarlaması alanında yaygındır.

9. Emek ve emeğe ödenen ücret açısından da farklılıklar vardır. Sürekli istihdam yerine, mevsimlik istihdam çoğu zaman geçerlidir.

10. Yaş sebze meyve dışında hemen hemen bütün tarımsal ürünler, üretiminden tüketimine kadar bütün aşamalarda az ya da çok sanayi üretimine bağımlıdır.

3.2 Tarımsal Üretimdeki Artış

Tarımsal ürüne ilişkin dış ticaret hacimleri deniz taşımacılığının gelişimiyle aynı yönde hareket etmiştir. Taşıma kapasitesi yüksek ve uzun mesafeler kat edebilen deniz araçları önceleri kısıtlı biçimde gerçekleştirilen tarım ürünlerinin dış ticaretini büyük oranda geliştirmiş ve tarımsal ürünler büyük ölçüde kıtalar arası yolculuğa konu olmaya başlamışlardır.

Tarımsal ürün dış ticareti bu yeni lojistik kolaylığın etkisiyle artış gösterirken tarımın kendisi ise büyük oranda makine ve suni gübre kullanımı ile ilişkili olarak gelişme göstermiştir.

Tarihsel süreçte dünya nüfusu ile birlikte tarımsal ürün üretimi ile ticareti yaygınlaşırken son tüketiciye yönelik olamayan tarımsal makineler, gübreler, tarımsal ilaçlar ve tohumlar da gerek üretim gerekse dış ticarete konu olmaları açısından büyük önem kazanmışlardır. Söz konusu ürünlerin üretimi ve satışının yaygınlaşmasının ise üretici ve geliştirici pozisyonunda olan egemen devletler ile az gelişmiş ve gelişme yolunda ülkeler arasındaki makasın egemen devletler lehine daha da açılmasına sebebiyet verdiği kuşkusuzdur.

Tablo 1’de 1961 yılından 2013 yılına kadar geçen 52 senelik süreçte insan tüketimine ilişkin gıdanın ana kaynağı olan tahıl mahsulünün dünyada üretim seyri yer almaktadır. Dünya genelinde bitkisel üretimin ana kaynağını tahıllar oluşturduğundan mukayeselerde genellikle tahıla ilişkin istatistiklerin kullanılması tercih edilmiştir. 1961’de 873.057.116 ton olarak gerçekleşen tahıl üretimi, 2013 yılında 2.779.438.105 ton olarak gerçekleşmiş ve 1961 yılına göre 3 katından daha büyük bir artış söz konusu olmuştur.

1961 yılından 2013 yılına kadar 5 bölgede de dünya ortalamasına yakın bir artış görülmektedir.

Tablo 1: Dünyada Tahıl Üretimi (Ton)

YIL/BÖLGE	Dünya	Asya	Amerika	Avrupa	Afrika	Okyanusya
2013	2,779,438,105	1,346,895,138	729,961,328	483,180,526	182,671,690	36,729,423
2010	2,475,653,822	1,229,136,782	640,874,921	404,834,073	166,269,711	34,538,335
2005	2,266,058,924	1,085,053,240	570,680,638	428,052,398	141,526,122	40,746,526
2001	2,108,143,176	1,000,753,199	519,402,692	431,689,794	116,445,988	39,851,503
1995	1,895,058,220	941,647,923	451,174,552	376,183,484	97,879,714	28,172,547
1990	1,949,762,473	870,189,416	468,301,193	493,883,583	93,437,396	23,950,885
1985	1,818,231,239	750,443,777	505,363,497	452,952,936	83,304,482	26,166,547
1980	1,547,388,039	629,460,417	399,692,024	428,427,277	72,609,367	17,198,954
1975	1,355,776,620	555,697,337	366,943,725	345,750,625	68,911,844	18,473,089
1970	1,188,615,945	477,083,953	286,786,358	350,759,619	60,471,209	13,514,806
1965	994,783,290	382,213,774	273,470,514	276,988,177	51,977,920	10,132,905
1961	873,057,116	325,722,780	227,749,328	263,708,561	46,310,719	9,565,728

Kaynak: Knoema web sitesi aracılığıyla FAO verileri derlenerek oluşturulmuştur (FAO, 2014).
Erişim: <http://faostat.fao.org/>

Tablo 2’de ise, 1961 yılından 2012 yılına kadar dönemler itibarıyla canlı hayvan üretimi dünya ve bölgeler genelinde birlikte gösterilmektedir. Tahıl üretimine benzer bir tablo canlı hayvan üretiminde de karşımıza çıkmaktadır. Dünya genelinde 1961 yılında 71,357,169 ton olarak gerçekleşen et üretimi 2012 yılına gelindiğinde yaklaşık 4 katı artarak 302,389,786 ton olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye’de hayvan varlığı Avrupa Birliği ülkeleri ile mukayese edildiğinde oldukça önemli bir yere sahiptir.

Türkiye;

Sığır sayısında Fransa ve Almanya’dan sonra 3’üncü,

Manda sayısında İtalya’dan sonra 2’nci,

Koyun sayısında İngiltere’den sonra 2’nci,

Keçi ve arı kovanı sayısında ise 1’inci sıradadır. (Hayvancılık Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2014).

Tablo 2: Dünyada Et Üretimi (Ton)

YIL/BÖLGE	Dünya	Asya	Amerika	Avrupa	Afrika	Okyanusya
2012	302,389,786	126,301,506	95,251,525	57,943,376	16,901,905	5,991,475
2010	293,484,952	121,828,042	92,755,351	56,690,917	16,407,618	5,803,023
2005	255,772,484	101,046,342	83,699,798	51,686,515	13,454,073	5,885,756
2001	229,938,312	87,258,590	74,176,538	51,565,547	11,548,589	5,389,049
1995	202,512,735	71,970,007	63,575,313	52,335,645	9,646,143	4,985,627
1990	179,423,163	50,682,604	51,612,434	63,889,573	8,738,591	4,499,961
1985	154,490,843	38,462,755	45,897,265	58,396,073	7,679,105	4,055,644
1980	136,736,369	28,631,238	42,846,815	54,538,084	6,690,227	4,030,005
1975	115,819,268	21,088,459	36,106,789	49,419,749	5,474,628	3,729,643
1970	100,668,144	16,985,472	34,410,048	40,935,960	5,069,832	3,266,832
1965	84,464,228	14,429,628	28,891,987	33,996,426	4,343,656	2,802,532
1961	71,357,169	9,046,039	26,103,040	29,999,080	3,910,553	2,298,457

Kaynak: Knoema web sitesi aracılığıyla FAO verileri derlenerek oluşturulmuştur (FAO, 2014).
Erişim: <http://faostat.fao.org/>

3.3 Dünya Nüfusundaki Artış

Tablo 3'te 1960 yılı ile 2010 yılları arasındaki 50 yıllık dönemde dünya ve bölgeler itibarıyla nüfus sayılarına yer verilmiştir. 50 yıllık süre zarfında dünya nüfusu yaklaşık 2,5 katı büyüklüğüne ulaşırken Avrupa ve Kuzey Amerika'nın ortalamasının oldukça altında kaldığı görülmektedir.

Tablo 3: Dünya Nüfusu (Kişi)

YIL/BÖLGE	Dünya	Asya	Kuzey Amerika	Güney Amerika	Avrupa	Afrika	Okyanusya
2010	6,916,183.48	4,165,440.16	346,500.90	596,191.45	740,308.36	1,031,083.67	36,658.95
2005	6,514,094.61	3,942,881.65	330,546.12	562,546.29	732,969.55	911,527.67	33,623.33
2000	6,127,700.43	3,717,371.72	315,417.10	526,278.23	729,105.44	808,304.34	31,223.60
1995	5,741,822.41	3,482,718.62	297,458.07	486,345.24	729,743.08	716,505.13	29,052.28
1990	5,320,816.67	3,213,123.45	282,286.12	445,202.65	723,248.10	629,986.98	26,969.37
1985	4,863,601.52	2,907,534.82	267,830.59	404,329.11	709,189.45	549,845.79	24,871.76
1980	4,449,048.80	2,634,161.25	254,799.66	364,150.42	694,510.14	478,459.47	22,967.86
1975	4,071,020.43	2,387,023.63	242,684.62	324,745.99	677,661.53	417,413.00	21,491.66

1970	3,691,172.62	2,128,630.60	231,429.04	287,588.24	657,369.14	366,474.88	19,680.72
1965	3,329,122.48	1,881,423.44	219,466.77	253,152.87	635,004.32	322,581.41	17,493.66
1960	3,026,002.94	1,694,649.83	204,352.00	220,438.60	605,516.91	285,270.28	15,775.32
Ortalama Nüfus Artış Hızı	2,57	2,91	1,39	3,40	0,44	5,22	2,64

Kaynak: Knoema web sitesi aracılığıyla Birleşmiş Milletler, verileri kullanılarak hazırlanmıştır (UN, 2013).
Erişim: <http://esa.un.org/unpd/wpp/Excel-Data/population.htm>

3.4 Tarımsal Ürünlerin Dış Ticaret Hacimlerindeki Artış

Tablo 4’te 1961 yılından 2010 yılına kadar olan yaklaşık 50 yıllık bir dönemde dünya ve bölgeler itibarıyla tahıl ihracatı rakamlarına yer verilmektedir. 50 yıllık süreçte dünyada ihracata konu tahıl ürünü miktarı 79.466.700 ton iken 340.360.000 tona ulaşarak yaklaşık 4,25 katı bir büyüklüğe erişmiştir. Hatırlanacağı üzere aynı dönemde dünya tahıl üretimi yaklaşık 3 katı büyüklüğe erişmişti. Amerika ve Avrupa kıtalarının dünya tahıl ihracatının yaklaşık %80’inini gerçekleştirdiği, 1961 yılında da söz konusu oran yaklaşık olarak %80 olarak gerçekleşmiştir. Dünyada ve Türkiye’de tarım ürünleri ihracatı artmaktadır. 2011 yılında bir önceki yıla göre % 2 artarak yaklaşık 1,4 trilyon ABD Doları’na ulaşan küresel tarım ürünleri ticaretinde, Türkiye 15,3 milyar ABD Doları ile 23 üncü sırada yer almaktadır.

Tablo 4: 1961 – 2010 Yılları Arasında Dünya Tahıl İhracatı (Ton)

YIL/BÖLGE	Dünya	Asya	Amerika	Avrupa	Afrika	Okyanusya
2010	340,306,000	44,167,400	153,417,000	118,370,000	3,982,890	20,368,300
2005	291,385,000	42,248,300	131,144,000	95,353,000	4,148,310	18,491,200
2000	273,088,000	39,207,500	136,274,000	73,619,200	2,125,100	21,862,100
1995	250,722,000	26,507,600	142,292,000	67,797,000	3,409,350	10,715,900
1990	226,260,000	15,649,500	127,261,000	64,515,100	3,786,210	15,048,900
1985	224,605,000	19,583,100	121,609,000	58,571,500	1,044,030	23,797,500
1980	223,162,000	12,343,000	145,284,000	41,595,000	4,354,670	19,585,800
1975	158,285,000	7,304,210	99,836,400	35,068,400	4,789,950	11,285,500
1970	114,424,000	7,379,830	67,491,500	28,133,300	2,995,550	8,423,480
1965	105,812,000	7,999,800	70,565,400	18,236,900	1,722,260	7,287,470
1961	79,466,700	5,690,740	47,930,900	17,203,200	2,435,080	6,206,810

Kaynak: Knoema web sitesi aracılığıyla FAO verileri kullanılarak oluşturulmuştur (FAO, 2013).

Erişim: <http://faostat.fao.org/>

Tablo 5’te ise aynı dönemde ihracata konu olan et miktarı görülmektedir. Dünya genelinde 50 yıllık bir süre zarfında ihracata konu olan et miktarı 11 katı büyüklüğe eriştiği görülecektir. Yukarıda belirttiğimiz üzere aynı dönemde canlı hayvan üretimi ise 4 katı büyüklüğe erişmişti Amerika kıtasında aynı oran 19 olarak hesaplanırken 2010 yılında Amerika ve Avrupa kıtalarının dünya et ihracatının %85’ine tekabül eden bir kısmını gerçekleştirdiği görülmektedir. Söz konusu oran 50 yıl öncesinde ise %70 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 5: 1961 – 2010 Yılları Arasında Dünya Geneline Et İhracatı (Ton)

YIL/BÖLGE	Dünya	Asya	Amerika	Avrupa	Afrika	Okyanusya
2010	39,766,900	3,745,410	15,868,200	17,440,400	189,071	2,523,800
2005	31,371,000	2,472,740	13,274,900	12,939,800	79,410	2,604,210
2000	24,457,200	2,567,980	8,304,740	11,007,400	118,469	2,458,580
1995	19,229,100	2,008,340	5,266,600	9,706,550	143,477	2,104,170
1990	13,623,300	1,174,640	3,002,260	7,623,730	79,129	1,743,550
1985	10,802,000	661,231	1,921,710	6,663,750	105,363	1,449,990
1980	9,606,040	452,108	1,775,570	5,551,590	149,540	1,677,230
1975	6,871,690	280,485	988,724	4,128,370	162,271	1,311,840
1970	6,090,170	208,171	1,420,530	2,973,760	172,892	1,314,820
1965	4,798,450	258,566	1,015,850	2,308,150	140,866	1,075,020
1961	3,501,200	54,343	832,197	1,747,040	94,675	772,954

Kaynak: Knoema web sitesi aracılığıyla FAO verileri derlenerek oluşturulmuştur (FAO, 2013).

Erişim: <http://faostat.fao.org/>

Dünya ve bölgeler itibarıyla tahıl ve et üretimi ile ticaretinin 50 yıllık istatistiki verileri mukayese edildiğinde, bölgeler arasındaki dengesizliğin yeni bir olgu olmadığı ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla küreselleşmenin yoğun biçimde etkisini gösterdiği ve tüm dünyanın çok çeşitli politik konjonktürlerden geçtiği 50 yıllık bu dönemde tarım sektörünün küreselleşmenin ezici etkisi altında özellikle gelişmekte olan ülkelerde geri planda kaldığı kanısı doğru görünmemektedir. Diğer taraftan bölgeler arasındaki dengesizliğin azaltılmadığı ve gelişmiş bölgeler lehine açık olan makasın açık pozisyonunu koruduğunu söylemek mümkündür.

3.5 Türkiye’de Tarımsal Üretimdeki Artış

Tablo 6’da Türkiye’nin yaklaşık 50 yıllık bir dönemde tahıl üretimi yer almaktadır. Görüleceği üzere, Türkiye’de tahıl üretimi istikrarlı bir yükseliş seyri izleyerek aynı zamanda dünya ortalamasına benzer şekilde yaklaşık 3 katı bir tutara erişmiştir.

Yakın döneme baktığımızda ise Türk tarım sektörünün 2008-2013 döneminde sürekli büyüme gösterdiği, bu dönemde tarımsal ekonomik büyüklük açısından Avrupa’da birinci, dünyada yedinci sıraya ulaştığı gözlemlenmektedir.

Tablo 6: 1961 – 2013 Yılları Arasında Türkiye’de Tahıl Üretimi (Milyon Ton)

YIL	2013	2010	2005	2000	1995	1990	1980	1975	1970	1961
TÜRKİYE	37,475	32,765	36,464	32,249	28,134	30,201	24,419	22,211	15,989	12,729

Kaynak: Knoema web sitesi aracılığıyla FAO verileri derlenerek oluşturulmuştur (FAO, 2014).
Erişim: <http://faostat.fao.org/>

Tablo 7’ de Türkiye’nin yakın dönem tarımsal üretimi çeşitler itibarıyla yer almakta olup, tahıl üretiminin tarla bitkileri arasında değerlendirilmesi gerektiği gözden kaçırılmamalıdır. Anadolu’nun geleneksel üretimi olan tahılların ekim alanlarında daralma görülmektedir. 2000 yılında 139 milyon dekar alanda yapılan tahıl ekim alanı, 2006 yılında 130 milyon dekara, 2011 yılında ise 119 milyon dekara gerilemiştir. 2006-2011 yılları arasında tahıl ekim alanı daralmıştır. Ancak birim alandan elde edilen verimlerdeki artış nedeniyle, üretim miktarında bir gerileme yaşanmamış, aksine artış sağlanmıştır (TÜİK, 2014).

Tablo 7: 2000 – 2010 Yılları Arasında Türkiye’nin Tarımsal Üretimi (Bin Ton)

YIL	TARLA BİTKİLERİ	MEYVE	SEBZE	TOPLAM
2000	66.482	14.227	24.638	105.348
2005	75.461	15.983	26.472	117.916
2010	90.580	17.915	25.997	134.492

Kaynak: TÜİK, verileri kullanılarak yapılan hesaplamalardır (TÜİK, 2014).
Erişim: <http://tuikapp.tuik.gov.tr/bitkiselapp/bitkisel.zul>

Tablo 8’de 10 yıllık bir dönemde tahıl ürünlerine ayrılan alan ile bu alanlardan elde edilen tahıl miktarı verileri ve buradan yola çıkarak hesaplanan alan-üretim oranı yer almaktadır. İlk göze çarpan tahıl üretimine ayrılan alanın azaldığı, buna karşılık üretim miktarının hemen hemen aynı kaldığıdır. Elbette, tarımsal ürünler doğası gereği mevsim şartlarından büyük ölçüde etkilenmekle birlikte, hesaplanan oranın sürekli bir düşüş göstermesi verimlilik artışına işaret etmektedir. Söz konusu verimlilik artışının kaynakları arasında da başta teknolojiye dayalı makineleşme ve gübre gibi kimyasal kullanımında artış gösterilebilir.

Tablo 8: 2000 - 2010 Yılları Arasında Tahıl Üretimine Ayrılan Alan ve Üretim Miktarı

YIL	ALAN (BİN DEKAR)	ÜRETİM(BİN TON)	ALAN/ÜRETİM ORANI
2000	139.626	32.249	4,329
2005	138.932	36.472	3,809
2010	121.003	32.773	3,692

Kaynak: TÜİK, verileri kullanılarak yapılan hesaplamalardır (TÜİK, 2014).
Erişim: <http://tuikapp.tuik.gov.tr/bitkiselapp/bitkisel.zul>

Tablo 9’da ise Türkiye’nin et üretimi yer almaktadır. Tahıl üretimine benzer şekilde et üretiminde de düzenli bir yükseliş gözlemlenmekte olup, yaklaşık 50 yıllık dönemin sonunda et üretimi 6 katına çıkarak, dünya ortalaması olan 4 katı geride bırakmıştır. Türkiye et ve süt ürünlerinde kendi tüketimini karşılayabilen bir ülke olmakla birlikte Türkiye’de kişi başına düşen günlük et ve süt tüketimi gelişmiş ülkelerin altındadır. Örneğin, ülkemizde kişi başına günlük et tüketimi 69 gram iken, bu değer ABD’de 330, Almanya’da 242, Avustralya’da 313, Fransa’da 241, Hollanda’da 240, İngiltere’de 233 ve Kanada’da 272 gramdır. Gelişmiş ülkelerin ortalaması ise 267 gramdır; yani ülkemizde günlük kişi başına tüketilen et miktarının yaklaşık 4 katıdır. Dolayısıyla ülkemizin et tüketiminin gelişmiş ülkeler seviyesine yükselmesi halinde kendine yeterlilik durumu belirsizdir (Tarımsal Yapıda Etkinlik Raporu, 2014).

Tablo 9: 1961 – 2012 Yılları Arasında Türkiye Et Üretimi (Bin Ton)

YIL	2012	2010	2005	2000	1995	1990	1985	1980	1975	1970	1965	1961
Türkiye	2862	2356	1594	1397	1181	1161	1003	688	734	572	480	478

Kaynak: Knoema web sitesi aracılığıyla FAO verileri kullanılarak hazırlanmıştır (FAO, 2014).
Erişim: <http://faostat.fao.org/>

3.6 Türkiye Nüfusundaki Artış

Tablo 10’da Birleşmiş Milletler verilerine göre ülkemiz nüfus sayıları yer almaktadır. Tabloda yer alan verilere göre 1960-2010 yılları arasında nüfusumuz düzenli biçimde artış göstermekle birlikte, nüfus artış hızımızın göreceli olarak düşüş seyrinde olduğu görülmektedir.

Tablo 10: 1960- 2010 Yılları Arasında Türkiye Nüfusu (Bin Kişi)

YIL	2010	2005	2000	1995	1990	1985	1980	1975	1970	1965	1960
Türkiye	72,137	67,743	63,174	58,522	53,994	49,178	43,905	39,185	34,772	31,000	27,553

Kaynak: Birleşmiş Milletler (BM, 2013).

Erişim: <http://esa.un.org/unpd/wpp/Excel-Data/population.htm>

Tablo 11’de Türkiye’nin genel nüfusu ile köy nüfusu oranlarıyla birlikte sayısal olarak ifade edilmektedir. Rakamlara bakıldığında köy nüfusunun toplam nüfus içerisindeki payının sürekli ve büyük bir düşüş içerisinde olduğu net olarak görülmektedir.

Söz konusu veriyi tarımsal üretim ve dış ticaret rakamlarının son 50 yılı ile mukayese ettiğimizde; tarımsal üretim ve ticarete muazzam sıçrayışlar yaşanmasına karşın, 1960 yılı ile 2010 yılı köy nüfusunun hemen hemen aynı olduğu göze çarpmaktadır.

Tablo 11: 1927 – 2010 Yılları Arasında Türkiye Köy ve Kent Nüfusunun Gelişimi

Sayım Yılları	Genel Nüfus	Köy Nüfusu	Köy Nüfusu Oranı (%)	Kent Nüfusu	Kent Nüfusu Oranı (%)	Genel Nüfus Artış Oranı (%)
1927	13.648.270	10.342.391	75.8	3.305.879	24.2	-
1950	20.947.188	15.702.851	75.0	5.244.337	25.0	2.17
1955	24.064.763	17.137.420	71.2	6.927.343	28.8	2.78
1960	27.754.820	18.895.089	68.1	8.859.731	31.9	2.85
1965	31.391.421	20.585.604	65.6	10.805.817	34.4	2.46
1970	35.605.176	21.914.075	61.6	13.691.101	38.4	2.52
1975	40.347.719	23.478.651	58.2	16.869.068	41.8	2.50
1980	44.736.957	25.091.950	56.1	19.645.007	43.9	2.07
1985	50.664.458	23.798.701	47.0	26.865.757	53.0	2.49
1990	56.473.035	23.146.684	41.0	33.326.351	59.0	2.17
2000	67.803.927	23.797.653	35.0	44.006.274	65.0	1.83
2010	73.722.988	17.500.632	23.7	56.222.356	76.3	1.58

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK, 2015).

Erişim: <http://tuikapp.tuik.gov.tr/nufusapp/idari.zul>

Köy nüfusu önemli ölçüde azalırken tarım sektöründe yaratılan istihdam önemini korumaya devam etmektedir. Çalışan kesimin sektörlere göre dağılımının yer aldığı tablo 12’de, tarım sektörünün toplam istihdamın yaklaşık % 25’ine karşılık geldiği görülmektedir. Bu oranla tarım sektörü, hizmetler sektöründen sonra toplam istihdam içerisinde ikinci sırada yer almaktadır. Elbette ülkenin faal işgücünün yaklaşık 4’te birini istihdam eden bir sektörün katma değeri yüksek ürünler ortaya koyması, gerek sektörün kendisi gerekse ülkenin hedeflerine ulaşması için önemli bir konu olarak karşımızda durmaktadır. İlk üründen tüketiciye ulaşan son ürüne kadar her kişi, her işletme ürüne bir değer katarken bu arz zincirinde en altta olmak ile en üstte olmak arasında elde edilen getiri bağlamında farklılıklar bulunmaktadır.

Tablo 12: 2007 -2011 Döneminde Türkiye’de Tarım Sektöründe İstihdam (Bin Kişi)

	2007		2008		2009		2010		2011	
	Kişi Sayısı	Oran	Kişi Sayısı	Oran	Kişi Sayısı	Oran	Kişi Sayısı	Oran	Kişi Sayısı	Oran
Tarım Sektörü İstihdam	4.867	23,5	5.016	23,7	5.240	24,6	5.683	25,2	6.143	25,5

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu verileri derlenerek oluşturulmuştur (TUİK, 2015).
Erişim: <http://tuikapp.tuik.gov.tr/isgucuapp/isgucu.zul>

3.7 Türkiye’de Tarımsal Ürünlerin Dış Ticaret Hacimlerindeki Artış

Tablo 13’te Türkiye’nin tahıl ihracat rakamlarına yer verilmiş olup ülkemiz tahıl ihracatı yaklaşık 50 yıl içerisinde 50 katı, son 30 yılda ise 7 katı bir miktara erişmiştir. Kuşkusuz her iki oran da dünya ortalamalarının oldukça üzerindedir.

Gelişmiş ülkelerde olduğu gibi ülkemizde de sanayileşme, şehirleşme ve gelir düzeyindeki artışlar tüketim alışkanlıklarını değiştirerek yeni veya farklı kalitedeki tarım ürünlerine olan talebi artırmaktadır. Ayrıca, küresel ölçekte tedarikçi olma hedefindeki sektörün, ihracat amaçlı ithalat gereksinimleri ortaya çıkmaktadır (Kalkınma Bakanlığı, Bitkisel Üretim İhtisas Raporu, 2014).

2011 yılı itibarıyla tarım ürünleri ihracatı 15,3 milyar ABD Doları ile genel ihracatın % 11,3'nü oluşturmaktadır. Tarım ürünleri ithalatı ise 17,6 milyar ABD Doları ile genel ithalatın % 7,3'ünü oluşturmaktadır. Tarımsal ekonomik büyüklükte dünyada 7'nci sırada olan Türkiye ihracat sıralamasında ise 23'üncü sırada bulunmaktadır.

Tablo 13: 1961 – 2010 Yılları Arasında Türkiye'nin Tahıl İhracatı (Ton)

YIL	2010	2005	2000	1995	1990	1985	1980	1975	1970	1961
Türkiye	4,374,860	3,523,120	2,503,010	1,796,590	209,538	686,569	605,064	7,251	4,932	89,757

Kaynak: Knoema web sitesi aracılığıyla FAO verileri kullanılarak hazırlanmıştır (FAO, 2013).
Erişim: <http://faostat.fao.org/>

Tablo 14'te Türkiye'nin tahıl ithalatı rakamlarına yer verilmiştir. Görüleceği üzere tarım ithalatımız oldukça düzensiz bir seyir izlemektedir. Bu düzensizlik daha önce değindiğimiz tarımsal faaliyetlerin kendine has özelliklerinden kaynaklanabileceği gibi piyasa koşullarının gereği olarak yurtiçi-yurtdışı fiyat farkından kaynaklı ve spekülâtif de olabilmektedir.

Tablo 14: 1961 – 2010 Yılları Arasında Türkiye'nin Tahıl İthalatı (Ton)

YIL	2010	2005	2000	1995	1990	1985	1980	1975	1970	1961
Türkiye	3,460,120	752,432	2,681,680	2,242,330	3,177,030	1,081,820	5,698	559,521	1,161,300	876,638

Kaynak: Knoema web sitesi aracılığıyla FAO verileri kullanılarak hazırlanmıştır (FAO, 2013).
Erişim: <http://faostat.fao.org/>

Tablo 15'de Türkiye'nin et ihracatı rakamlarına yer verilmiştir. Tabloda yer alan rakamlara göre son 10 yılda et ihracatımız büyük gelişme kaydetmekle beraber önceki 40 yıllık dönemde düzenli ve kayda değer bir ihracat tutarından bahsetmek mümkün değildir. Ülkemizde büyük ölçüde ihracata yönelik olarak gerçekleştirilen kanatlı hayvan pazarı yatırımlarının son dönemde yaşanan sıçramanın başlıca kaynağı olduğunu da ayrıca ifade etmek gerekecektir.

Küresel ticarete önemli yere sahip hayvancılık sektöründe en fazla ticarete konu olan ürünler et, süt ve deri ürünleridir. Uluslararası hayvan ve hayvansal ürün ticaretinde önemli alıcılardan birisi olan Türkiye, hem genetik materyal, hem canlı hayvan ticaretini büyük oranda ABD, AB ülkeleri ve Kanada ile gerçekleştirmekte, çoğunluğu kanatlı eti ve

yumurtadan oluşan ihracatını ise Orta Doğu ve Afrika ülkeleri ve Türk Cumhuriyetlerine yapmaktadır (Hayvancılık Özel İhtisas Komisyonu Raporu, 2014).

BM ticaret istatistiklerine göre hayvansal üretim, uluslararası ticarete toplam küresel ticaretin yaklaşık % 2'sini oluşturmaktadır. Hayvan ve hayvansal ürünlerin 2011 yılında toplam ihracat değeri 294 milyar ABD Doları olmuştur.

Tablo 15: 1961 – 2010 Yılları Arasında Türkiye'nin Et İhracatı (Ton)

YIL	2010	2005	2000	1995	1990	1985	1980	1975	1970	1965	1961
Türkiye	151,827	47,522	5,394	8,379	8,606	45,710	8,016	11,964	3,880	111	34

Kaynak: Knoema web sitesi aracılığıyla FAO verileri kullanılarak hazırlanmıştır (FAO, 2013).
Erişim: <http://faostat.fao.org/>

Tablo 16'da et ithalatı verilerimiz yer almakta olup, et ithalatı verilerinin düzensiz bir seyir izlediği görülmektedir. Türkiye ithalatın serbestleştirildiği 2010 yılından günümüze toplam 2,6 milyon başa yakın hayvan (kasaplık sığır ve koyun) ithal etmiş ve bunun karşılığında 1,3 milyar ABD Doları ödemiştir. Türkiye'nin damızlık dışındaki ticareti incelendiğinde, ithalatta sığırdan sonra koyun ve kanatlının geldiği, ihracatta ise, büyük oranda kanatlı hayvanların olduğu görülmektedir. Türkiye kanatlı ihracatını Orta Doğu ve Afrika ülkelerine, özellikle de Irak ve İran'a gerçekleştirmektedir.

Tablo 16: 1961 – 2010 Yılları Arasında Türkiye'nin Et İthalatı (Ton)

	2010	2005	2000	1995	1990	1985	1980	1975	1970	1965	1961
Türkiye	51,602	275	1,519	46,507	10,295	41,161	0	0	0	112	13

Kaynak: Knoema web sitesi aracılığıyla FAO verileri kullanılarak hazırlanmıştır (FAO, 2013).
Erişim: <http://faostat.fao.org/>

Son 50 yılda Dünyada ve Türkiye'de tarım ürünleri üretimi ve ticaret rakamlarını birlikte değerlendirdiğimizde tarım ürünleri ticaretinin büyük bir hızla gelişmekte, gıdanın üretildiği yerde tüketilme oranının ise hızla azalmakta olduğu gerçeği ortaya çıkmaktadır. Üretim faaliyetleri ile tüketim faaliyetlerinin mekânsal olarak birbirlerinden uzaklaşmaları, lojistik maliyetlerin tarım sektörü için de ön plana çıkmasına neden olmaktadır. Üretim faaliyetinin miktarı ve kalitesi kadar tedarik zincirleri ve bunun önemli bir parçası olan lojistik operasyonlar da yıllar içinde büyük önem kazanmıştır.

Tarım, bir başına varlığıyla değer ifadesi olmayı aşmış, işlenerek katma değeri yükseltilebilir ve uluslararası ticarete stratejik değeri olan bir unsur haline gelmiştir. Geçmişte tarımsal üretim, açlık ve yokluk kaygısıyla elde tutulması zorunlu bir çıktı olarak düşünülürken, günümüzde hammadde olarak sanayide kullanılan girdi haline gelmiş, gıda sanayii, paketleme, depolama, pazarlama vb. gibi alt tanımlarıyla tarımın temel belirleyicisi konumuna erişmiştir (GTHB, 2013-2017 Stratejik Plan).

Tarım ürünlerinin beslenme ihtiyacını karşılamadaki alternatifsizliği, gıdaların uzun süre dayanmaları için işlenmeleri, beslenme ihtiyacının karşılanmasında tüketicinin önüne doğrudan değil de pazarlama kanallarından geçerek gelmesi, ticarete uluslararası bir meta haline dönüşmesi, gıda güvenliğinin gelişimi, ilaç, enerji, sanayi girdisi olarak kullanımı, ekolojik dengenin ve tarımsal kaynakların korunması, gen kaynaklarına sahip çıkılması gibi gelişmeler tarımı, stratejik öneme sahip bir sektör haline getirmiştir (GTHB, Stratejik Plan, 2013-2017).

Günümüzde, üretilenlerin tüketildiği bir yapıdan, tüketimin üretimi belirlediği bir yapıya geçilmiştir. Mevsimlere bağımlı gıda tüketim biçimi değişmiş, tüm döneme yaygın gıda tüketimi anlayışına geçilmiştir. Gıdada çok çeşitliliğe olan talep, tarımda katma değeri yüksek ürünler üretme fırsatlarını doğurmuş ve bu durum tüketiciden başlayan talebin üretim sistemlerine ve toprağa kadar bir dizi değişimi de beraberinde getirmiştir. Küreselleşme ile rekabetçilik ve sürdürülebilirlik ön plana çıkarken, iklim değişikliği, gıda fiyatlarındaki değişim, artan nüfus ve uluslararası organizasyonların etkinliğinin artması sektöre yön veren temel faktörler olmaktadır (GTHB, Stratejik Plan, 2013 - 2017).

4. KATMA DEĞER

Bu noktaya kadar incelediğimiz veriler doğrultusunda, Türkiye'nin tarım ürünlerinin üretimi ve ticareti açısından gerek bölgesinde gerekse dünyada ön planda olan ülkelerden birisi olmasının yanında, sahip olduğu potansiyeli tam olarak ülke ekonomisine yansıtamadığı görülmektedir. Ülkemiz gerek üretim gerekse ihracat rakamlarında miktar cinsinden başarılı bir görüntü arz ederken miktar başına getiri oranları oldukça düşük seyretmektedir. Katma değeri yüksek ürünleri ortaya koymak ve bunları dünya piyasalarına arz etmek diğer sektörler kadar tarım sektörü için de hayati önem taşımaktadır. Türkiye'nin katma değer açısından analizine geçmeden önce, katma değeri yüksek üretime ilişkin bilgi verilmesi yerinde olacaktır.

Makroekonomik açıdan katma değer, üretim faaliyetine katılan faktörlerin yarattığı ek değer olarak tanımlanmaktadır (Eğilmez,1983, s.24). Katma değer daha basit bir ifadeyle bir işletmenin teslim ettiği mal veya yaptığı bir hizmet nedeniyle aldığı bedel ile söz konusu teslim veya hizmetin maliyet bedeli arasındaki fark olarak da tanımlanabilmektedir (Arslan, 2004, s.233).

4.1 Yüksek Katma Değerli Ürün

Yüksek katma değerli ürün katma değerinin tanımından yola çıkılarak kabaca maliyeti ile getirisi arasındaki farkın yüksek olduğu ürünler olarak ifade edilebilir. Bu tanımdan yola çıkarak, katma değeri yüksek ürünü yüksek gelir sağlayan değil, birim başına fiyat ve maliyet farkının yüksek olduğu ürün olarak ifade etmek yerinde olacaktır.

Bir ürünün işlem gördükçe katma değerinin yükseldiği genel bir kabul olup, yüksek katma değerli ürünlerin genel olarak ileri teknoloji ürünler olduğu görülmektedir. Ürünlerin satış fiyatıyla katma değeri arasında genel olarak doğru yönde bir ilişki bulunmakta olup ileri teknoloji ürünlerin yüksek fiyatlı olması bir genelleme yapılacak olursa, maliyetten bağımsız olarak yüksek katma değere sahip olduğunu göstermektedir.

Bir ülkenin ihracat gelirleri de dışarıya sattığı ürünlerin katma değerleriyle doğrudan ilişkilidir. Ülkelerin dış ticaret bilançoları sattıkları ürünlerin miktarından çok birim fiyatlarıyla şekillenmektedir. Konuya ilişkin olarak 20 tır mermer blokunun bir tomografi cihazı, 1400 kilogram domatesin bir IPAD fiyatına eşdeğer olduğunun ifade edilmesi, yüksek katma değer anlaşılmaması açısından çarpıcı bir örnek teşkil edecektir (Şimşek, 2013, Gazeteciler ve Yayıncılar Cemiyeti Konuşması).

Tanımından yola çıkarak katma değeri yükseltmenin temel olarak iki yolu olduğunu söyleyebiliriz. Bunların ilki maliyetleri düşürmek, ki bu çoğu zaman teknoloji kullanımıyla mümkündür. İkincisi ise ürün fiyatını yükseltmektir. Serbest piyasa ekonomisinin rekabetçi şartları içinde, ürüne rakiplerinden üstün bir nitelik katmaksızın fiyat yükseltmenin satış rakamları üzerinde yıkıcı bir etkisinin olması beklenmektedir. Diğer taraftan yüksek katma değere işleme faaliyetinde üst basamaklara çıkarılarak erişilebilir. Ürünleri ham olarak satmak yerine tüketiciye ulaşacak nihai haline kadar işleme faaliyeti sonrası satılması katma değeri artıracaktır. Katma değeri artırmanın bir diğer etkili yolu ise, markalaşmadır.

4.2 Tarım Ürünleri İhracatında Katma Değer

Tarım ürünlerinin değer zinciri içerisinde yüksek katma değer katılmaksızın ihracatı, ülke ekonomisi için yüksek fayda içermemektedir. Diğer taraftan, benzer durum tarım sektöründe faaliyet gösteren kesim için de geçerlidir. Çiftçinin faaliyet alanının ekim ve hasatla sona ermesi, yüksek katma değerli faaliyetlerde pay sahibi olmaması, gerek kaynakların etkin kullanılmaması gerekse çok sayıda aracının kazanç sağlaması nedeniyle sosyal problemler yaratmaktadır.

Tablo 17’de ülkemizin 2010 -2014 yılları arasında seçilmiş tahıllarda Avrupa’ya ve Dünyaya ihracat rakamlarımız yer almaktadır.

Tablo 17. 2010 – 2014 Yılları Arasında Seçilmiş Ürünlerde Değer Bazında Tahıl İhracatımız (Bin ABD Doları)

ÜRÜN	AVRUPA'YA İHRACAT					DÜNYA'YA İHRACAT				
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
MISIR	23.113	21.682	22.072	61.918	32.842	26.006	27.923	33.820	88.124	63.290
BUĞDAY	41.228	42	116	14.101	17.348	201.392	2.580	34.248	79.317	35.472
ARPA	1.645	205	2.483	3	4.725	74.913	1.047	26.415	54	6.412
PİRİNÇ	2.082	5.840	6.750	1.497	2.415	47.586	78.268	74.160	7.571	21.151

Kaynak: Trademap ITC vasıtasıyla TUİK ve UNSTATS verileri kullanılarak derlenmiştir (TUİK, UNSTATS 2015).

Erişim: http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1|792||25|10||4|1|1|2|2|1|1|1|

Tablo 18'de ise, aynı seçilmiş ürünlerin aynı dönemlerde Avrupa ve Dünyaya ihracat rakamları miktar olarak yer almaktadır.

Tablo 18. 2010 – 2014 Yılları Arasında Seçilmiş Ürünlerde Miktar Bazında Tahıl İhracatımız (Ton)

ÜRÜN	AVRUPA'YA İHRACAT					DÜNYA'YA İHRACAT				
	2010	2011	2012	2013	2014	2010	2011	2012	2013	2014
MISIR	225.181	57	186	53.369	32.165	1.174.014	5.233	116.079	275.132	68.830
BUĞDAY	8.274	9.078	8.421	148.334	13.754	10.649	13.945	20.359	210.927	64.618
ARPA	11.153	500	9.715	6	9.174	500.791	3.221	100.771	110	13.998
PİRİNÇ	1.520	9.730	13.835	1.504	2.342	51.646	91.612	98.613	8.449	22.404

Kaynak: Trademap ITC vasıtasıyla TUİK ve UNSTATS verileri kullanılarak derlenmiştir (TUİK, UNSTATS 2015).

Erişim: http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1|792||25|10||4|1|1|2|2|1|1|1|

Her iki tablo birlikte değerlendirildiğinde, ülkemizin seçilmiş tarım ürünlerinde miktar başına ihracat değerine ulaşılması mümkündür. Seçilmiş ürünlerde miktar olarak ön plana çıkan buğdayı incelediğimizde, Avrupa'ya ihraç ettiğimiz her 1 kg buğdayın karşılığında 2010 yılında 0,18 - ABD Doları, 2014 yılında ise 0,53 - ABD Doları gelir elde ettiğimiz görülmektedir.

Tablo 19'da, 2012-2014 yılları arasında Avrupa ve Dünyaya et ihracatımızın değeri görülmektedir. Rakamlara et ve sakatatın işlenmesi sonucu oluşturulan ürünler dahil değildir. Söz konusu rakamlar bu üç yılda istikrarlı seyretmekle beraber 2014 yılında Avrupa'ya yönelik ihracatın bir önceki yıla göre 2 kattan daha fazla bir artış gösterdiği dikkat çekmektedir.

Tablo 19. 2012 – 2014 Yılları Arasında Değer Bazında Et ve Sakatat İhracatımız (.000 ABD Doları)

ÜRÜN	AVRUPA'YA İHRACAT			DÜNYA'YA İHRACAT		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014
ET VE SAKATAT	8.080	9.607	31.318	535.243	614.720	659.660

Kaynak: Trademap ITC (Trademap ITC vasıtasıyla TUIK ve UNSTATS verileri kullanılarak derlenmiştir.)
Erişim: http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1|792||25|10||2|1|1|2|2|1|1|1|1

Tablo 20’de ise aynı dönemde söz konusu ihracat verilerinin miktar cinsinden karşılığı yer almaktadır.

Tablo 20. 2012 – 2014 Yılları Arasında Miktar Bazında Et ve Sakatat İhracatımız (Ton)

ÜRÜN	AVRUPA'YA İHRACAT			DÜNYA'YA İHRACAT		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014
ET VE SAKATAT	4.817	5.785	24.971	305.295	365.838	406.987

Kaynak: Trademap ITC (Trademap ITC vasıtasıyla TUIK ve UNSTATS verileri kullanılarak derlenmiştir.)
Erişim: http://www.trademap.org/Bilateral_TS.aspx?nvpm=1|792||25|10||2|1|1|2|2|1|1|1|1

Tablo 21’ de görüldüğü üzere her iki tablo birleştirilmek suretiyle yıllar itibarıyla et ve sakatat ihracatımızın kilogram başına değeri hesaplanmıştır. Buna göre, 2014 yılında Avrupa’ya gerçekleştirilen ihracatın değer bazında düşürücü etkisi dışında et ve sakatat ihracatının değer/miktar oranı istikrarlı seyretmektedir. Söz konusu 3 yılın ortalaması 1,6 ABD Doları’dır. Söz konusu değer düşük olmasında kanatlı sektöründe gösterilen atılım sonucu, fiyatı kırmızı ete göre oldukça düşük olan kanatlı hayvan eti ihracatının yükselişi etkili olmakla beraber, ortalama 1,6 ABD Doları olarak hesaplanan değer oldukça düşük olduğu açıktır.

Tablo 21. 2012 – 2014 Yılları Arasında Et ve Sakatat İhracatımızın Kg. Başına Değeri

ÜRÜN	AVRUPA'YA İHRACAT			DÜNYA'YA İHRACAT		
	2012	2013	2014	2012	2013	2014
DEĞER	8.080	9.607	31.318	535.243	614.720	659.660
MİKTAR	4.817	5.785	24.971	305.295	365.838	406.987
DEĞER/MİKTAR	1,68	1,66	1,25	1,75	1,68	1,62

Kaynak: Trademap ITC (Trademap ITC vasıtasıyla TUIK ve UNSTATS verileri kullanılarak yapılan hesaplamalara dayanmaktadır.)
Erişim: <http://www.trademap.org/>

Elde edilen gelir ham ürüne ne kadar değer katabileceğimiz, dolayısıyla ürün üzerinde ne kadar faydalı ve tüketici tarafından talep edilebilecek işlem yaptığımızla ilgilidir. Tablo 22’de, ülkelerin uluslararası ticarete konu olan tarım ürünlerinin gördüğü işlem sayısı, başka bir deyişle nihai ürüne ulaşılırken kullanılan esaslı girdinin sayısı yer almaktadır. Örnek vermek gerekirse, elmanın toplanıp ihraç edilmesi halinde oran 1 olarak hesaplanacakken, aynı elma başka bir girdi ile kurutulularak paketlenirse oran iki adet işlem görmüş olduğu için 3 olarak hesaplanacaktır. (Koen De Backer, Sébastien Miroudot, Mapping Global Value Chains, 2013). Söz konusu değer Türkiye için 1,6 olarak hesaplanmış olup, bu oran çoğu ülkenin gerisinde ve dünya ortalaması olan 2 oranının altında kalmaktadır. Diğer taraftan görece tarım ülkesi olarak tanımlanan ülkelerde bu oranın düşük çıkması, bol miktarda tarım ürünü ihracatı gerçekleştiriliyor olması nedeniyle kabul edilebilir olsa da, aynı zamanda katma değer düşük olması manasına geleceğinden elde edilen gelirin düşük kalması gibi bir sonuçla da karşı karşıya kalınacaktır.

Tablo 22. 1995 – 2009 Yılları Arasında Dış Ticarete Konu Tarımsal Ürünlerin Gördüğü Ortalama İşlem Sayısı

ÜLKE	1995	2000	2005	2008	2009	Ortalama
Avustralya	1,8	1,8	1,8	1,9	1,8	1,8
Avusturya	1,5	1,9	2	2,2	2,2	2
Belçika	2,3	2,3	2	2,5	2,4	2,3
Kanada	2	2,7	3,7	2,2	2,2	2,6
Şili	1,9	2,2	2,3	2,6	2,4	2,3
Çek Cumhuriyeti	2,1	2,2	2,1	2,3	2,2	2,2
Danimarka	2,2	1,9	2,3	2,3	2,2	2,2
Estonya	2,4	2,1	2,2	2,2	2,1	2,2
Finlandiya	2	2	2,2	1,9	1,9	2
Fransa	1,9	2	2,1	2,2	2,2	2,1
Almanya	1,8	1,8	1,9	2	2	1,9
Yunanistan	1,5	1,7	1,6	1,8	1,8	1,7
Macaristan	2,1	2,3	2,2	2,2	2,2	2,2
İzlanda	1,8	1,8	1,8	1,7	1,6	1,8
İrlanda	2	1,9	2,6	2,4	2,5	2,3
İsrail	2,1	1,9	2	2,1	2	2
İtalya	1,7	1,7	1,8	1,8	1,8	1,8
Japonya	1,8	1,8	2	2,1	2	2
Kore	1,6	1,8	1,2	2,2	2,2	1,8
Luxemburg	1,8	1,9	2,1	2,4	2,3	2,1
Meksika	1,7	1,7	1,8	1,8	1,8	1,8
Hollanda	2,1	2,1	2,1	2,3	2,3	2,2

Tablo 22. (devamı) 1995 – 2009 Yılları Arasında Dış Ticarete
Konu Tarımsal Ürünlerin Gördüğü Ortalama İşlem Sayısı

Yeni Zelenda	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2
Norveç	1,9	2	2,1	2,2	2,2	2,1
Polonya	2,2	2,3	2	2,2	2,1	2,2
Portekiz	1,8	1,9	1,9	2,2	2,2	2
Slovakya	2,3	2,3	2,1	2	2	2,1
Slovenya	2,2	2	2	1,9	1,9	2
İspanya	2	2	2,1	1,9	1,9	2
İsveç	1,6	1,7	1,9	1,8	1,7	1,7
İsviçre	2,1	2,1	2,1	2	2	2,1
Türkiye	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
İngiltere	2	2	2,1	1,8	1,8	2
ABD	2,1	2,3	2,4	2,3	2,2	2,3
Avrupa Birliği	1,9	1,9	2	2	2	2
Brezilya	1,7	2,4	1,8	1,8	1,7	1,9
Çin	1,8	2	2	2	2	2
Hindistan	1,4	1,4	1,4	1,4	1,3	1,4
Endonezya	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4	1,4
Rusya Federasyonu	1,9	1,7	1,7	1,7	1,8	1,8
Güney Afrika	1,8	1,9	2,1	2	2,1	2
Arjantin	1,8	1,8	1,7	1,7	1,7	1,7
Brunei	2,3	2,8	2,9	2,8	2,8	2,8
Bulgaristan	2	1,9	2,1	2,2	2,2	2,1
Kıbrıs Rum Kesimi	1,6	1,9	2	1,9	1,9	1,9
Kamboçya	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9
Çin Taypesi	2,2	2,1	2,2	2,3	2,2	2,2
Hong Kong	2,3	2,2	2,2	2,1	2,1	2,2
Letonya	2,2	2,2	2,1	2,2	2,2	2,2
Litvanya	2,1	1,8	2	2	2	2
Malezya	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4	2,4
Malta	1,9	1,8	1,9	2,2	2,1	2
Filipinler	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6
Romanya	2,1	2	1,9	2	1,9	2
Suudi Arabistan	1,5	1,5	1,5	1,6	1,6	1,5
Singapur	2,4	2,2	2,2	2,2	2,2	2,2
Tayland	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7
Vietnam	1,9	2	2	2,1	2,1	2
Kalan ülkeler	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7	1,7

Kaynak: OECD TİVA Analiz Verileri, Mapping Global Value Chains (OECD, 2013).
Erişim: http://www.oecd-ilibrary.org/trade/mapping-global-value-chains_5k3v1trgnbr4-en

4.3 Katma Değeri Yükseltme Aracı: Markalaşma

Katma Değer yaratmanın önemli bir boyutu olan marka, bir işletmenin mal veya hizmetlerini diğer işletmelerin mal ve hizmetlerinden ayırt etmeye uygun her türlü işaret olarak tanımlanabilir (Dirikkan, 2003, s. 5.).

Markanın önemli bir konu olarak orta çıkması sanayi devrimi ile ortaya çıkan seri üretim ve pazarlama faaliyetlerinin gelişimi ile paralel bir seyir izlemektedir. Birbirine benzer ve tüketiciye birbirine yakın faydalar sağlayan ürünlerin piyasada bollaşması, zaman içinde üreticilerin ürünlerini tüketiciler gözünde diğer ürünlerden ayıracak yollar aramaya sevk etmiş ve böylelikle marka ürünün kalitesini ve ürünü diğer ürünlerden ayıran özelliklerini vurgulama görevini yerine getirmeye başlamıştır.

Zaman içerisinde geleneksel pazarlama anlayışı giderek yetersiz kalmaya, tüketiciler ile en etkili iletişim yollarından biri olan markanın önemi daha da ortaya çıkmaya başlamıştır. Günümüzde birçok ürün için markanın fiyattan daha güçlü mesajlar yollayabileceği Apple örneğinde olduğu gibi kabul görmektedir. İletişim imkânlarının son derece arttığı ve çalışmamızın başında belirttiğimiz üzere, internet kullanımının katlanarak büyüdüğü çağımızda marka tüketiciler ürün seçiminde başlıca hedef olmaktadır. Rakiplerinden nitelik olarak çok daha kuvvetli olan ürünler, tüketicilerin gözünde güvenilir bir marka olmadıkça rekabet gücünden yoksun kalmaktadırlar.

4.4 Tarımsal Ürünlerde Markalaşma

Yeni tarım paradigması ile değişen, genişleyen ve derinleşen tarım sektörü, gelecekte gerçekten büyük riskleri taşıdığı gibi ülkemiz için çok büyük fırsatları da barındırmaktadır. Bu fırsatların başında tarımsal ihracatın artması, üstün olduğumuz tarımsal ürünlerin ticaretinin artırılması ve ülkemize katma değer sağlayacak imkânların olmasıdır. Dolayısıyla ülkemiz, gıda alanında güvenilir imajı ile birlikte markalaşma potansiyeline de sahiptir (GTHB, 2013-2017 Stratejik Plan).

Gıdanın insan beslenmesi için vazgeçilmez bir unsur olması ve doğrudan insan sağlığı ve yaşam kalitesini etkilemesi gerçeği nedeniyle, gıda ürünlerinin markalaşmasında güvenlik ve sağlık kavramlarını öne çıkılmaktadır.

Gıda sektöründe markalaşma için en önemli faktörlerin başında gıda güvenilirliğinin sağlanması, ürünlerin beslenme açısından sağlık yararları taşıması, standart kalitenin sürdürülmesi ve daha sonra tüketici tercih ve kabullerinde önemli olan doğallık, ambalaj tasarımı, kolay taşıma ve saklama vb. gibi diğer faktörler sıralanmaktadır.

Ancak genel olarak ülkemiz gıda sanayinde küçük ve orta ölçekli işletmeler mevcut olup, markalaşmanın maliyeti küçük işletmeler için görece yüksek olmaktadır.

5. ARZ ZİNCİRİ (TEDARİK ZİNCİRİ)

Tedarik, gereksinim duyulan bir ürünün doğru zaman, doğru şekil ve doğru miktarda uygun maliyet ile temin edilmesidir. Temin edilen ürünün tedarikçi tarafından üretilebilmesi için tedarikçinin kendi hammaddelerinin tedarikini de aynı şekilde sağlaması gerekir. Bu şekilde ilk maddeye kadar giden bir tedarik zinciri oluşur. Tedarik zinciri, bir ürünün ilk maddesinden başlayarak, tüketiciye ulaşması ve geri dönüşümünü de içeren tüm süreçlerde yer alan tedarikçi, üretici, distribütör, perakendeci ve lojistikçilerden oluşan bir bütündür.

Günümüzde uluslararası pazarlarda şirketler değil tedarik zincirleri rekabet etmektedir. Tedarik Zinciri Yönetimi, kısaca sürekli ve hızlı ürün/hizmet akışlarını organize etmek ve kuruluş iş süreçlerini bir bütün olarak görmektir. Bu çerçevede yurtiçi ve uluslararası tedarikçilerle ilişkilerden fabrika ortamına, depo yönetiminden dağıtım planlamasına kadar bir dizi faaliyet sürekli etkileşim halindedir (Kümeler İçin Değer Zinciri, 2007).

Tedarik zinciri yönetimi; tahminleme, satın alma, kaynak kullanımı, üretim planlaması, akış ve süreç yönetimi, pazarlama, satış sonrası destek, hizmet, lojistik ve dolaylı olarak finans ve insan kaynakları yönetimi de dahil olmak üzere kuruluşun bütününe ilgilendirmektedir.

Tedarik zinciri boyunca ürün/malzeme, bilgi ve para akışı gerçekleşir. Bu akışların her biri, zincir içindeki şirketlerin tümünün performansını etkiler. Söz konusu akışlar yavaşladıkça maliyetler artmaya başlar. Malzeme akışı yavaşladıkça, hatta durunca stok maliyetleri veya kayıp satış maliyetleri, bilgi akışı yavaşladıkça değişkenlik ve belirsizlikten kaynaklanan maliyetler ve para akışı yavaşladıkça, finansman maliyetleri artar. Zincir içindeki gecikme ve beklemler tüm akışları olumsuz yönde etkiler. Bu çerçevede zincirin çevikliği ve esnekliği ile zincir üyesi şirketler arası işbirliği kavramı son derece önem arz etmektedir (Kümeler İçin Değer Zinciri, 2007).

Tedarik zinciri yönetimi müşteriler ve diğer paydaşlar için değer katan ürünler, hizmetler ve bilgi sağlayan orijinal tedarikçi ile son kullanıcı arasındaki önemli iş süreçlerinin bütünleşik olarak yönetilmesidir. Diğer bir deyişle, tedarik zinciri yönetimi; doğru ürünü, doğru miktarla, doğru miktarda, doğru zamanda, doğru yerde üretip, doğru miktarda ve şekilde depolamak, doğru yerde teslim etmek ve bunu yaparken en yüksek esneklik ve değişen koşullara uyum göstererek en kısa süre ve en yüksek servis seviyelerine erişmek ve en düşük toplam maliyete ile operasyonu tamamlamak olarak özetlenebilir.

Küresel pazarlarda rekabetçi olmak için, tedarik zinciri felsefesinin kabul görmesine ihtiyaç vardır. Bu sebeple, tedarik zincirlerinin iş ve sektörlerin dikey algılanma yaklaşımından uzaklaşarak, iş modellerinin yeniden tasarlanması suretiyle yönetilmesi gerekir.

Tedarik zinciri yönetimi, sürekli ve dinamik bir yapıya sahiptir. Tedarik Zinciri Konseyi tarafından çeşitli sanayilerin tedarik zinciri yönetim standardı olarak geliştirilmiş olan SCOR (Tedarik Zinciri Operasyon Referans Modeli), bu dinamik yapıyı sürdürülebilir kılma konusunda faydalanılan, tedarik zinciri süreçlerini tanımlama, ölçme ve yönetme amacıyla kullanılan bir yöntemdir. SCOR; plan, temin, üretim, sevkiyat ve iade olmak üzere beş temel süreçten oluşur. Model, süreçlerin yeniden yapılandırılması, kıyaslama ve süreç ölçümlerinin bilinen konseptlerini çok disiplinli bir çerçeveye oturtur. Tedarik Zinciri Konseyi tarafından geliştirilen ve bir yönetim aracı olan bu modelde; planlama, kaynak bulma, üretim, teslim ve geri dönüşler olmak üzere beş süreç ele alınmaktadır.

6. DEĞER ZİNCİRİ

İlk defa Harvard Üniversitesi Profesörlerinden Michael Porter tarafından literatüre kazandırılan değer zinciri, esasen rekabet üstünlüğünün gelişimini incelemeye yönelik sistematik bir yöntemdir. Rekabet üstünlüğünü tanımlamaya dayalı birçok model geliştirilmiş ve modeller temel olarak, bir kuruluşun temel uzmanlık alanlarının tanımlanması ve rekabet üstünlüğü kazanmada etkili olan operasyonların tespitinde yararlı bir analiz aracı olarak kullanılmaktadır.

Rekabet üstünlüğü; kuruluşun değer oluşturan fonksiyonlarını rakiplerinden daha ucuz maliyet ile yapmasına ya da ürünlerinin kalite ve işlevlerini farklılaştırarak yüksek bir fiyat ile piyasaya sunmasına bağlıdır. Dolayısıyla, rakiplerden farklılıklar kuruluşu rekabet avantajı sağlar. Çağımızda birçok ürünle ilgili değer yaratma süreci, tek bir ülkeyle sınırlı kalmamakta, üretim süreci alt aşamalara ayrılarak değişik ülkelere dağıtılabilmekte, üretimin kontrol ve örgütlenmesi önem kazanmakta, değer zincirindeki aktörler yaratılan değerden ürettikleri miktara değil, zincirde buldukları konum ve üstlendikleri işlevlere göre pay almaktadırlar. Bu durumda üretim ve ihracat her zaman yeterli kazanç anlamına gelmemekte, rekabet gücü ise düşük fiyattan çok, kalite, standartlara uygunluk, tasarım, denetim, izlenebilirlik, belgeleme ve marka gibi faktörlere dayanmaktadır.

6.1 Rekabet Üstünlüğü Kazandıran Operasyonlar

Değer zincirini tanımlarken değindiğimiz üzere, bir kuruluşun rekabet üstünlüğü, değer zincirinde yer alan önemli operasyonları rakiplerinden daha iyi yapma becerisinden kaynaklanmaktadır. Rekabet üstünlüğü kuruluşun tasarım, üretim, pazarlama, lojistik ve satış sonrası hizmetleri gibi gerçekleştirmekte olduğu farklı operasyonlardan kaynaklanmaktadır. Söz konusu operasyonları Porter'ın genel kabul görmüş sınıflandırmasına göre şu şekilde ayırabiliriz. (PORTER "Competitive Advantage, 1985, s. 33- 43):

A- Birincil faaliyetler; Birincil faaliyetler ürünün fiziken oluşturulması yahut teslimatı ile doğrudan ilgilidir. Söz konusu faaliyetler nihai ürüne doğrudan katma değer kazandırmakta ve müşteriler tarafından talep edilmesinde etkin rol oynamaktadır. Bu faaliyetler kendi içinde giren lojistik işlemler, operasyonlar, çıkan lojistik işlemler, pazarlama-satış ve hizmetler olarak beşe ayrılmaktadır.

- Giren lojistik işlemler; Tedarikçilerden üretimde kullanılacak malın teslim alınmasından bu malların üretim bandına çıkarılmasına kadar olan süreci ifade etmektedir.

- Operasyonlar; Firmanın imalat aşamasını işaret etmektedir.

- Çıkan lojistik işlemler; Nihai ürünün depolama dahil olmak üzere müşteriye teslimatını içeren faaliyetleri kapsamaktadır.

- Pazarlama - satış; Ürünün reklamı dahil tanıtılması ile müşteri tarafından talep edilmesini sağlamaya yönelik faaliyetlerdir.

- Hizmetler; ürünün satış sonrası tamiri, yedek parça temini dahil müşteriye sunulan hizmetler ile müşterilerden alınan olumlu, olumsuz geri dönüşlerin yönetilmesini kapsamaktadır.

B- Destekleyici faaliyetler; Birincil faaliyetlerin gerçekleşmesini kolaylaştıran, destekleyen ve etkinliğini arttıran faaliyetlerdir. Destekleyici faaliyetler de kendi içerisinde dörde ayrılmaktadır. Bunlar; altyapı, insan kaynakları, teknoloji geliştirme ve tedariktir.

- Altyapı; Kurumsal veya stratejik planlamayı içermekte olup kalite yönetimi, finans, muhasebe, idari işler gibi faaliyetleri kapsamaktadır.

- İnsan kaynakları yönetimi; İşe alım, çalışanların eğitimi gibi faaliyetleri kapsamaktadır.

- Teknoloji geliştirme; Firmanın teknoloji altyapısı ve kullanımına ilişkin faaliyetleridir.

- Satın alma; Ham madde ve diğer kullanılan girdileri satın alma faaliyetleridir.

Yukarıda saydığımız her faaliyet müşteriye daha iyi ürünü sunmak ve maliyetleri aşağıya doğru çekebilmek açısından büyük önem taşımaktadır. İşletme söz konusu faaliyetlerini ne kadar başarıyla yürütebilirse o kadar rekabetçi olabilecektir.

6.2 Tarım Sektöründe Değer Zinciri

Tarım sektöründe faaliyet gösteren bir işletme de diğer her işletme gibi değer zincirini yönetmek ve bu beş süreci başarıyla atlatmak zorundadır. Elbette özellikle küçük ölçekli ve geleneksel türde yönetimin hakim olduğu tarım işletmelerinde bu süreçlerin tamamını yönetmek kolay değildir. Tarımsal işletmelerin küçük ve dağınık yapıda olması, pazara erişim ve örgütlenmedeki yetersizlikler ile eğitim-yayım hizmetlerinin yaygınlaştırılmamış olması önemli sorun alanlarını oluşturmaktadır (Onuncu Kalkınma Planı, 2013). Hatta çoğu kez temel üretim faaliyetiyle birlikte süreç sona ermekte, üreticinin ürünüyle ilişkisi tamamen ortadan kalkarak ürün sofraya gelene kadar sayısız aracının elinden geçerek ilk üreticinin kazancı sınırlı kalmaktadır. Üreticiden tüketiciye çok sayıda aracının olduğu bu sistemde her bir ajan, yarattığı katma değere göre payını almaktadır. Başka bir deyişle küçük tarım işletmeleri ürüne değer katan faaliyetlerde bulunmadığı için elde ettikleri gelir katma değeri yüksek üretim yapan işletmelere göre düşük kalmaktadır.

6.3 Küresel Değer Zincirleri

Küresel rekabet giderek artarken, rekabet anlayışı da değişmektedir. Daha önce tek bir işletme çatısı altında gerçekleştirilen üretim süreçleri artık birden fazla yerde yürütülebilmekte, üretimde uzmanlık alanları oluşmaktadır. Böylece değer zincirinin farklı aşamalarının farklı coğrafyalarda konuşlanması mümkün olabilmektedir. Küresel değer zincirinde; herhangi bir ürün için değer üretimi süreci genellikle sadece tek bir ülke üzerinde yerleşimle sınırlı kalmamakta, üretim süreci pek çok alt aşamaya ayrılarak farklı ülkelerde yerleşik kuruluşların dahil olduğu bir iş bölümü bağlamında bütün dünya coğrafyası üzerine yerleştirilebilmektedir. Bir başka ifadeyle bazı kuruluşlar, kontrol ettikleri bir değer zinciri sürecini parçalayarak, kendilerine bağlı başka kuruluşlar arasında ya da kendi tedarikçi konumundaki kuruluşlar arasında, ülke içinde yahut uluslararası düzeyde dağıtabilmektedirler.

Üretimin bu şekilde yeniden örgütlenmesi sebebiyle uluslararası ticaretin gittikçe artan bir bölümü nihai ürünler yerine ara ürünlerden ve endüstri içi ticaretten oluşmaktadır. Maliyetleri azalan ve kalitesi artan ulaştırma, lojistik hizmetleri ile bilgi ve iletişim teknolojileri, üretim ve ticaretin yeniden organizasyonunu kolaylaştırmaktadır. Bireylerin bilgiye ve çeşitli ürünlere doğrudan erişim imkânlarının artması ve internet kullanımının yaygınlaşmasıyla elektronik, otomotiv, ilaç, tıbbi cihaz, tekstil gibi alanlardaki tüketici tercihlerinde kişiye veya talebe özel ürünlere yönelim artmaktadır. Ürün tasarımı, üreticinin karar alanı olmaktan çıkmış, tüketici tercihleriyle belirlenmeye başlamıştır. Önceki dönemde çok sayıda perakendecinin karşısında az sayıda, büyük ve güçlü üreticiler yer alırken, yeni dönemde çok sayıda üreticinin karşısında büyük ve organize perakendecilerin yer alması beklenmektedir. Ayrıca, sanayi ve hizmet sektörleri daha fazla bütünleşmekte ve iç içe geçmektedir. Bilgi-iletişim altyapı ve hizmetlerinin gelişmesiyle, sanal ortam giderek daha fazla üretim, tüketim ve ticaret alanı haline gelmektedir. Gelişmiş ülkeler değer zincirlerinin yüksek katma değer yaratan aşamalarına hâkim olup, zincirin diğer aşamalarını ve üretim ağını da yönetmektedir. Daha düşük katma değerli aşamalar, çoğunlukla gelişmekte olan ülkeler tarafından gerçekleştirilmektedir. Türkiye henüz yüksek katma değer yaratan halkalar içerisinde potansiyeli ile orantılı bir biçimde yer almamaktadır. Bununla birlikte ülkemiz, sanayileşme birikimi, firmalarının artan organizasyon ve yönetsel becerileri ve görece dışa açık yapıları ile bölgesinde değer zincirlerini örgütleme, geliştirme ve değişen üretim ve talep şartlarını fırsata dönüştürme kapasitesine sahiptir (Onuncu Kalkınma Planı, 2013).

6.4 Değer Zincirinde Yükseltme

Yükseltme, katma değeri arttırıcı yenilik anlamına gelmektedir ve kuruluşların hayatta kalmalarında ve büyümelerinde en önemli etkenlerden biridir.

Yükseltme fırsatları aşağıdaki şekilde sıralanabilir (Kümeler İçin Değer Zinciri, 2007);

a. Süreçte Yükseltme: Değer zinciri içerisindeki kuruluşların tek tek verimlilikleri veya zincir bağlantıları arasındaki işlerin daha verimli yapılarak iç süreçlerin rakiplere göre etkili ve verimli hale getirilmesi.

b. Üründe Yükseltme: Eski ürünlerin yenilenerek veya yeni ürünlerin tasarlanıp üretilerek rakiplerden daha hızlı bir şekilde pazara sunulabilmesi.

c. Fonksiyonel Yükseltme: Bazı faaliyetlerin değiştirilerek, eklenerek, farklılaştırılarak kuruluş içerisinde yeni yetenekler kazanılması veya değer zinciri içerisinde başka bağlantılar içerisine girilmesi

d. Zincirleme Yükseltme: Yeni bir değer zincirine geçerek daha rekabetçi ve katma değerli ürün veya hizmetlere geçilebilmesi

e. Küresel Yükseltme: Değer zincirinin bir diğer ülke sınırı içerisinde bulunan faaliyetini ya bulunduğu bölge/ülke içinde gerçekleştirmek üzere girişimde bulunmak ya da kuruluşun faaliyet alanını diğer ülke içine kadar genişletmek (satın almalar, ortaklıklar veya yeni kuruluşta doğrudan yabancı yatırım)

6.5 Küresel Değer Zinciri: Nutella Örneği

Ferrero tarafından pazara sunulduğu 1964 yılında yalnızca 350 kg satış rakamına ulaşan Nutella, günümüzde 100'den fazla ülkede satılmakta olan dünyaca tanınmış bir kakaolu fındık kreması markasıdır.

2013 yılı verilerine göre ise her yıl 350.000 ton Nutella üretilmektedir. Bir kavanoz Nutellanın içinde dünyanın birçok ülkesinden hammadde yer almaktadır. Merkezi Lüksemburg'da yer alan Ferrero firması, dünya üzerinde 10 fabrikada Nutella üretimi yapmaktadır. Bu 10 fabrikadan 5'i Avrupa Birliği'nde, 1'i Rusya'da, 1'i Türkiye'de, 1'i Kuzey Amerika'da, 1'i Güney Amerika ve 1'i Avustralya'da yer almaktadır. (Koen De Backer, Sébastien Miroudot, Mapping Global Value Chains, 2013)

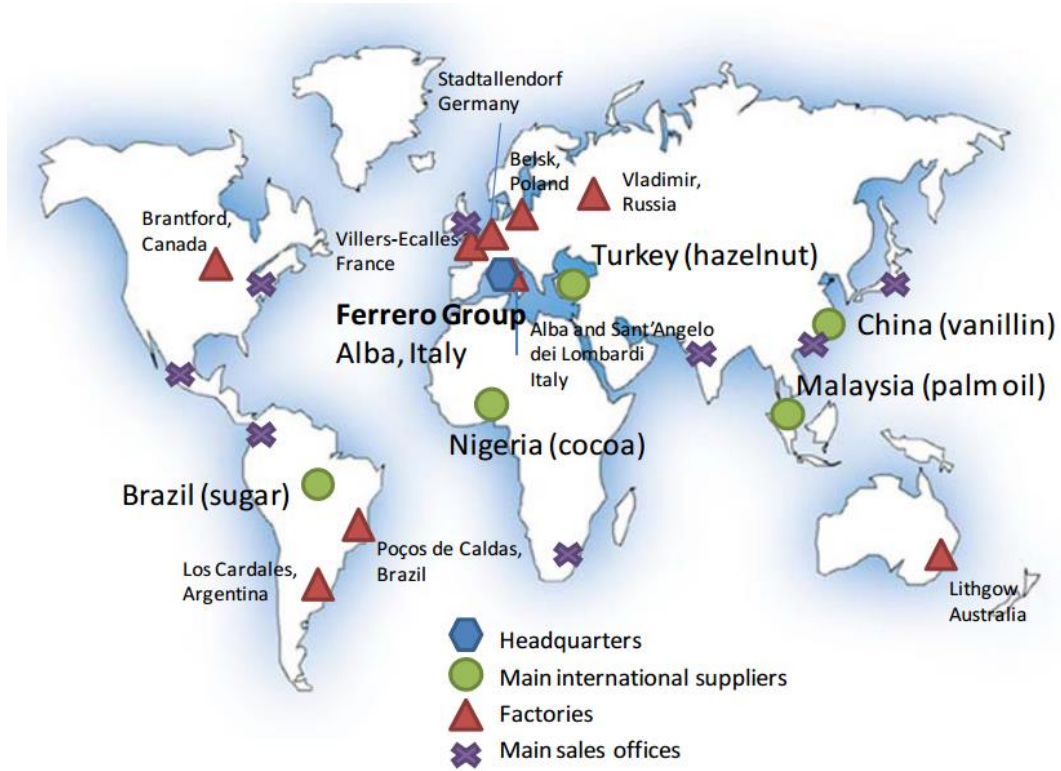
Fabrikalarda kullanılmak üzere temin edilen süt gibi bazı girdiler yerel olarak temin edilmektedir. Uluslararası boyutta temin edilen girdiler ise; Fındık çoğunlukla Türkiye'den, palm yağı Malezya, Papua Yeni Gine ve Brezilya'dan, kakao Fildişi Sahili, Gana, Nijerya ve Ekvator'dan, şeker büyük oranda Avrupa'dan, vanilya ise Avrupa ve Amerika Birleşik Devletleri'nden temin edilmek yoluna gidilmektedir. Dolayısıyla bir kavanoz kakaolu fındık ezmesinde tüm dünyaya yayılmış bir değer zincirini görmemiz mümkündür.

Fabrikaların dünya genelinde dağılımına bakıldığında ise, üretiminin tüketime yakın tutulmaya çalışıldığı görülmektedir. Orta ve Doğu Asya'da fabrika bulunmama sebebi de bu yerlerde ürünün popüler olmamasıdır (OECD Trade Policy Paper, 2013,s.159).

Nutella örneğine bu çalışmada yer verilmesinin sebebi, hem küresel değer zincirinin yayılımını göstermek, hem de dünyanın dört bir tarafından hammadde toplayan ve farklı ülkelerde üretim yapan Ferrero firmasının ülkemiz firmaları için de örnek teşkil edebileceği düşüncesidir. Nutella bugün Ferrero'nun 1 numaralı ürünü ve dünya üzerinde kendi kategorisinde tartışmasız lideridir. Bir kavanoz nutellanın üretiminde ise ne yüksek bir teknoloji ne de ulaşılmaz bir sır bulunmaktadır. Ferrero kavanozun içine yüksek bir yönetim kabiliyeti ve kuvvetli bir marka koyarak kavanozun içinde yer alan diğer bütün girdilerin üreticilerinden daha fazla kazanç elde etmektedir.

Grafik 4'te Nutella'nın üretim ve satış faaliyetinin dağılımı görülmektedir. Mavi renkle işaretli alan yönetim ofisinin, kırmızı renkler fabrikaların, yeşil renkler hammadde sağlayıcılarının, mor renkler ise ana satış ofislerinin yerlerini göstermektedir.

Grafik 4: Nutella Küresel Değer Zinciri



Kaynak: OECD Trade Policy Paper (OECD, 2013).

Erişim: [http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=TAD/TC/WP\(2012\)6/FINAL&docLanguage=En](http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=TAD/TC/WP(2012)6/FINAL&docLanguage=En)

7. FAO'NUN DEĞER ZİNCİRİ KONUSUNA BAKIŞI

FAO'ya göre sürdürülebilir değer zincirleri katma değer yaratarak ekonomik sürdürülebilirliği, yaratılan katma değerın daha adil dağılımı sayesinde sosyal sürdürülebilirliği ve ekolojik ayak izlerini azaltarak çevresel sürdürülebilirliği sağlamaktadır.

Yine FAO'ya göre;

- 1- Hepimiz değer zincirinin birer parçası olarak yediğimiz, aldığımız gıdadan etkilenmekteyiz. Gıdaların kalitesi ve sağlıklı olması kamunun gözetiminde sağlanması gereken sosyal bir endişe niteliğinde olup, taşıdığımız endişeler, alışkanlıklarımız ve tercihlerimiz değer zincirinin doğası üzerinde doğrudan etkilidir.
- 2- Çoğu gelişmekte olan ülkede tarım ve gıda sektörü, özellikle bu kesimden gelir elde eden kişi sayısı göz önüne alındığında, ekonominin önemli bir bölümünü kapsamaktadır. Gıda değer zinciri aynı zamanda fakirlik ve gıda güvenliği açısından da önem taşımaktadır. Aynı zamanda tarım ve gıda değer zincirleri ulusal politika ve iş çevreleri içinde stratejik öneme sahiptir.
- 3- Gelişmekte olan ülkelerin büyük çoğunluğunda tarım ve gıda sektörü doğal çevre koşulları ve bitki-hayvan yaşam döngüleri ile sıkı sıkıya bağlantılı konumdadır. Söz konusu unsurlar iklim ve hastalık gibi kontrol edilemez faktörler tarafından etkilenmektedir. İklimsel değişiklikler ve hastalık gibi unsurlar üretim maliyetlerini doğrudan etkilemektedir.
- 4- Yukarıda sayılanlarla bağlantılı olarak gıdanın kalitesinin kontrol altında tutulması gerek hasat sırasında, gerekse tüketime kadar olan süreçte zorluklar barındırmaktadır. Bu durum sertifikalı tohum, iyi tarım uygulamaları, soğuk

zincirler, bilgi-iletişim teknolojileri gibi yönetsel ve teknolojik iyileştirmeleri zorunlu kılmaktadır.

Değer zincirlerinin sürdürülebilirliği üç farklı boyutu içinde eş zamanlı olarak barındırmakta olup bunlar ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ekonomik boyut, mevcut değer zincirinin devamının yahut planlanan değer zinciri iyileştirmesinin zincir içerisindeki her bir aktör tarafından ticari olarak karlı bulunması halinde mümkün olabileceğini ifade etmektedir.

Sosyal boyut, yaratılan katma değer ve yüklenen maliyetlerin aktörler arasında paylaşımının sosyal ve kültürel açıdan kabul edilebilir ve sürdürülebilir olmasını ifade etmektedir.

Çevresel boyut ise, katma değer yaratıcı faaliyetlerin doğal çevreye hiç yahut minimal ölçüde olumsuz veya olumlu etki göstermesini ifade etmektedir.

FAO'nun değer zinciri olgusuna yaklaşımını incelediğimizde, sürdürülebilirlik olgusunun hep ön planda olduğu görülmektedir. Bahsettiğimiz ekonomik, sosyal ve çevresel boyutların eş zamanlı olarak sürdürülebilir olmaması halinde, değer zincirinde gelişme sağlanamayacağı özellikle belirtilmektedir. Ekonomik boyutun sürdürülemez olması durumunda kısa vadede, sosyal boyutun sürdürülemez olması durumunda orta vadede, çevresel boyutun sürdürülemez olması durumunda ise uzun vadede mevcut değer zincirinin yahut değer zincirinde yapılan iyileştirmenin sona ereceği ifade edilmektedir. Gerçekten de bir çiftçinin zararına çalışması halinde çok kısa sürede işini bırakması, toplumun bir kesiminin yaratılan değerden aldığı paydan memnun olmaması, orta vadede sosyal huzursuzluklara yol açması, doğaya zarar veren uygulamaların da uzun vadede doğayı tahrip ederek gıdanın kaynağını tüketeceği açıktır.

FAO'nun değer zinciri yaklaşımında bir diğer dikkat çekici husus da değer zincirlerinin geliştirilmesi için prensiplerin ele alındığı küçük tarımsal işletmelerin korunması hususunun da sürdürülebilirlik bağlamında değerlendirilmiş olmasıdır. FAO'nun üç boyutlu yaklaşımına göre küçük işletmeler kamu tarafından desteklenerek

sosyal açıdan sürdürülebilirlik sağlansa da ekonomik açıdan sürdürülemez olduğu noktada değer zincirinin devamı mümkün değildir. Dolayısıyla küçük ölçekli işletmelerin katma değeri düşük ve verimsiz üretimde bulunmaları sorununa karşı FAO'nun küçük olan korunmalıdır şeklinde kesin bir kabulü olmadığını en azından değer zinciri yaklaşımında kabul etmek mümkündür.

7.1 FAO'nun Değer Zinciri Yaklaşımında İki Başarılı Uygulama Örneği

7.1.1 Hindistan Patates Değer Zinciri

Hindistan'ın geleneksel patates değer zincirinde yüksek kalite patates bulunmayıp, çiftçilerin yüksek kalitede patates üretmek noktasında motivasyonları bulunmamaktaydı.

Pepsi Co. Şirketinin Frito-Lay patates cipsi ürünü için yüksek kalitede ve kalite standartları belirlenmiş patates talebinde bulunması üzerine çiftçiler, patates cipsi üretimine uygun yeni bir patates türü yetiştirmeye karar verdiler. Frito-Lay'in standartlarını karşılama arzusu, beraberinde yeni çiftçilik pratikleri, yeni hasat teknikleri, daha yüksek maliyetler, sınıflandırma, derecelendirme, depolama ve taşıma maliyetleri getirdi.

Şu nokta açık ki, çiftçiler yeni patates türünün ekimini ekonomik açıdan sürdürülebilir bulduğu için yeni maliyetlere katlandılar ve geleneksel üretimlerinden vazgeçtiler. Batı Bengal bölgesinde yapılan bir araştırmaya göre, yeni tür patates ekimi ve buna bağlı operasyonlar, maliyetleri %20 oranında artırırken, çiftçilerin karları geleneksel üretime kıyasla %10 ila %50 arasında değişen oranlarda hasata ve piyasa fiyatlarına bağlı olarak artış göstermiştir.

7.1.2 Orta Amerika Kahve Değer Zinciri

2000'li yılların başında ortaya çıkan kahve fiyatları krizi üzerinde bir banka tarafından fon sağlanarak Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras ve Nikaragua'da üç ana bileşeni piyasaya erişim, eğitime erişim ve koordinasyon-işbirliği olan bir proje hayata geçirildi.

Proje küçük ve orta ölçekli kahve üreticilerini ABD kahve piyasasına sokmayı amaçlamaktaydı. ABD’li bir grup kahve alıcısı, projenin doğrudan katılımcısı olarak belirlendi ve projenin diğer tarafı yüksek kalitede kahve üretimi için şart olan rakım olarak 1200 metre ve üzerinde üretim yapan, yıllık üretimi 150 ton ve üstü, üretimlerinin %10’unun hâlihazırda ihraç eden finansal açıdan istikrarlı, elektrik ve suya erişimi olan küçük işletmeler ve kooperatifler olarak seçildi.

ABD’li alıcılar üreticinin seçimi ve yüksek standardı garanti edilmiş kahve çekirdeklerinin alımı noktasında sürece dahil oldular. Böylelikle yüksek kalitede kahve çekirdeği üretimi yapması planlanan elit küçük işletmeler ve kooperatifler ortaya çıkmış oldu.

Proje daha sonra kahve yıkama istasyonları gibi altyapı yatırımları için seçilen üreticilerin maddi olarak desteklenmesi ve yüksek kalitede kahve çekirdeğinin elde edilmesi için teknik destek sağlanmasıyla devam etti. Böylelikle üreticiler ve alıcılar arasında kurulan bağlar güçlenmiş oldu.

Bu dikkatlice planlanmış destekleme stratejisi ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarıyla sürdürülebilir niteliği nedeniyle başarılı oldu. 2003 yılında 3000 özenle seçilmiş üreticinin dahil olduğu proje, 2009 yılında 6000 üretici sayısına erişti.

Söz konusu üreticiler yüksek kalitede üretim yaparak sadece ekonomik açıdan ülkelerinin ihracat rakamlarına katkı yapmakla kalmayarak, yeni iş imkânlarının yaratılması ve çevreye daha duyarlı üretim teknikleriyle çevrenin korunmasına katkı vermiş oldular (D. Neven, 2014).

8. TÜRKİYE’DE TARIMSAL YAPI

Tarımsal yapı FAO, OECD ve AB tarafından; “Tarım arazilerinin coğrafi durumu ve yerleşim biçimi, dağılımı ve büyüklük sınıfları ile arazi kullanım şekillerinin yanı sıra, hayvancılık ve su ürünleri dâhil olmak üzere, tarım işletmelerinin çalışma türleri ve sahiplik durumları, işletme ölçekleri ve dağılım durumları, ürünlere ilişkin alım fiyatları, tarımsal piyasa yapısı, destekleme politikaları, vergiler, istihdam açısından emek, cinsiyet ve yaş grupları arasındaki durum ve üretime yönelik kullanılan diğer araçlardan oluşan bir bütün” olarak ifade edilmektedir. (Tarımsal Yapıda Etkinlik Raporu, 2014)

Türkiye, 2012 yılı itibarıyla 75,6 milyon nüfusu, 790 milyar ABD Doları Gayri Safi Yurtiçi Hasılası, 153 milyar ABD Doları değerindeki ihracatı ile dünyanın en büyük 20 ekonomisi arasındadır. Tarımsal açıdan dünyanın yedinci büyük tarım ürünleri üreticisi konumundadır. Tarım sektörü Gayri Safi Yurtiçi Hasılda % 7,9, istihdamda % 24,6, ihracatta % 3,5 ve gıda ürünleri dahil tarımsal ihracatta % 9,8 payı ile ekonomi içinde önemini korumaktadır (Tarımsal Yapıda Etkinlik Raporu, 2014).

Türkiye’de ortalama işletme büyüklüğü 6,1 hektardır. İşletme başına 4-5 parsel düşmekte olup, ortalama parsel büyüklüğü 1,5 hektardır. Yine TÜİK verilerine göre işletmelerin % 78,9’u 10 hektardan küçük araziye sahiptir. Bu işletmelerin tasarrufunda bulundurduğu arazi ise toplam arazinin % 34,3’ünü oluşturmaktadır. Tarım arazisi miktarında artış yaşanmasına karşın, 1990’lı yılların başından itibaren tarım alanlarında daralma meydana geldiği görülmektedir. Bu durumun temel nedenleri ise, tarım arazilerinin tarım dışı amaçlarla kullanıma tahsis edilmesi ve uygun olmayan tarımsal faaliyetler ile arazinin kabiliyeti dışında kullanımı sonucu toprak yapısının bozulmasıdır (Tarımsal Yapıda Etkinlik Raporu, 2014).

Hayvancılık işletmelerinin yapısı incelendiğinde, bunların küçük ölçekli olduğu görülmektedir. TÜİK verilerine göre, büyükbaş hayvan yetiştiren işletmelerin % 60’ında

1-4 baş büyükbaş hayvan, küçükbaş hayvan yetiştiren işletmelerin yaklaşık yarısında da 1-20 baş küçükbaş hayvan bulunmaktadır (Tarımsal Yapıda Etkinlik Raporu, 2014).

Yukarıda verilen rakamlardan anlaşıldığı üzere, Türkiye’de tarım işletmeleri küçük ölçekli ve parçalı yapıdadır. AB’de ortalama işletme büyüklüğünün 16 hektar seviyesinde olduğu ve işletme ölçeğinin üretim maliyetleri üzerine etkisi dikkate alındığında, Türk tarımının, tarımsal etkinliğinin sağlanması ve rekabet edebilirliği bakımından önemli yapısal sorunlarla karşı karşıya olduğu görülmektedir.

Ayrıca, tarımsal işletmelere tipleri itibarıyla bakıldığında sektörde, tarımsal üretimde uzmanlaşmanın yaygın olmadığı ve sektörde bitkisel üretim ve hayvan yetiştiriciliğini bir arada yapan karma aile tipi işletmelerin ağırlığının olduğu gözlenmektedir. Hayvan hastalıkları ve zararlılarının olumsuz etkilerinin azaltılması yönündeki çalışmalarda, hayvancılık işletmeleri bazında koruyucu önlemlerin alınması ile ülke şartlarına uygun aşı, ilaç ve serum üretimlerinin miktar ve kalitesinin iyileştirilmesi ihtiyaçları devam etmektedir. Tarımsal örgütlenme konusunda güçsüz ve hizmet potansiyeli olmayan kuruluşlar oluşturulması nedeniyle, ciddi kaynak sorunları vardır. Ayrıca, sektörde geçimlik üretim yapan küçük aile işletmelerinin yaygın olması da, tarımda örgütlenmenin önünde önemli bir engel olarak görülmektedir. Tarım sektöründe çok farklı türde üretici örgütü bulunmasının yanı sıra, bunların çoğu aynı işlevi yürütebilecek nitelikteki çalışma konuları çakışan kuruluşlardır (Tarımsal Yapıda Etkinlik Raporu, 2014).

2014 yılında yayımlanan Tarımsal Yapıda Etkinlik ve Gıda Güvenliği Özel İhtisas Komisyonu Raporu’na göre Türkiye’nin zayıf yanları; tarımsal alt yapının yetersizliği, doğal kaynakların etkin kullanılamaması ve yönetilememesi, yetersiz ve etkin olmayan örgütlenme, ürün değerlendirme ve pazarlamada eksiklik, tarımsal ürün piyasalarının etkin olmaması, bazı girdilerde dışa bağımlılık, sanayi ile entegrasyon/işbirliği düşüklüğü, üreticilerin eğitim seviyesinin düşük olması, eğitilmiş ara eleman eksikliği, verim ve kalite düşüklüğü olarak sıralanmıştır.

9. KÜMELENME

Belirli bir ekonomik faaliyetle ve ülkenin ya da bölgenin kurumsal yapısı ile bağdaştırılan özel durumlar için kümelerin değişik tanımları vardır. Küme ifadesi “belirli bir alanda birbirleriyle bağlantılı ortak noktalar ve bütünleyici unsurlar ile ilişkilendirilmiş şirketler ile bunlara bağlı kurumların belli bir coğrafi alanda yoğunlaşması” anlamına gelmektedir.

Avrupa Komisyonu “Avrupa Birliği’nde Dünya Standartlarında Kümelere Doğru: Geniş Tabanlı İnovasyon Stratejisi’nin Uygulanması” adlı Tebliğ’inde kümeleri; “birbirlerine yakın biçimde konumlanmış olan ve özel alanlarda uzmanlık, hizmet, kaynak, tedarikçi ve beceri geliştirecek kadar yeterli düzeye ulaşmış işletme, ilgili ekonomik aktörler ve kurumlar grubu” olarak tanımlamıştır. Kümeler önemlidir, zira genellikle şirketler kümeler dahilinde olduklarında tekil oldukları durumlardan daha fazla verimli ve yaratıcıdır. Kümelenme şirketin performansını arttırabilmektedir, çünkü kümelenme belirli coğrafi sınırlar dahilinde bir dizi yerel tedarikçi, müşteri, rakip, üniversite, araştırma merkezi, vb. ile ortak çalışma ilişkilerine dayanan ağları ve ortaklıkları kolaylaştırmaktadır. Yakınlık, ağ oluşturma ve uzmanlaşma, üç temel özelliştir. Bu özellikler sayesinde kümeler, yukarıda bahsedilen önemli görevi yerine getirebilir.

9.1 Kümelerin Özellikleri

Yakınlık; Şirketler bir arada bulunma, uzman işgücüne erişim, zımnî ve somut bilgilerin değişimi avantajlarından ötürü, birbirlerine yakın mesafede konumlanma eğilimindedirler. Yakınlık sosyal yakınlığı (kişisel ve sosyal bağlar, değişik işletmelerde yöneticiler ve işçiler arasında etkileşimin çeşidi ve düzeyi), teknik yakınlığı (iki veya daha fazla işletmenin kullandıkları teknolojilerin ne düzeyde benzer ya da farklı olması), pazar yakınlığını (değişik işletmelerin benzer ya da birbirleriyle bağlantılı müşterilere sahip olup olmaması) ve ekonomik yakınlığı (alıcı - tedarikçi ilişkileri) kapsamaktadır.

Ağ Oluşturma; Coğrafi sınırlar dahilinde değişik ağların mevcut olması, kümeleri coğrafi gruplaşmalardan ayırır. Ağ oluşturma yerel tedarikçiler, müşteriler, rakipler, üniversiteler ve araştırma merkezleri arasındaki bağlantıları ve ortak çalışma ilişkilerini olanaklı kılar. Bu alanda güven tesis edildiğinde şirketler ve kurumlar arasındaki bilgi ve haber akışı artar ve bu nedenle de güvenilir bir ortamın yaratılması, büyümenin kaynağını oluşturan kümelenme için bir ön koşuldur.

Uzmanlaşma; Bir küme ve onun üyeleri yüksek oranda uzmanlaşmıştır. Kümeler dahilinde uzmanlaşma, bir endüstri içinde iş bölümüne gidilmesi gerçeğinin bir yansımasıdır. Bu yüzden, şirketler ana faaliyetleri üzerinde yoğunlaşmaktadırlar ve daha az rekabet gücüne sahip oldukları görevlere ilişkin sorumlulukları da diğer şirketlere ve küme aktörlerine bırakmaktadırlar. Kümeler tek bir sektör dahilinde uzmanlaşmış olabilirler; ancak, genellikle halihazırdaki sektör sınıflandırmaların ötesinde bir yayılma gösterip, ilgili ve destekleyici sanayileri de kapsamaktadırlar. Uzmanlaşma, tamamlayıcı ve ilave kaynaklara talebi arttırmakta ve ayrıca, küme içindeki aktörler arasındaki karşılıklı bağlılığı arttırarak kümeyi daha da güçlendirmektedir. Bu üç kurucu özelliğin önemini ve belirli bir kümeye nasıl uygulandıklarını anlamak, bir grup şirket ya da kurumun bir “küme” olarak tanımlanmak ve adlandırılmak için içinde bulunması gereken özel parametreleri belirlemekten çok daha önemlidir (Beyaz Kitap, Türkiye’de Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi, 2008).

Özetle kümeler; kendi aralarında bazı benzerlikler, bağlar veya çeşitli ticari ve üretimsel ilişkiler bulunan işletme ve şirketlerin aynı coğrafi alanda faaliyetlerini gerçekleştirmesi yoluyla oluşurlar. Bahsi geçen şirket, firma ve kuruluşların birbirini tamamlamaları ve kendi aralarında rekabet halinde olmaları önemlidir. İş kümeleri sadece küme içinde yer alan şirketlere indirgenemez. Bu şirketlerin yanında, kümenin tamamının ortaya çıkardığı ekonomik değer oluşmasında katkıları bulunun diğer sektör, kurum ve kuruluşlar da küme içerisinde yer alırlar. Diğer bir deyişle kümelenme, bir sektörün bütün aktörlerinin aynı bölgede yer almasına verilen ad olarak da kabul edilebilir

Kümelenme girişimleri kümelerin vizyon ve stratejilerini belirleyerek, küme gelişimini sağlayacak faaliyet veya faaliyet gruplarını ortaya çıkaran “küme yol haritalarına” ihtiyaç duyarlar. Kümelenme organizasyonları bu yol haritasının çizdiği

sınırlar dahilinde varlıklarını sürdürürler. Bu yolda kendilerine küme kolaylaştırıcıları yardımcı olurlar. Kümeyi geliştirme sürecinde, küme aktörlerini bir araya getirmeye ve onların işbirliği yapmasını sağlayacak çalışmalar yürütmesine yardımcı olan küme kolaylaştırıcıları, küme oluşturma ve bunun devamını sağlamada kilit rol oynarlar. Devlet, küme kolaylaştırıcılarına verilebilecek en iyi örneklerden biridir. Zira Bakanlığımızın hazırlamış olduğu 2013-2017 Stratejik Plan’da yer alan “Tarımsal üretim ve tarım-sanayi entegrasyonunun sağlanması için, küçük ve orta ölçekli işletmeler desteklenecek, tarıma dayalı sanayileşmenin düzenli ve sağlıklı bir şekilde yapılandırılması amacıyla da Organize Tarım ve Hayvancılık Bölgeleri kurulacaktır” ifadesi de kümelenme için Bakanlığın kolaylaştırıcı rol üstlendiğini göstermektedir. Bu kapsamda Bakanlığımızca “Tarıma Dayalı İhtisas Organize Sanayi Bölgeleri” olarak hayvancılık, çiçekçilik, süt, seracılık alanlarında birçok proje yürütülmektedir.

Kümeler, firmalar arasındaki bilgi alışverişi ve işbirliği ağının oluşumunda da önemli rol oynarlar. Böylece firmaların deneyimleri sonucu oluşmuş ortak bir bilgi havuzu ortaya çıkar ve firmalar bu havuzdan yararlanabilir. Ayrıca firmalar, kümeler içinde sektörün tüm alanlarına odaklanmak yerine, belli alanlarına odaklanma kolaylığına erişirler. Bir nevi firmalar arası iş bölümü, kümelerin firmalar arasında sağladığı işbirliği sayesinde gerçekleşmiş olur. Kümelenmenin bir diğer avantajı ise, firmaların gelişimleri ve uluslararası arenada daha rekabetçi hale gelmeleri yolunda, gerekli gördükleri temel istekleri veya çözülmesini bekledikleri ortak sorunları belirlemenin kolaylaşmasıdır. Ortak istek, problem ve eksikliklerin belirlenmesi, firmalara destek sağlayacak devlet vb. aktörlerin de daha sağlıklı hareket etmelerini sağlayıp, daha efektif kararlar almalarına yardımcı olunmasıdır. Böylelikle firmaların gelişim hızı daha da artmış olur.

İşletmelerin bir arada yahut yakın coğrafyada faaliyet göstermesi, kümelenme için yeterli değildir. Aynı bölgede yer alan fakat birbirleriyle ve devlet, üniversiteler gibi kolaylaştırıcılarla bağlantısı olmayan bağımsız işletmeler ancak yığın olarak ifade edilebilir.

Ülkemizde tarımsal işletmelerin mekânsal olarak mümkün olduğunca kümelenmesi, mekânsal olarak kümelenmenin mümkün olmadığı noktalarda ise, mutlak suretle

kümelenmenin getirilerinden faydalanmak üzere faaliyetler bazında kümelenmesi önem arz etmektedir. Bu noktada tarımsal örgütlenme hususu ön plana çıkmaktadır.

9.2 FAO'nun Kümelere Yaklaşımı

2010 yılında yayımlanmış olan “Gelişmekte Olan Ülkelerde Tarımsal Kümeler” isimli çalışma FAO'nun kümelere ilişkin açıklamaları ve yaklaşımını içermektedir. Söz konusu çalışmada şimdiye kadar kümelenme olgusunun tarım sektöründe pek ilgi görmediği, rekabetçiliğin ve inovasyonun temel öge olarak yer aldığı iletişim, elektronik, biyoteknoloji ve enerji sektöründe ise ön planda olduğu ifade edilmektedir.

Diğer taraftan 21. yüzyıl tarımı, küreselleşme, standardizasyon, yüksek değerli üretim, talepte yaşanan büyük yükseliş, perakendecilik, paketleme, inovasyon ve verimlilik artışları çerçevesinde yeniden şekillenmiştir. Bu yeni tarım rekabet ve inovasyon kapasitesini artırmak üzere yeni araçlara ihtiyaç duymaktadır. Kümelenme de bahse konu yeni tarımın araçlarından biri olmaya adaydır.

FAO'nun kümeler konusuna eğilmesi tarımsal kümeler tanımlamasını beraberinde getirmiştir. Bu tanımlamaya göre tarımsal kümeler, küme içinde yer alan aktörlerin ortak zorluklar ve fırsatlar karşısında değer zincirleri oluşturduğu birleşmedir. Küme içerisinde aktörler arasında kurulacak dikey ve yatay bağlar başarılı değer zincirleri kurulmasına yardım edecek, bilgi ve pazarlama kanallarını geliştirecektir. Özellikle küçük ölçekli işletmelerin yüksek katma değerli üretimi için kritik bir önem taşımaktadır. Ayrıca kümeler merkezi ve yerel kamusal otoriteler için destekleme politikalarını yürütmesi ve işletmelerin küresel değer zincirlerine eklemlenmesi noktasında faydalı bir araçtır.

Diğer taraftan tarımsal kümeler oluşturulması faydalar taşımakla birlikte küçük ölçekli işletmelerin hâkim olduğu piyasalarda oldukça zorlayıcı olabilmektedir. Dolayısıyla ulusal ve uluslararası birçok girişim tarımsal kümeler kurulmasında rol almaktadırlar. Ülkemizde Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı kapsamında Kalkınma Bakanlığı GAP Bölge Kalkınma İdaresi tarafından hayata geçirilerek, Bakanlığımızca da yürütülmesi ve yönlendirilmesine katkı sunulan “Organik Tarım Küme Projesi” ulusal ve uluslararası girişimlerin tarımsal kümelenmeye desteklerine örnek teşkil etmektedir.

Tarımsal kümeler için bir diğer dikkat çekici husus ise getirdiği faydaların yanında potansiyel riskler taşıyor olmasıdır. Bunlardan ilki çevresel riskler oluşabilecek olmasıdır. Örnek olarak hayvancılığın yoğunlukla bir bölgeye toplanmış olması bulaşıcı bir hastalığın ortaya çıkması durumunda oluşacak zararın daha büyük olmasına yol açabilecektir. Bir diğer potansiyel risk piyasa yığılmasıdır. Tarımsal faaliyetin belli bölgelerde yığılması diğer bölgeler üzerinde olumsuz etki gösterebilecektir. Diğer bir potansiyel risk ise küme içinde yer alan işletmeler arasındaki işbirliği ve rekabet arasındaki dengenin fazla işbirliği az rekabet şeklinde bozulması ve küme içerisindeki dinamizmin kaybolmasıdır. Dolayısıyla tarımsal kümeler getirdiği faydaların yanı sıra taşıdığı potansiyel riskler nedeniyle kamu otoritesine önemli görev yükleyen niteliktedirler. (Agro-Based Clusters in Developing Countries: Staying Competitive in a Globalized Economy, Rome, 2010)

10. PAZARLAMA

Türkiye, sahip olduğu doğal zenginlikler ve çeşitli kamu, özel sektör projeleri dolayısıyla büyük bir tarımsal üretim potansiyeline sahip bulunmaktadır. Diğer taraftan üretim artışının yanı sıra, tarım ürünlerinin iyi bir pazarlama organizasyonu ile iç ve dış pazarlarda etkin bir şekilde pazarlanması büyük önem arz etmektedir. Doğru bir pazarlama ürün kayıplarının azalması, bölgeler arası arz-talep dengesinin kurulması, üretici gelirlerinin artması ve ihracat gelirlerinin yükselmesi için anahtar konumundadır.

Türkiye'de tarımsal ürünlerin pazarlanmasında doğrudan ve dolaylı olarak çok fazla sayıda kişi, kurum ve kuruluş faaliyette bulunmaktadır. Bunlar arasında kamuya ait kuruluşlar, ticaret borsaları, semt pazarları, toptancı ve perakendeci meyve ve sebze halleri, tarım satış kooperatifleri ve birlikleri, tarımsal kalkınma kooperatifleri ve özel girişimciler sayılabilir. Söz konusu aktörlerin çok sayıda olması doğru organizasyonun sağlanmasını önemli kılmaktadır.

Tarımsal işletmeler dağınık ve küçük olduklarından ekonomik çıkarlarını korumaları güç olmakta, ürünlerin satışında da pazarda da etkili olamamaktadırlar. Bu işletmelerin ekonomik ve sosyal gelişimlerinin sağlanması, üreticilerin iyi örgütlenmesi ile mümkün olmaktadır. Özellikle küçük aile işletmelerinin üretim gücünü ve gelirini artırmak, dolayısıyla refah seviyelerini yükseltmek açısından da örgütlenme önemli olup, fiyat dalgalanmalarından geniş ölçüde etkilenen tarım sektörü, ürünün üretimi kadar pazarlanmasına da büyük gereksinim duymaktadır. Belirli zamanlarda çok sayıda üretici tarafından hasadı yapılan tarım ürünlerinin uygun koşullarda depolanabilme olanaklarının yetersiz olması nedeniyle, aynı dönemde satışa çıkarılması ve çoğu tarım ürünlerinin çabuk bozulabilir nitelikte olması, pazarlamada önemli fiyat düşmelerine, dolayısıyla üreticilerin gelirlerinde önemli kayba neden olmaktadır. Dolayısıyla pazarlama, ürünün zamanında ve yüksek gelir getirecek şekilde elden çıkarılması için hayati bir önem taşımaktadır. Ayrıca ülkemizdeki dağınık ve küçük ölçekli tarımsal üretimin bir sonucu olan, ürünün üreticiden tüketiciye kadar olan yolculuğunda çok sayıda aracı bulunması gerçeği, üreticinin eline geçen gelirin düşük kalmasına sebebiyet vermektedir.

Yakın dönemde “Hal Kanunu” gibi düzenlemelerle çiftçinin eline geçen fiyatlarla tüketici fiyatları arasındaki farkın azalmasına yönelik çalışmalar yapılmakla birlikte, serbest piyasa ekonomisinde kişilerin ve işletmelerin kamunun desteğiyle uzun süre ayakta kalması mümkün değildir.

Genelde çiftçilerimizin pazar ve pazarlama bilgileri yetersizdir. Tarımsal pazarlamada ülkemizin karşı karşıya olduğu bilgi yetersizliği ile işletmelerimizin küçüklüğünün üstesinden gelebilmek ve pazarlama maliyetlerini düşürebilmek için örgütlenmeye önem verilmeli, ürünlerimizin uluslararası piyasada rekabet gücü kazanması sağlanmalıdır. Küçük işletmelerin pazara ulaşması önündeki zorlukların aşılmasında kooperatif yapıların teşvik edilmesi küçük işletmelerce karşılanamayacak maliyetlerin ortaklaşa karşılanması noktasında önem arz etmektedir.

11. TARIMSAL ÖRGÜTLENME

Üretici örgütleri temel olarak mesleki örgütler ve ekonomik amaçlı örgütler olarak iki ana başlık altında incelenmektedir. Mesleki örgütlerin temel görevleri, üreticileri mesleki olarak temsil etmek, onların mesleki ve sosyo-ekonomik sorunlarını dile getirmek ve bu konuda politikalar oluşturulması için çalışmalar yapmaktır. Türkiye’de mesleki örgütlerin başında “Ziraat Odaları” gelmektedir. Bunların yanında birlik, dernek ve vakıf gibi örgütlenmeler de mevcuttur. Ekonomik örgütler ise, tarımsal üretimde girdi temini, işleme, pazarlama gibi faaliyetleri yerine getirmektedir. Ekonomik amaçlı örgütler arasında en önemlileri kooperatifler ve üretici birlikleridir. Türkiye’de çok sayıda tarımsal amaçlı kooperatif, üretici birliği ve meslek kuruluşu bulunmasına karşın bunların tarım sektörüne ve ortaklarına yaptığı katkı henüz yeterli düzeyde değildir. Bununla birlikte, tarımsal örgütlenme konusunda güçsüz ve hizmet potansiyeli olmayan kuruluşlar oluşturulması nedeniyle, ciddi kaynak sorunları vardır. Ayrıca, sektörde geçimlik üretim yapan küçük aile işletmelerinin yaygın olması da, tarımda örgütlenmenin önünde önemli bir engel olarak görülmektedir. Tarım sektöründe çok farklı türde üretici örgütü bulunmasının yanı sıra, bunların çoğu aynı işlevi yürütebilecek nitelikteki çalışma konuları çakışan kuruluşlardır. Benzer görev tanımları olan çok sayıda kuruluşun oluşması, örgütler arası birleşme ve işbirliğini giderek zorlaştırmakta ve bunlar arasında görev karmaşasına neden olmaktadır (Tarımsal Yapıda Etkinlik Raporu, 2014).

11.1 Kooperatifçilik

Temelinde işbirliği anlayışı bulunan kooperatifçilik, zaman içerisinde değişen ihtiyaç ve şartlara göre ilke ve değerlerini yenilemiş ve birçok ülkede başarıyla uygulanan bir işletme modeli haline gelmiştir. Uluslararası Kooperatifler Birliği’nin (ICA) tanımına göre kooperatif: “Ortak ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlar ve istekleri, müşterek sahip olunan ve demokratik olarak kontrol edilen bir işletme yoluyla karşılamak üzere gönüllü olarak bir araya gelen insanların oluşturduğu özerk bir teşkilattır” (ICA Kooperatif Kimlik Bildirgesi).

ICA'nın kuruluşunun 100. yılında (1995) yapılan Genel Kurul toplantısında kabul edildiği üzere, kooperatiflerin kendi değerlerini uygulamaya koyarken esas alacakları kurallar olan kooperatifçilik ilkeleri şunlardır: Gönüllü ve Herkese Açık Üyelik, Üyeler Tarafından Gerçekleştirilen Demokratik Denetim, Üyelerin Ekonomik Katılımı, Özerklik ve Bağımsızlık, Eğitim, Öğrenim ve Bilgilendirme, Kooperatifler Arasında İşbirliği, Topluma Karşı Sorumluluk.

Uluslararası Kooperatifler Birliği (ICA), Birleşmiş Milletler (BM) ve diğer uluslararası kuruluşların yaptıkları araştırmalar neticesinde en çok kooperatif örgütü ile öne çıkan ilk beş ülkenin ABD, Fransa, İngiltere, İtalya ve Japonya olduğu görülmüştür. Buradan da görülebileceği üzere, kooperatifçilik sistemi sanılanın aksine ileri Batı ekonomileri içerisinde oldukça büyük bir öneme sahiptir. Bu bilgiler kooperatiflerin; en iyi uygulama örneklerinin aslında gelişmiş pazar ekonomileri içerisinde olduğunu göstermektedir (Türkiye Kooperatifçilik Strateji Belgesi).

Dünya genelinde, BM'nin yaptığı çalışmaya göre 750.000'den fazla kooperatif ve bir milyardan fazla kooperatif ortağı bulunmaktadır. AB'nin içerisinde ise yaklaşık 163 milyon kooperatif ortağı ile 250.000 civarında kooperatif bulunmakta ve bu kooperatifler aracılığıyla 5,4 milyon kişiye iş imkânı sağlanmaktadır. Son küresel krizle birlikte; dünya üzerinde büyük halk kesimlerine hitap eden, gösterdikleri faaliyetlerle ulusal ekonomilere önemli katkılar sağlayan ve sürdürülebilir ekonomik yapılarıyla istihdam yaratan kooperatifçilik sektörünün önemi, bir kez daha ortaya çıkmıştır. Krizin sermaye şirketleri üzerindeki olumsuz etkileri büyük düzeylere ulaşırken, kooperatifler krizden çok daha az etkilenmişlerdir (Türkiye Kooperatifçilik Strateji Belgesi).

Kooperatifçiliğin dünyada bir ekonomik organizasyon biçimi olarak ortaya çıkışı, 19. yüzyılın ortalarını bulmuştur. Sanayi devriminin yaratmış olduğu hızlı değişim ve dönüşüm, işsizlik, iç göç, kentleşme, gelir dağılımının bozulması gibi ekonomik ve sosyal problemler kooperatifçiliğin doğuşuna büyük oranda katkı sağlamış ve kooperatifçilik, sanayi devriminin tam ortasında yer alan İngiltere'de, işçiler tarafından başlatılan tüketim kooperatifçiliği akımı ile kendini göstermiştir. Sonraki yıllarda da Fransa üretim, Almanya ise esnaf ve tarım kredi kooperatifçiliği ile İngiltere'yi takip etmiştir. Bireysel ekonomisini korumak veya geliştirmek güdüsüyle gönüllü olarak bir araya gelen insanlar, sadece

kendileri için değil toplumları için önemli ekonomik ve sosyal kazanımlar elde etmişlerdir. İlerleyen dönemlerde kooperatifler, yalnızca zayıf kesimlerin dayanışma kuruluşu olmaktan çıkmış, ekonomik ve ticari hayatta kendine has artıları bulunan başarılı girişim örnekleri haline gelmişlerdir. Günümüz dünyasında kooperatifler, çok küçük işletmelerden yer yer “Global Player” (Küresel oyuncu) olarak adlandırılan ve milyar Dolarlık satışlar yapan büyük işletmelere kadar oldukça büyük bir bant genişliğinde bulunmaktadır.

Avrupa Birliği Komisyonu 2001 yılındaki “Avrupa Girişimi” içerisinde ‘Kooperatifler’ başlıklı istişare belgesinde, topluluk hedeflerini gerçekleştirmek için, kooperatiflerin iyi bir temel sunduklarını ortaya koymuştur. Bu belgede, kooperatiflerin yükledikleri ekonomik ve sosyal fonksiyonlar, şu şekilde sıralanmıştır.

(Kaynak:Avrupa Birliği- Girişim ve Endüstri web sitesi)

(Erişim:http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/social-economy/co-operatives/index_en.htm)

- 1- Piyasa başarısızlığını düzeltebilir ve etkin bir piyasa organizasyonunu destekleyebilir,
- 2- Küçük sınaî işletmelere, kendi özerkliklerini kaybetmeksizin daha büyük ve güçlü ekonomik yapılar şeklinde birleşme olanağı sağlar,
- 3- Ürün ya da hizmet arzını koordine etmek suretiyle bireylerin ya da küçük işletmelerin pazar gücünü artırabilir,
- 4- Düşük sermayeli ortaklara da ekonomik kararlara katılım olanağı sağlar,
- 5- Kooperatif ortaklarına/vatandaşlara hizmet ihtiyaçlarını düzenleme veya tespit etme olanağı sağlar,
- 6- Hissedarlarla ilgili değer değil de paydaşların yararı ön planda olduğundan, geleceği daha fazla düşünebilir. Kooperatif ortakları, (şirket) hissedarlara göre daha az değişkendir,
- 7- Özellikle başka türlü sorumlu pozisyonlara gelemeyecek olan kişiler için yönetim deneyimleri kazanma olanakları sunar,
- 8- Nüfusun büyük bölümlerinin ekonomik entegrasyonuna olanak sağlar,
- 9- Yerel piyasalar için avantajlar sağlar, orada oturanlarla yakın temaslar sayesinde yerel ihtiyacı karşılar ve kendi bölgesinde ya da ilgili sektörde ekonomik faaliyeti canlandırır,

- 10- İstikrara katkıda bulunur. Kooperatifin amacı, maksimum kâr elde etmek değil de ortakların desteklenmesi olduğundan, hiç kâr etmediği durumda dahi, ortaklarına hizmet götürmeyi sürdürebiliyorsa genelde ayakta kalmayı başarmakta ve başarılı olmaktadır. Aynı durum yatırımcıların kurduğu ticari şirketler için geçerli değildir,
- 11- Demokratik olarak yönetildiğinden ve ekonomik açıdan yönetime katılmaya olanak sağladığından, güven yaratır, sosyal sermaye oluşturur ve muhafaza eder.

ICA tarafından hazırlanan ve kooperatiflerin ekonomik etkinliklerini dünya çapında ortaya koyarak farkındalık yaratmayı amaçlayan projenin ilk sunumu 2005 yılında Kolombiya'nın Cartagena kentinde düzenlenen ICA Genel Kurulu sırasında yapılmıştır. Sonraki yıllarda da, "Global-300" projesinde yer alan dünyanın en büyük 300 kooperatifi ile yine dünyanın gelişmekte olan 300 kooperatifine ilişkin veriler güncellenerek duyurulmaya devam edilmiştir (ICA Global 300 Report, 2008).

ICA 2007 Yılı Raporundaki Global-300 listesinde ağırlıklı olarak tarım, finansman ve perakende/toptan ticaret sektörlerinde faaliyet gösteren kooperatifler ön plana çıkmıştır. Söz konusu 2007 yılı raporunda yer alan Global-300 listesinin ilk sırasındaki "Japon Tarımsal Kooperatifler Ulusal Federasyonu (Zen-Noh)", Japonya'da kırsal kesimde yaşayan 3 milyondan fazla ailenin ihtiyaç duyduğu tarımsal girdi ve ekipmanı karşılamaktadır. 2005 yılı cirosu 63,44 milyar Dolar, aynı yılın varlıklar toplamı ise 18,35 milyar Dolar'dır. "Japon Tarımsal Kooperatifler Sigorta Federasyonu (Zenkyoren)", 46,81 milyar Dolarlık cirosu ve 406,22 milyar Dolarlık varlıklar toplamı ile ikinci sırada yer almıştır (ICA Global 300 Report, 2008).

Dördüncü sırada ise Kore'de yine tarım sektöründe faaliyet gösteren kooperatif birliği olan "National Agricultural Cooperative Federation (NACF)" bulunmaktadır. Pazarlama, tedarik ve bankacılık gibi faaliyetlerle kırsal kesimde yaşayanlara ve çiftçilere finansal destek sağlayan Birliğin 2005 yılı cirosu 24,6 milyar Dolar, varlıklar toplamı da 199,7 milyar Dolar olarak gerçekleşmiştir. (ICA Global 300 Report, 2008).

ICA tarafından açıklanan ve kooperatiflerin bildirdikleri 2006 yılı ciroları esas alınarak oluşturulan 2008 yılı Raporundaki Global-300 listesinde ise geçen yılın ilk iki kooperatifi değişmemiş, "Japon Tarımsal Kooperatifler Ulusal Federasyonu (Zen-Noh)"

56,40 milyar Dolarlık 2006 yılı cirosu ve 15,92 milyar Dolarlık 2006 yılı varlıklar toplamı ile birinci; “Japon Tarımsal Kooperatifler Sigorta Federasyonu (Zenkyoren)” 47,88 milyar Dolarlık 2006 cirosu ve 375,43 milyar Dolarlık 2006 yılı varlıklar toplamı ile ikinci sırada yer almıştır. (ICA Global 300 Report, 2008).

11.2 Türkiye’de Kooperatifçilik

Türkiye’de, 1163 Sayılı Kooperatifler Kanunu kooperatifleri şöyle tanımlamaktadır: “Tüzel kişiliği haiz olmak üzere ortaklarının belirli ekonomik menfaatlerini ve özellikle meslek ve geçimlerine ait ihtiyaçlarını işgücü ve parasal katkılarıyla karşılıklı yardım, dayanışma ve kefalet suretiyle sağlayıp korumak amacıyla gerçek ve tüzel kişiler tarafından kurulan değişir ortaklı ve değişir sermayeli ortaklıklara kooperatif denir”.

Çağdaş kooperatifçiliğin Türkiye’deki ilk uygulamasının, 1863 yılında devlet eliyle kurulan “memleket sandıkları” ile başladığı kabul edilmektedir. Ancak, kooperatifçiliğimizde ilk esaslı gelişme Cumhuriyet dönemine rastlamaktadır. Diğer taraftan, Planlı Dönem sonrasının en önemli gelişmelerinden birisi şüphesiz, kooperatifçiliğin Anayasa’da yer almasıdır. 1961 Anayasasının 51. maddesinde “Devlet, kooperatifçiliğin gelişmesini sağlayacak tedbirleri alır” ifadesinin yer alması kooperatifçiliğin gelişmesi için devleti daha aktif ve sorumlu duruma getirmiştir. İlk olarak, o zamanki toplumsal ve ekonomik faktörler nedeniyle, kooperatifçilik tarımsal alanlarda ortaya çıkmış, uzun yıllar tarımsal alanda yoğunlaşmıştır. Daha sonra, ekonomik ve sosyal yapıda meydana gelen değişimler ve ortaya çıkan yeni ihtiyaçlar sebebiyle, başta konut/işyeri inşaatı olmak üzere taşımacılık, tüketim, kredi-kefalet gibi alanlara da yayılmıştır (Kooperatifçilik Strateji Belgesi, 2012).

11.3 Tarımsal Kooperatifler

Tarım sektöründe aynı işlev ve çalışma konularına sahip farklı türlerde üretici örgütlerinin bulunması, bu örgütlerin etkinliğinin önünde engel oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra, üretici örgütlerinin pazara erişiminde görülen sorunlar ürün piyasalarında sürekli

kamu müdahalesi beklentisinin doğmasına neden olmaktadır (Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018, 2013).

Aynı konu 2014 yılında hazırlanan Tarımsal Yapıda Etkinlik Özel İhtisas Raporu'nda da yer almıştır.

Onuncu Kalkınma Planı'nda yer alan bu ifade üretici örgütleri arasında tedarik ve değer zincirlerinin yönetiminde küçük tarım işletmeleri için bütüncül bir yaklaşım izleyerek avantaj sağlamak üzere kooperatif yapıları akla getirmektedir. Bu noktada dünyada ve Türkiye'de tarımsal kooperatiflere ilişkin bilgi verilmesi bir bakış açısı vermesi açısından faydalı olacaktır.

Ülkemizdeki tarımsal işletmelerin yapısı dünya ülkeleri ile rekabeti zorlaştırmaktadır. Ekonomik işletme büyüklüğünün korunamaması, sürdürülebilir tarımı tehdit etmekte ve işletmelerin rekabet gücünü zayıflatmaktadır. Ayrıca bu durum, sulama şebekesi ve ulaşım açısından yeterince faydalanılamamasına, üretimin zorlaşmasına, işgücü, sermaye ve üretim kayıplarının artmasına neden olmakta, sınır anlaşmazlıklarına ve sosyal huzursuzluklara yol açmaktadır. Tarımsal altyapı sorunlarının giderilmesi ve kırsal kalkınmanın sağlanması için; kırsal alanlarda arazi düzenlemesi, işletme ölçeğinin büyütülmesi, üretim ve verim artışlarının sağlanması, işletmelerin gelir ve rekabet güçlerinin artırılması, tarım-sanayi entegrasyonunun sağlanması, istihdam imkânlarının artırılması, kırsal çevrenin korunmasına yönelik tedbirlerin uygulanması, izlenmesi ve değerlendirilmesi büyük önem taşımaktadır (GTHB, 2013-2017 Stratejik Plan).

Tablo 23: Türkiye'de Tarımsal Kooperatifler

İlgili Bkn.	Kooperatif Türleri	Kooperatif		Birlik		Merkez Birliği	
		Sayısı	Ortak Sayısı	Sayısı	Ortak Koop. Sayısı	Sayısı	Ortak Birlik Sayısı
Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bkn.	Tarımsal Kalkınma Koop.	8.173	842.563	82	4.939	4	77
	Sulama Koop.	2.497	295.984	13	733	1	10
	Su Ürünleri Koop.	522	29.972	14	202	1	12
	Pancar Ekicileri Koop.	31	1.638.981	1	31	0	0
	Tarım Kredi Koop.	1.767	1.082.978	16	1.767	1	16
	TOPLAM	12.990	3.890.478	126	7.672	7	115

Kaynak: Kooperatifçilik Strateji Belgesi 2012 – 2016

Erişim: <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/10/20121017M1-1.htm>

Tablo 23'te Türkiye'deki tarımsal kooperatiflere ilişkin veriler yer almaktadır. Söz konusu kooperatiflerin toplam sayısı 12.990 olup, Türkiye'de faal her 6 kooperatiften biri tarımsal kooperatiftir. Tarımsal kooperatiflerin arasında tarımsal kalkınma kooperatifleri 8.173 adet kooperatifle birinci sıradadır.

Türkiye'de tarımsal kooperatif sayılarına bakıldığında asıl dikkat çekici husus kooperatiflerin birliklere, birliklerinse merkez birliklerine ortak olma oranıdır. Kooperatiflerin kurulduktan sonra daha üst bir yapıda bağlantı kurmuyor olması, kooperatiflerden beklenen faydanın çok alt düzeyde gerçekleşmesi sonucunu doğurmaktadır.

1163 sayılı Kooperatifler Kanunu'nda; kooperatiflerin üst örgütlenme hiyerarşisi; "kooperatif-birlik-merkez birliği-milli birlik" şeklinde öngörülmüştür ancak, kurulmuş olan bu örgütlere kooperatiflerin katılımı son derece yetersizdir. Genel olarak Türkiye'de kooperatiflerin üst örgütlere katılım oranı % 25 civarındadır.

Diğer ülke sistemleri ve uygulamaları ile karşılaştırıldığında, ülkemiz kooperatifçiliğinden kendi potansiyeline göre beklenen performansın elde edilemediği genel olarak kabul görmüştür. Özellikle eksik üst örgütlenme nedeniyle, kooperatiflere yönelik eğitim, finansman, denetim, danışmanlık, teknik ve yasal destek sunumunun yetersiz olması tarımsal amaçlı kooperatifler için büyük bir engel oluşturmaktadır.

11.4 Tarımsal Kooperatiflerde Başarılı Bir Uygulama; Almanya

Almanya'da pratik olarak her çiftçi bir veya birkaç kooperatifin ortağıdır. Bütün zanaatkârların % 60'ı, bütün perakendeci tacirlerin % 75'i ile bütün fırıncı ve kasapların % 90'ı kooperatif ortağıdır. Ancak, yalnızca bu geleneksel alanlarda değil, aksine hizmet sektöründe, bilgi işlem alanında, yeni medyalar ya da sağlık ve eğitim işleri alanlarında da kooperatifler faaliyet göstermektedirler. Örneğin serbest çalışan bütün mali müşavirlerin % 65'ten fazlası bir kooperatifin ortağıdır. Ayrıca, bireysel işletmelerin alım ve satım işlemlerinin bir kooperatif üzerinden yapılması şeklindeki klasik uygulama, giderek artan biçimde işletme danışmanlığı, bilişim teknoloji işletmesi, muhasebe işleri, laboratuvar

işletmesi, kalite güvencesi, eğitim gibi gelişmiş hizmetlerle ya da katı atık yönetimi, çevre koruma ve geri dönüşüm gibi faaliyetlerle de tamamlanmaktadır (Alman Kooperatifleri Konfederasyonu Türkiye, 2011).

Alman Kooperatifleri Konfederasyonu (DGRV), Alman kooperatif sektörünün ulusal üst örgütü ve en üst düzey denetim federasyonudur. 2011 yılı verilerine göre yaklaşık 5.400 birim kooperatif, DGRV'nin dört sektördeki (tarım, bankacılık, küçük ölçekli sanayi ürün ve hizmetleri, tüketim) kooperatif sisteminin bir bölümünü oluşturmaktadır. Kooperatif bünyesinde çalışan yaklaşık 800.000 kooperatif ortağı ise, her gün ortakların ve müşterilerin çıkarlarına hizmet etmektedir. Ortaklar açısından bakıldığında, Almanya'nın en büyük işletmesi kooperatiflerdir. Her beş Alman vatandaşından birisi kooperatif ortağıdır. Yaklaşık 18 milyon ortak, DGRV çatısı altında birleşmektedir. Ayrıca, yaklaşık 2,8 milyon ortağı bulunan 1.855 civarında yapı kooperatifi inşaat sektöründe faaliyet göstermektedir (Alman Kooperatifleri Konfederasyonu Türkiye, 2011).

DGRV'nin tarım sektörü dâhilinde bulunan toplam 2.598 birim kooperatifi ve merkez kuruluşları yaklaşık 1,7 milyon ortağın çıkarlarına hizmet etmektedir. Ürün ve hizmet kooperatifi olarak yaklaşık 1.160 kooperatif, ortaklarına tarımsal girdi temin etmektedir. Bu kooperatifler üretimle ilgili konularda ortaklarına yardımcı olmakta, ortaklarına ürünlerinin toplanması, işlenmesi ve pazarlanması konularında danışmanlık vermektedir. Ürün işlemleri yürüten 157 Raiffeisen bankasının (çok amaçlı kooperatifler) faaliyetlerinin ürün tarafı, tarımsal kooperatifler grubunun bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Buna ek olarak farklı iş kollarında (meyve, sebze, bahçecilik, su yönetimi, elektrik, balıkçılık, soğutma, makine vs.) faaliyet gösteren 610 kooperatif mevcuttur. Uzmanlaşmış merkez kooperatif şirketleri bütün iş dallarında bölgesel ve ulusal seviyede faaliyet göstermektedir. Almanya'nın yeniden birleşmesinin bir sonucu olarak, günümüzde örgüte bağlı 834 adet tarımsal üretim kooperatifi piyasada başarıyla faaliyet göstermektedir. Tarımda kooperatiflerin pazar payı et ve şarapta % 33'e; tahıl, sebze ve benzeri ürünlerde % 50'ye ve süt ürünleri sektöründe % 70'e varmaktadır. Bu kooperatiflerin 2010 yılı toplam cirosu ise yaklaşık 43 milyar Euro olarak gerçekleşmiştir (Alman Kooperatifleri Konfederasyonu Türkiye, 2011).

12. LİSANSLI DEPOCULUK

Lisanslı depoculuk; depolamaya uygun nitelikte olan ve standardize edilebilen hububat, baklagiller, yağlı tohumlar, pamuk, fındık, zeytin, zeytinyağı gibi tarım ürünlerinin sınıf, kalite ve standartlarının yetkili sınıflandırıcı laboratuvarlarca belirlenmesinin ardından, modern altyapıya sahip sağlıklı ortamlarda depolanması ve buradan düzenli bir şekilde piyasaya arzın sağlanmasını öngören bir sistemdir.

Ürünün lisanslı depoya konulması karşılığında, veri bankası oluşması, stok miktarlarının takibi, ürünün finansman imkanının oluşması, istendiği zaman hedeflenen fiyattan ürün satılabilmesi, ürün fiyatlarının sigortalanabilmesi daha kolay pazarlanabilmesi, hammadde tedarikinde sıkıntı yaşanmaması, ham maddenin istenilen kalite ve miktarda kolay temini, vadeli işlem ve opsiyon borsası ile entegre şekilde çalışılması lisanslı depoculuğun beklenen faydalarıdır. Ayrıca lisanslı depoculuk ile dönemsel arz dalgalanmalarının gelir üzerinde yarattığı etkilerinin kısıtlanması mümkündür.

Söz konusu ürünlerin ticaretinde üreticiler, sanayiciler ve tacirler açısından farklı sorunlar yaşanmaktadır. Bunların başında ülkemizdeki depolama imkânlarının yeterli olmaması, mevcut depoların kalitesiz ve altyapılarının yetersiz olması gelmektedir. Diğer bir sorun ise bu ürünlerin alım satımında yaşanmaktadır. Söz konusu ürünlerin alım satımı ticaret borsalarında gerçekleştirilmektedir. Ancak ticaret borsalarımızın çoğunda alıcı ve satıcının sağlıklı bir ortamda bir araya gelebileceği ve dolayısıyla fiyatların sağlıklı bir biçimde oluşabileceği kurumsal ve teknik imkânları ile satış salonları bulunmadığından mevcut yapılarıyla ürünlerin pazarlanmasında yetersiz kalmaktadır. Bu ve benzeri sorunların aşılması ancak profesyonel ve standardize edilmiş depolama sistemleri ve bu depolarda saklanan ürünlerin derinlikli bir piyasaya uzmanlaşmış borsalarca arz edilmesi ile mümkündür.

Bu bağlamda depolanmaya uygun tarım ürünlerinin ticaretini kolaylaştırmak, depolanması için yaygın bir sistem oluşturmak, ürün sahiplerinin mallarının emniyetini

sağlamak ve kalitesini korumak, ürünlerin sınıf ve derecelerini saptamak ve ürün ticaretinin bu ürünlerin mülkiyetini temsil eden ürün senetleri vasıtasıyla yapılmasını temin etmek amacıyla çıkarılan 5300 sayılı Tarım Ürünleri Lisanslı Depoculuk Kanunu'nun, 17/02/2005 tarihli Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmesiyle birlikte teorik olarak yukarıda sayılan beklenen faydaların elde edilmesi mümkün hale gelmiş, 2014 yılı sonu itibarıyla yalnızca 17 adet firma lisanslı depoculuk izni almış ve bunlardan sadece 6 tanesi yetkili sınıflandırıcı ile anlaşma yapmış bulunmaktadır (Kaynak: İç Ticaret Genel Müdürlüğü web sitesi) (Erişim: <http://iticaret.gtb.gov.tr>).

12.1 Ülkemizde Depolamaya Elverişli Tarımsal Üretim

Geniş tarım arazilerine, elverişli ve çeşitli iklim yapısına ve buna bağlı olarak zengin bir tarımsal ürün yelpazesine sahip olan ülkemizin ekonomisinde tarım sektörü önemli bir yer tutmaktadır. TÜİK verilerine göre ülkemizdeki tarımsal üretim 2010 yılı için 136,6 milyon tondur. Tarımsal üretimin %50'sine tekabül eden önemli bir bölümünü hububat, bakliyat, pamuk, fındık, yağlı tohumlar, zeytin, zeytinyağı gibi standardize edilebilen, dayanıklı, depolamaya müsait tarım ürünleri oluşturmaktadır. Bu ürünlerin ise 2010 yılı için üretim miktarları yaklaşık 68 milyon ton olarak gerçekleşmiştir.

Depolanmaya müsait tarımsal ürün üretimi incelendiğinde şekerpancarı %26,3'lük pay ile en üst sıradadır. Şekerpancarını %23,8 ile buğday, %9,77 ile arpa ve %6,63 ile patates üretimi izlemektedir. Ülkemizdeki lisanslı depoculuk faaliyetlerine uygun tarımsal üretimin fazlalığı dikkat çekmektedir.

12.2 Sistemin İşleyişi

Tarım ürünleri lisanslı depo işletmeleri, ekonomik ihtiyaç ve etkinlik şartları göz önünde bulundurularak Gümrük ve Ticaret Bakanlığınca verilecek izinle “anonim şirket” şeklinde kurulmaktadır. Şirketin kuruluşunda, bir milyon liradan az olmamak üzere depolama kapasitesine göre yönetmelikle belirlenen tutarda ödenmiş sermayeye sahip olunması ve ilgili yönetmelikte gösterilen belgelerin ibraz edilmesi koşulları aranmaktadır.

Kuruluş izni alan şirkete ancak Kanunun öngördüğü şartları taşıdığına tespiti halinde faaliyet izni (lisans) verilmekte, faaliyet izni almadan depoculuk faaliyetinde bulunulması, ürün kabul edilmesi ve ürün senedi düzenlenmesi mümkün bulunmamaktadır.

Diğer taraftan, lisanslı depo işletmek üzere lisans almak için müracaat edenler, depo kapasitesinin ürün rayiç bedelinin %15'inden az olmamak üzere belirlenen tutarda lisanslı depo teminatı vermek zorundadır.

Yine, lisanslı depo işletmecileri, lisans koşulu olarak işletme tesisleri ve lisanslı depoculuk faaliyeti kapsamında depoladığı ürünler için sigorta yaptırmak zorundadır. Lisanslı depoya tevdi edilen tarım ürünleri, geçerli lisansa sahip yetkili sınıflandırıcılar tarafından analiz edilmekte ve sınıflandırılmaktadır.

Bir ürünün lisanslı depo işletmesine teslim ve kabul edilmesi halinde, söz konusu ürün için ürün senedi düzenlenmekte, teslimat sırasında ürün senedi dışında düzenlenen tartım makbuzu ve delil niteliğini haiz benzer belgeler de ürünün mülkiyetinin ispatında kullanılabilir. Ürün senedi veya delil niteliğine haiz diğer belgeler; ürünün aynı miktar, cins, sınıf ve kalitede ürününü depoya koyan kimseye geri verilmesini garanti eder ve bu teslim satış değil, "vedia" yani emanet anlamındadır. Ayrıca, basılı ürün senetleri hükmünde olmak üzere elektronik ortamda da ürün senetleri oluşturulabilmektedir.

İlgili mevzuat gereğince, lisanslı depo işleticisi, hak sahibinin talebi üzerine ve hukuken geçerli bir mazereti olmadıkça gecikmeksizin ürünü teslim etmek durumundadır. Ürünün tesliminde bu ürüne ait ürün senedi geri alınarak, iptal edilir. Ürünlerin kural olarak, depolandıkları lisanslı depolardan teslim edilmesi gerekmektedir. Ancak, ürünün teslim edilenden başka bir lisanslı depodan teslim alınmasına yönelik hak sahibinin taleplerinin karşılanması da mümkündür. Başka bir deyişle birbirine eş ürünlerin herhangi bir taşıma maliyeti olmaksızın taşınmasının yolu açılmıştır.

Öte yandan, ürünün depodan geri alınmaması durumunda, depo işletmecisi yasal sürelerde ürün sahibine haber vermekle mükelleftir. Haber verilmesine karşın geri alınmayan ürünün bir kısmı veya tamamı, ürünün niteliğine ve piyasa koşullarına uygun

olarak lisanslı depo işletmecisine satılabilir. Bu durumda lisanslı depo işletmesi ücretler ve masrafları düşerek geri kalan tutarı 7 iş günü içerisinde ilgiliye ödemekle yükümlüdür.

12.3 Sistemin Getirdikleri

Üreticiler; mahsullerini depolayabilecekleri sağlıklı, güvenli ve sigortalı depo imkânı elde edebilecek, fiyatların düşük olduğu hasat döneminde ürünlerini satmak yerine lisanslı depolara koyarak karşılığında aldıkları ürün senetlerini teminat göstererek uygun koşullarda kredi kullanabilecektir. Üreticiler ayrıca, ürünlerini borsalar aracılığıyla pazarlayabilecek ve böylelikle ürünlerini daha kolay ve elverişli fiyata elden çıkarma imkânı elde edecektir.

Tarıma dayalı ticaret ve sanayi sektöründeki işletmeler; ihtiyaç duydukları ürünler için depo inşa etme maliyetinden kurtulacak, talep ettikleri miktar, tür ve kalitedeki ürünü kolaylıkla ve güvenilir bir şekilde temin edebilecektir. Ayrıca bu işletmeler, ürün senetleri vasıtasıyla, olası fiyat farklılıklarından korunabilecek, risklerini azaltabilecek ve ihtiyaçları halinde kredi kullanabilecektir.

Yatırımcılar, depolara konulan ürünlerin karşılığında düzenlenen ürün senetlerini yeni bir yatırım aracı olarak kullanabilecektir.

Ayrıca bu sistem sayesinde; tarımsal ürün ticareti kayıt altına alınabilecek, kaliteli üretim teşvik edilecek, tarımsal üretim miktarı ve kalitesi hakkında daha kesin veriler elde edilebilecek ve bu alanda daha etkili politikalar oluşturulabilecektir.

13. ÜRÜN İHTİSAS BORSACILIĞI

Ürünlerin etkin bir biçimde pazarlanmasını sağlamak, alıcı ile satıcıları bir araya getirerek fiyatların sağlıklı biçimde oluşmasını temin etmek üzere anonim şirket biçiminde Ürün İhtisas Borsaları kurulması öngörülmüştür. Ürün ihtisas borsası, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı'nın izniyle anonim şirket şeklinde kurulur.

Şirketin kuruluşunda, bölge düzeyinde faaliyet gösterecekler için beş, ulusal düzeyde faaliyet gösterecekler için on, uluslararası düzeyde faaliyet gösterecekler için on beş milyon TL' den az olmamak üzere sermayeye sahip olunması koşulları aranmaktadır.

Kuruluş izni alan şirkete ancak Kanunun öngördüğü şartları taşıdığına tespiti halinde faaliyet izni (lisans) verilmekte, şirket faaliyet izni almadan ürün ihtisas borsacılığı faaliyetinde bulunamamaktadır. Lisanslı depolarca düzenlenen kıymetli evrak hükmündeki ürün senetleri ve ürünü temsil eden benzer senetlerin alım satımı ve rehni gibi işlemlerin ürün ihtisas borsalarında kontrolü ve tescili zorunludur. Borsada tescil gerçekleşmedikçe ürün mülkiyeti başkasına devredilemez.

Satışın gerçekleşebileceği bir ürün ihtisas borsası bulunmuyorsa ürünü temsil eden senetler ticaret borsalarında işlem görür. Ürün senetlerine ilişkin; alım satımın tescili, devir ile bedelinin ödenmesi, alıcı ve satıcı ile üçüncü şahısların haklarının korunması, yükümlülüklerinin yerine getirilmesi ve alım satıma ilişkin diğer hususlar, borsanın sorumluluğunda olup, bu işlemlerden dolayı doğan zararlar borsa tarafından tazmin edilir.

13.1 Borsanın İşleyişi

Lisanslı depoculuk ve ürün ihtisas borsacılığı ana hatlarıyla; depolamaya uygun nitelikte olan ve standardize edilebilen hububat, baklagiller, yağlı tohumlar, pamuk, fındık, zeytin, zeytinyağı gibi ürünlerin sınıf, kalite ve standartlarının yetkili sınıflandırıcı laboratuvarlarca belirlenmesinin ardından, modern altyapıya sahip sağlıklı ortamlarda depolanması ve bu ürünlerin ticaretinin ürünün mülkiyetini temsil eden ürün senetleri

vasıtasıyla; konusunda uzmanlaşmış, uluslararası alanda da faaliyet gösterebilecek nitelikteki Ürün İhtisas Borsasında yapılmasını öngören bir sistemdir.

13.2 Getireceği Yenilikler

17/2/2005 tarih ve 25730 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren 5300 sayılı Kanunda ürün senetlerinin elektronik ortamda da düzenlenebileceği hususu yer almaktadır. Önümüzdeki süreçte, çağın gereklerine uygun biçimde ürün senetlerinin elektronik ortamda düzenlenmesi ve dünyanın önde gelen ülkelerinde olduğu gibi sisteme konu tarım ürünleri ticaretinin tamamen elektronik ortamda yürütülmesi, böylelikle ürün ihtisas borsasının, tüm işlemlerin elektronik platformda yapıldığı İMKB düzeyinde bir borsa haline gelmesi hedeflenmektedir. Ayrıca mevzuatta mevcut ticaret borsalarının kurulacak ürün ihtisas borsasının acentesi olarak faaliyet göstermesine imkân tanınmıştır.

Sistemin tam anlamıyla faaliyete başlamasıyla birlikte; üreticiler ürünlerini depolayabilecekleri güvenli, sağlıklı ve sigortalı depo imkânına kavuşacak ve ürünlerini fiyatların düşük olduğu hasat dönemlerinde ellerinden çıkarmak zorunda kalmayacaktır. Bu imkân, sektörün tüm aktörlerinin yararına olacaktır. Zira piyasada arz ve talep dengesinin oluşması sağlanacak, sene içerisinde yaşanan büyük fiyat dalgalanmalarının önüne geçilecek ve hasat dönemi dışındaki dönemlerde ürün tedarik etme konusunda yaşanan sorunlar büyük ölçüde ortadan kalkacaktır. Ürün sahipleri ürünlerini yakın çevrelerindeki tacirlere pazarlamak yerine ürün ihtisas borsası sayesinde tüm Türkiye’ye hatta uluslararası pazarlara ulaşma imkânına kavuşacak ve çok sayıda alıcının rekabetinden yararlanarak daha yüksek kazanç elde edebileceklerdir. Ürün sahipleri ayrıca ellerindeki ürün senetlerini teminat olarak göstererek bankalardan uygun koşullarda kredi alma olanağına sahip olacaklardır.

Uluslararası alanda faaliyet gösterecek olan Ürün İhtisas Borsasının kurulmasıyla birlikte çok sayıda alıcı ve satıcının bulunduğu büyük bir ticaret platformu ve gelişmiş bir piyasa oluşacaktır. Bu sayede ülkemizde tarım ürünleri ticareti fiziki ticaret noktasından, elektronik ürün senetlerinin ticaretine ve vadeli işlem araçlarının ticaretine doğru bir geçişin yaşanması mümkün hale gelebilecektir.

Ayrıca kurulacak ürün ihtisas borsasının yalnızca ülke içinde değil uluslararası düzeyde de faaliyet göstermesi mümkündür. Yapılacak anlaşmalarla başta yakın coğrafyalarda olmak üzere kurulacak lisanslı depolara koyulan ürünlerin ülkemiz ihtisas borsasında işlem görmesi, ülkemiz için tarım ürünleri ticaretinin merkezi olma fırsatını beraberinde getirmektedir.

Buna ilaveten, ürünleri temsil eden ürün senetleri ve elektronik ürün senetlerinin hisse senedi, döviz, altın gibi araçlara alternatif bir yatırım aracı olması kaçınılmazdır. Zira bu senetler, karşılığında gerçek bir ürün olma vasfı ile önemli bir faizsiz yatırım aracı niteliği taşımaktadır.

Sistemin yerleşmesi ve dengeli bir piyasanın oluşması neticesinde Devletin piyasaya müdahale etme ve alım yapma ihtiyacı ortadan kalkacaktır. Sistem ile birlikte Devletin yalnızca düzenleyen ve denetleyen bir otorite olması ve sektördeki özel sektör payının artması mümkün hale gelebilecektir. Bu sistemin getireceği avantajlar sayesinde sektördeki kayıt dışılığın azalması, ülkemizdeki tarımsal ürünlere ilişkin daha kesin istatistiksel verilerin derlenebilmesi daha kolay olabilecektir.

13.3 Dünyada Ürün İhtisas Borsası Uygulamaları

Ürün İhtisas Borsası uygulamasına ilişkin bazı dünya örneklerine aşağıda yer verilmektedir.

Chicago Emtia Borsası

Chicago Borsası dünyanın en önde gelen emtia borsalarından biri konumundadır. Bu borsada lisanslı depolarda depolanan tarım ürünlerine ilişkin vadeli işlem sözleşmelerinin yanı sıra, enerji ürünleri, kıymetli madenler, canlı hayvan gibi ürünlerin de ticareti yapılmaktadır. Borsada ticaret açık arttırma ve elektronik ortamda olmak üzere iki farklı yolla gerçekleştirilmektedir. Elektronik ticaret 1992 yılında kurulan ve CME Globex adı verilen elektronik sistem üzerinden uluslararası boyutta yapılabilmektedir. Borsada gerçekleştirilen işlemlerin yaklaşık olarak %70'i elektronik ortamda yapılmaktadır.

Kansas Ticaret Borsası

Kansas Ticaret Borsası özellikle buğdaya ilişkin vadeli işlem sözleşmeleri konusunda, 1856 yılından beri faaliyet gösteren bir borsadır. Borsada işlemler açık artırma ve elektronik ortamda gerçekleştirilmektedir. Elektronik sistem 2004 yılından beri kullanılmaktadır. Borsada işlem yapma hakkına yalnızca sayıları 240 civarında olan borsa üyeleri sahiptir.

Borsa, borsa üyeleri tarafından seçilen yönetim kurulu, yürütme komitesi ve 20 kadar farklı komite eliyle yönetilmektedir. Borsa bünyesinde “The Clearing Corporation” adı verilen bir yapı bulunmaktadır. Bu kuruluş borsada gerçekleştirilen tüm alım satım işlemlerinde üçüncü bir taraf konumunda yer almaktadır.

Alıcı karşısında satıcı, satıcı karşısında alıcı konumuna geçerek tarafların diğer tarafa olan borçlarını taahhüt etmektedir. Bu sayede alıcılar ve satıcılar istenmeyen finansal sıkıntılar karşısında koruma altına alınmaktadır.

Lisanslı depolarda depolanan tarım ürünlerini temsil eden senetlerin borsada işlem görebilmesi için lisanslı depoların borsaya kayıt olması gerekmektedir. Lisanslı depo işletmelerinin borsaya kayıt olabilmeleri için bu kuruluşların finansal durumlarına, depolama kapasitelerine, öz sermayelerine ve diğer hususlara ilişkin detaylı kurallar bulunmaktadır (Kansas City Board of Trade Rule Book).

Kansas Ticaret Borsası, ürüne dayalı vadeli işlem sözleşmelerinin işlem gördüğü bir borsa olmasından dolayı sözleşmede öngörülen süre sonunda ürünün teslimi aşamasında ürün senetleri önem kazanmaktadır. Bu senetlerin sahip olması gereken özellikler borsa kurallarında belirtilmiştir. Buna göre senetlerin ciro edilebilir olması, ürünün depolandığı ve borsaya kayıtlı bir lisanslı depo işletmesince çıkarılmış olması, senetlerin borsa tarafından tescil edilmiş olması gerekmektedir.

Tokyo Tahıl Borsası

Tokyo Borsası; Tarım, Ormancılık ve Balıkçılık Bakanlığınca borsacılık faaliyetleri konusunda yetkilendirilmiş bir şirkettir. Borsada hububat ve baklagillerin yanı sıra kahve ve şeker gibi ürünler de işlem görmektedir. Borsada işlemler elektronik ortamda yapılmaktadır.

Borsada işlemler borsa üyeleri tarafından gerçekleştirilir. Japonya Emtia Borsaları Kanununda belirtilen niteliklere sahip gerçek veya tüzel kişiler borsaya üye olabilmektedir. Borsa üyelerinin işlemlerinden dolayı hak sahiplerinin görebileceği zararları önlemek amacıyla bir koruma fonu oluşturulmuştur.

Hindistan Emtia ve Türev Borsası

Bu borsa Hindistan'ın Mumbai şehrinde 2003 yılında kurulmuştur. Kamusal nitelikli bir şirket biçimindedir. Ülke çapında 550'den fazla merkezde hizmet vermektedir. Hububat, baklagiller, şeker, patates, pamuk ve baharat gibi tarımsal ürünlerin yanı sıra metaller, kıymetli madenler ve enerji ürünleri de borsada işlem görmektedir. Borsada ürünler hem spot olarak, hem de vadeli işlem sözleşmeleri yoluyla işlem görmektedir. Borsada işlemler elektronik platformda gerçekleştirilmektedir.

Borsa yatırımcılarının korunması amacıyla borsa bünyesinde ve borsanın yönetimi altında bir garanti fonu oluşturulmuştur.

14. SONUÇ

Çalışmamızın başında küreselleşme olgusuyla beraber, dünyada tarımsal ürün üretimi ve ticaretinin seyrinin incelenmesi neticesinde, sürekli olarak gündemde olan tarımsal üretim ve tarım ürünleri ticaretinin olumlu bir görünüm arz ederek ülkemiz ekonomisi gelişimiyle aynı doğrultuda yol aldığı görülmüştür. Aynı zamanda Türkiye'nin kendine yeterlik olarak müspet bir pozisyonun yanı sıra, coğrafyasında lider bir konuma da sahip olduğu açıktır.

Diğer taraftan günümüzde diğer ürünlerde olduğu gibi tarım ve gıda sektöründe de değer yaratma süreci tek bir ülkeyle sınırlı kalmayarak üretim süreçlerinin alt aşamalar şeklinde farklı ülkelere dağılabildiği görülmektedir. Tarımsal üretimin her aşamasında işletmelerimizin uluslararası boyutta rekabetçi olması mutlak bir zorunluluk olarak karşımızda duruyor. Üretim faaliyetinin aktörleri zincir içerisindeki üretim miktarlarından çok, yarattıkları katma değere göre pay aldığı günümüzde, üretim faaliyetlerinin organizasyonu her geçen gün daha çok önem kazanmaktadır. Dolayısıyla ülkemiz tarımsal üretim ve ticaret verileri ışığında tartışılması gereken husus, tarımsal işletmelerin organizasyon içinde yüksek katma değer yaratmasıdır.

Türkiye Cumhuriyeti 61. Hükümet Programı'nda "...nüfusunu yeterli, kaliteli ve güvenilir gıda ile besleyen, tarım ürünlerinde net ihracatçı durumunu daha da geliştirmiş, rekabet gücünü artırmış, ürettiğiyle ve insan gücüyle dünyada ve bölgede söz sahibi olacak bir ülke konumuna erişmek..." şeklinde bir hedef ifade edilmiş olup bu hedefler 2023 yılında 150 milyar ABD Doları tarımsal gelir, 40 milyar ABD Doları tarım ürünleri ihracatı olarak somutlaştırılmıştır. Küreselleşmeyle birlikte geldiğimiz noktada üretmek ve satmak, her zaman için yeterli geliri garanti etmediğinden, söz konusu hedeflerin yakalanması ve hatta geçilmesi için tarımsal ürünlerin üretimden satışa ve giderek önemli hale gelen satış sonrası hizmetlere kadar bütün süreçlerinin, değer zinciri mantalitesiyle bütüncül bir yaklaşımla ele alınması, katma değeri yüksek ürünlerin ortaya çıkarılması için kolaylaştırıcı bir vazife görmüş olacaktır.

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) gibi uluslararası organizasyonların son dönemde gerek kalkınma gerekse sürdürülebilirlik bağlamında üzerinde durarak çalışmalar yaptığı “Değer Zinciri ve Katma Değerli Üretim” olgusunun, başta Bakanlığımız olmak üzere gerek Kalkınma Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı gibi Bakanlıkların yapmış olduğu çalışmaların gerekse Kalkınma Planları ve 2023 İhracat Stratejisi gibi gelecek perspektifi sunan belgelerin incelenmesi neticesinde ülkemiz açısından da öneminin kavranmış olduğu görülmektedir.

OECD'nin 2013 yılında yapmış olduğu çalışmaya göre ülkemizin dış ticarete konu olan tarımsal ürünlerinin gördüğü ortalama işlem sayısı 1,6 olarak hesaplanmış olup, bu oran yüksek gelir grubunda yer alan ülkelerin oldukça uzağındadır. Bu oran bir nevi meyve satmakla meyve suyu satmak arasındaki farka işaret etmektedir. Şüphesiz meyve suyu meyvenin kendisinden daha kıymetli olduğundan ülkemiz bu oranı yükseltmek mecburiyetindedir. Değer zinciri yaklaşımında ürüne değer katılan işlemlerin fazlalığı anahtar bir konumdayken ürünün hiç yahut sınırlı sayıda işlem görerek yurtdışı pazarlara satılması ülkemiz ekonomisi ve tarım sektörü için bir handikap olmaya devam edecektir. Söz konusu oranın düşük olmasında ülkemizin geleneksel bir tarım ülkesi olmasının etkisi bulunmakla birlikte, küçük ölçekli işletmelerin yoğunluğu ve tarımsal örgütlenmenin zayıflığı nedeniyle katma değerli üretim için gerekli yatırımların düşük kalması esaslı bir faktör olarak öne çıkmaktadır.

Tarımsal ürünlerin yüksek katma değer ve dolayısıyla yüksek kazanç sağlamasında önem arz eden bir diğer konu, markalaşma hususudur. Her geçen yıl marka değerinin işletme aktifleri içinde payının yükseldiği ve hatta finansal tablolarda marka değerine sabit yatırımlardan daha fazla kıymet biçildiği bir dönemi yaşıyoruz. Pazarda başarı sağlamış çoğu işletme, rakipleriyle benzer ve bazen aynı ürünü markasıyla başkalaştırarak tüketiciler gözünde öne çıkmakta ve yüksek kar oranlarıyla faaliyet göstermektedir. Gelirde yaşanan artışlar, tüketicilerin seçimlerinde ürünlerin sağladığı faydanın yanı sıra popüler bir marka satın alma arzusunu da beraberinde getirmektedir. Elbette bu durumun oluşmasında iletişim araçlarının yaygınlaşmasının etkisiyle küresel ölçekte faaliyet gösteren dev firmaların kendilerini tanıtmak için evlerimize rahatlıkla girebilmesi etkili olmuştur. Nutella, bugün 100'den fazla ülkede raflarda yerini alırken bunu sadece kalitesine değil, büyük bir marka yaratmış olmaya ve dünyanın dört bir tarafından tedarik

ettiği girdileri değer zinciri yaklaşımıyla cam bir kavanoza doldurma yeteneğine borçludur. Diğer taraftan marka yaratmanın gerek zaman gerekse de maliyet açısından büyük bir yatırım gerektirmesi, küçük işletmelerin markalaşma yarışından dışlanması gibi bir sonucu beraberinde getirmektedir.

Tarımsal yapının yoğun olarak küçük ölçekli işletmelerden müteşekkil olması, kümelenme stratejilerini değer zinciri yaklaşımı bağlamında önemli kılmaktadır. Aynı üretim dalında faaliyet gösteren tarımsal işletmelerde coğrafi yakınlaşmanın olabildiğince sağlanması ve oluşan kümelere başta araştırma-geliştirme olmak üzere sağlanacak tüm desteklerin yerinden sağlanması, küçük işletmelerce tek başına ulaşılmaması zor kaynakların daha ulaşılabilir hale gelmesini sağlayacak ve maliyetlerde önemli bir azalmayı beraberinde getirecektir. Zira, Bakanlığımız tarafından hazırlanmış olan 2013-2017 Stratejik Plan’ da yer alan “Organize Tarım ve Hayvancılık Bölgeleri kurulacaktır” ifadesi de, bu doğrultuda kümelenme stratejisini destekleyen bir yaklaşımdır.

Depolanmaya elverişli tarımsal ürünlerde lisanslı depoculuk faaliyetlerinin özendirilmesi hususu ise, gerek üreticinin fiyat dalgalanmalarından korunmasını sağlamak, gerekse ürünlerin hızla sisteme girişinin sağlanması açısından önemlidir. Lisanslı depoculuk faaliyetlerinin yaygınlaşmasıyla birlikte, kalitesi onaylanmış ve sınıflandırılmış tarım ürünleri çok daha kolay bir şekilde müşteri bulabilme kabiliyeti kazanacaktır. Lisanslı depoculuk ve ürün ihtisas borsası, bugüne kadar daha çok ticaretin düzenlenmesi bağlamında değerlendirilmekle birlikte, esasında tarım üreticilerinin ürünlerini piyasaya daha kolay sokmaları ve kalitesi sınıflandırılmış ürünlerin satışını kolaylaştırması yönüyle büyük ölçüde tarımsal bir nitelik taşımaktadır. Dünyada oldukça başarılı örnekleri görülen lisanslı depoculuk uygulaması, gelecek dönemde Bakanlığımız ve tarımsal örgütlenmede yer alan diğer aktörler tarafından da tartışılabilir bir konudur.

Tarımsal işletmelerin değer zinciri içerisinde yüksek katma değer üreten ve karşılığında yüksek kazanç sağlayan bir konumda olması açısından önem arz eden bir diğer konu ise tarımsal örgütlenme olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye’de çok sayıda tarımsal amaçlı kooperatif, üretici birliği ve meslek kuruluşu bulunmasına karşın bunların tarım sektörüne ve ortaklarına yaptığı katkının düzeyi ve işlevleri tartışmaya açık bir konudur. Tarımsal örgütlenme ülkemiz tarımsal yapısının bir sonucu olarak büyük önem taşımaktadır. Zira ülkemiz tarım sektörünün yapısal bir problemi olan küçük ölçekli

işletmelerin başta finansal kaynağa erişim, araştırma-geliştirme faaliyetleri ve lojistik operasyonlar gibi yönetsel faaliyetleri büyük ölçüde doğru tarımsal örgütlenme içerisinde daha düşük maliyet ve başarı ile sonuçlandırılabilir niteliktedir.

FAO'nun değer zincirine yaklaşımı ise olayın ticari boyutu dışında kalan noktalarına dikkat çekmesi nedeniyle ilgi çekici bir konumdur. FAO değer zincirlerini mutlak suretle sürdürülebilir olmasıyla değerlendirmektedir. Başka bir deyişle ekonomik olarak yüksek getiri sağlayan bir tarımsal faaliyetin sosyal ve çevresel açıdan sürdürülebilir olmaması halinde orta ve uzun vadede devamı mümkün değildir. Değer zincirlerine yüksek katma değerli üretimin sağlanması dışında yaratılan kazancın toplum kesimleri arasında kabul edilebilir bir paylaşımını ve çevrenin korunması hususlarını da katan FAO'nun ortaya koyduğu prensipler politika yapımcılar ve iş çevreleri için başarılı ve uzun ömürlü değer zincirlerinin oluşturulmasının ana hatlarını ifade etmektedir. Başarılı değer zincirlerinin oluşturulması açısından zorluk teşkil eden ve ülkemiz açısından da önem teşkil eden küçük işletmeler sorununa ise FAO ekonomik açıdan kamu desteğiyle ekonomik olarak sürdürülebilir olan bir değer zincirinin orta vadede sosyal açıdan sürdürülemez olabileceğini, yine kamu desteğiyle sağlanan sosyal sürdürülebilirliğin de benzer şekilde bir süre sonra ekonomik olarak sürdürülemez olabileceğini ileri sürerek yaklaşmakta ve küçük ölçekli işletmelerin her şekilde ayakta tutulması gerektiğini vurgulamaktadır.

Türkiye'deki tarım işletmelerinin küçük ölçekli ve parçalı yapısı başarılı değer zincirleri kurulması açısından yönetsel sıkıntıları beraberinde getirmektedir. Ülkemizde ortalama işletme büyüklüğü 6,1 hektar dolaylarındayken Avrupa Birliği'nde ortalama işletme büyüklüğünün 16 hektar olması Türk tarım sektörünün rekabet gücü üzerinde olumsuz etki göstermektedir. Dolayısıyla küçük ölçekli verimsiz işletmelerin verimli hale getirilmesi için ortak bir yönetim anlayışıyla koordineli biçimde yönetilmesi zorunluluğu bulunmaktadır. Ülkemiz açısından bu görevi sağlamanın etkin olabilecek bir yolu tarım kooperatiflerinin yeniden yapılandırılarak işlerlik kazandırılması suretiyle doğru uygulamaların kooperatifler kanalıyla zorunlu hale getirilmesidir. Kooperatifler kural olarak, gönüllü üyelik esasına dayanmakla birlikte tarım kesimine yapılan kaynak aktarımlarının kooperatifler aracılığıyla yapılmasının kooperatif üyeliğini zorunlu kılması ve mali açıdan güçlendirilmiş kooperatiflerin Bakanlığımız rehberliğinde verimli tarım

uygulamalarını ortaklarına zorunlu tutması halinde küçük ölçekli işletmeler sorunun büyük ölçüde aşılması mümkündür. Bugün, Başta Almanya ve Japonya olmak üzere gelişmiş ülkelerde tarım kooperatifleri önemli işlevler görmekte ve adeta dev sermayeli şirketlere dönüşmüş durumdadır. Söz konusu kooperatifler üyelerine araç-gereç, finansman sağlamak görevinin yanı sıra üyeler arasında eşgüdümü sağlamakta, yeni teknolojik gelişmelerin sektöre kazandırılması adına çalışmalar yapmaktadırlar. Kooperatiflerin tarım sektöründe yaratılan katma değere bir diğer faydası, başta markalaşma olmak üzere depolama, taşıma, pazarlama ve kalite standartlarına uyum gibi küçük ölçekli işletmelerin tek tek karşılayamayacağı maliyetleri üyelerin görece düşük katkıları ile kendi çatısı altında başaramadığı kabiliyetine sahip olmasıdır.

Geçmişten günümüze hemen her sektör gibi tarım sektörü de küreselleşmenin etkisiyle ticareti kolaylaştırıcı politikalardan nasibini almıştır. Bugünden sonra da ülkelerin tarım sektörlerinin daha korumacı bir tutumla diğer ülkeler karşısında korunması pek mümkün görünmemektedir. Ülkemiz için gelecekte bir AB üyeliği olsun yahut olmasın, diğer ülkeler karşısında yapısal sorunlarını aşmış, rekabetçi, katma değeri yüksek üretim yapan bir tarım sektörüne ihtiyacı vardır. Bunu sağlamak yolunda yakın zamanda ülkemize kazandırılan Biyoteknoloji Araştırma Merkezi gibi önemli yatırımların yanı sıra ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan sürdürülebilir değer zincirleri oluşturma anlayışının, hem kamu hem de özel sektörde hâkim kılınması ülkemiz hedeflerine ulaşılması için elzem bir nitelik taşımaktadır.

15. KAYNAKÇA

Adıgüzel, M., 2011:	“Ekonomik, Kültürel ve Politik Küreselleşme ve Sonuçları”, Nobel Yayın Dağıtım, 1. Baskı, Ankara.
Arslan, M., 2004:	“Türk Vergi Sistemi”, Nobel Yayın Dağıtım, 3. Baskı, Ankara.
Avrupa Birliği Bakanlığı, 2013:	“2013 Sonrası AB Ortak Tarım Politikası”, Avrupa Birliği Bakanlığı, Ankara.
Birleşmiş Milletler, 2015:	Birleşmiş Milletler İstatistik Departmanı, http://unstats.un.org/unsd/snaama/Introduction.asp , 15 Nisan 2015.
Birleşmiş Milletler, 2013:	Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal İşler Departmanı, http://esa.un.org/unpd/wpp/Excel-Data/population.htm , 15 Nisan 2015.
CME Group, 2015:	“CBOT Rulebook”, http://www.cmegroup.com/rulebook/CBOT/ , 28 Mart 2015.
De Backer, K. ve Miroudot S., 2013:	“Mapping Global Value Chains”. http://www.oecd.org/dac/aft/MappingGlobalValueChains_web_usb.pdf , 21 Mart 2015.
Dış Ticaret Müsteşarlığı, 2008:	“Beyaz Kitap, Türkiye’de Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi”.
Dirikkan, H., 2003:	“Tanınmış Markanın Korunması”, İstanbul, Seçkin Yayınları.

Dorman, P., 2000:	“Actually Existing Globalization” <i>içinde</i> Rethinking Globalization (S), (Ed. P. S. Aulakh And M. G. Schechter).New York.
Eğilmez, M., 1983:	“Katma değer vergisi (teori-uygulama)”, Maliye Bakanlığı Tetkik Kurulu Yayınları, Ankara.
Ekonomi Bakanlığı, 2007:	“Kümeler İçin Değer Zinciri”, Ankara.
European Commission, 2015:	“Co-operatives”, Avrupa Komisyonu, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/promoting-entrepreneurship/social-economy/co-operatives/index_en.htm , 20 Şubat 2015
Eva Galvez-Nogales	“Agro-based clusters in developing countries: staying competitive in a globalized economy”, Roma, 2010.
FAO, 2015:	BM Gıda ve Tarım Örgütü http://faostat.fao.org/ , 16 Mart 2015.
Giddens, A., 1998:	“Modernliğin Sonuçları”, Ayrıntı Yayınları, 1998.
GTHB, 2015:	“GTHB Stratejik Plan (2013-2017)”, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Ankara, 2015.
Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, 2015:	“Türkiye Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planı 2012-2016”, Ankara.
Gümrük ve Ticaret	“Gelişmiş Ülkelerde Kooperatifçilik Uygulamaları”, Ankara.

Bakanlığı, 2013:	
Günlü, H., 2012:	“Arazi Toplulaştırma Uygulamaları: Türkiye, Planlama Uzmanlığı Tezi” (Basılmamış), Ankara.
Kalkınma Bakanlığı, 2014:	“Bitkisel Üretim İhtisas Raporu”, Kalkınma Bakanlığı, Ankara.
Kalkınma Bakanlığı, 2014:	Onuncu Kalkınma Planı, “Tarımsal Yapıda Etkinlik ve Gıda Güvenliği Özel İhtisas Komisyonu Raporu”, Kalkınma Bakanlığı, Ankara.
Kalkınma Bakanlığı, 2014:	Onuncu Kalkınma Planı, “Hayvancılık Özel İhtisas Komisyonu Raporu” Kalkınma Bakanlığı, Ankara.
Kalkınma Bakanlığı, 2014:	“Onuncu Kalkınma Planı”, Kalkınma Bakanlığı, Ankara.
Neven, D.,2014:	“Developing sustainable food value chains Guiding principles”, Roma, http://www.fao.org/3/a-i3953e.pdf , 01 Nisan 2015.
OECD, 2013:	“OECD Trade Policy Paper” http://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=TAD/TC/WP(2012)6/FINAL&docLanguage=En , 15 Mart 2015
Porter, M.E., 1985:	“Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance”, New York, The Free Press.
Şimşek, M., 2013:	“Gazeteciler ve Yayıncılar Cemiyeti Konuşması”, http://www.bloomberght.com/haberler/haber/1312825-simsek-katma-degeri-yuksek-urunler-uretmek-lazim , 07 Nisan 2015.

TÜİK, 2015:	Türkiye İstatistik Kurumu, http://www.tuik.gov.tr/ , 20 Mart 2015.
Uluslararası Kooperatifler Birliği, 1995:	“ICA Kooperatif Kimlik Bildirgesi”, Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, http://koop.gtb.gov.tr/kooperatifler-hakkinda/kooperatifcilik-ilkeleri , 20 Mart 2015
Uluslararası Kooperatifler Birliği, 2008:	“ICA Global 300 Report” http://ica.coop/sites/default/files/attachments/Global300%20Report%202008.pdf , 20 Mart 2015.
Yeldan, E., 2011:	“Büyüme Söylemleri ve Gerçekler”, http://www.madenis.org.tr/ayrinti_makale.php?tasi=MzA= , 25 Mart 2015.
World Bank, 2015:	Dünya Bankası, http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators , 22 Mart 2015.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, adı :EROL, Elif Merve
Uyruğu :T.C.
Doğum tarihi ve yeri :24.01.1987, Ankara
Medeni hali :Evli
Telefon :0 (312) 2873360
e-posta :elifmerve.arslan@tarim.gov.tr

Eğitim Derecesi Okul/Program Mezuniyet Yılı

Lisans :Bilkent Üniversitesi, Hukuk Fakültesi, 2010
Lise :Çankaya Anadolu Lisesi, 2005

İş Deneyimi

2015 :Avrupa Birliği Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü
AB Uzman Yardımcısı (devam ediyor)

Yabancı Dili : İngilizce

Hobiler :Piyano, Keman, Yan Flüt, Yürüyüş, Kitap okuma,

ETİK BEYAN

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Avrupa Birliği ve Dış İlişkiler Genel Müdürlüğü Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmasında;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmasında yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

(İmza)

Elif Merve EROL

(Tarih)

<p>Mayıs 2015</p>	<p>KÜRESELLEŞEN DÜNYADA TARIM ÜRÜNLERİNİN ARZ VE DEĞER ZİNCİRLERİ ÜZERİNE BİR DEĞERLENDİRME</p>	<p>Elif Merve Erol</p>
-----------------------	--	---------------------------------------