

TARIM ÜRÜNLERİ İÇ VE DIŞ PAZARLAMASI

Oğuz YURDAKUL⁽¹⁾
Seda ŞENGÜL⁽³⁾

Faruk EMEKSİZ⁽²⁾
Naime ÇÖKMEZ⁽⁴⁾

ÖZET

Tarımsal ürünlerin dünya ticaretindeki önemi göreceli olarak azalmasına rağmen, tarım ürünleri ticaretine olan ilgi hiç azalmamaktadır.

Dünya ekonomisinde son dönemlerde yaşanan gelişmeler, uluslararası tarımsal ürün piyasasına daralma ve rekabetin artması şeklinde yansımıştır. Bu nedenle, ulusal ekonomileri tarımsal ürün ticaretine duyarlı ülkelerde, tarım sektöründe iç ve dış pazarlarda rekabet edebilecek bir yapının oluşturulması büyük önem taşımaktadır.

Türkiye tarımsal ürünlerde büyük ölçüde kendi kendine yeterli bir ülke olmakla birlikte, tarımsal ithalatı artma eğilimindedir. Bunun yanısıra, ülkede tarımsal üretim potansiyeli henüz tam olarak kullanılmamakta ve pazarlama sistemi gelişmeyi yavaşlatıcı unsurlar içermektedir. Oysa, üretim, işleme ve pazarlama aşamalarında yapılacak iyileştirmelerle, sektörün daha güçlü bir yapıya kavuşturulması olanaklıdır.

Bu bildiriye, ülkemizde tarımsal ürünlerin iç ve dış pazar koşulları incelenerek, bu ürünlerin yurtdışı pazarlara sunulması olanakları araştırılmıştır.

1. GİRİŞ

Tarımsal ürünlerin dünya ticaretindeki önemi, geçmişte göreceli olarak sürekli azalmasına rağmen, uluslararası tarım ürünleri ticareti konusunda ilgi giderek artmıştır. Bu durum, gelişmiş ya da gelişmekte olan tüm ülkelerde tarım ürünlerinin sadece ticarete konu olan bir mal grubu olarak görülmeyip, sektörün ulusal ekonomilerde sahip olduğu özel önemden kaynaklanmaktadır. Son dönemlerde uluslararası ekonomik ilişkilerde en sorunlu konuların arasında tarım ürünleri piyasaları yer almıştır. Nitekim, GATT görüşmelerinde tarımsal ticaretin en zorlu görüşme konusu olduğu ve ancak yedi yıllık süreç sonunda bir uzlaşmaya varılabildiği bilinmektedir.

Prof.Dr., Ç.Ü.Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Adana
Doç.Dr., Ç.Ü.Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Adana
Araş.Gör., Ç.Ü.Ziraat Fakültesi, Tarım Ekonomisi Bölümü, Adana

1980'li yıllardan itibaren dünya ekonomisinde yaşanan gelişmeler, tarımsal ürün piyasasına, rekabet düzeyinin yükselmesi ve piyasa müdahalelerinin artması şeklinde yansımıştır. Bu gelişmelerin başlıcaları, tarım ürünleri fiyatlarındaki istikrarsızlık, dünya ekonomisinde yaşanan global durgunluk, gelişmiş ülkelerde gıda tüketiminde doyum noktasına ulaşılması, az gelişmiş ülkelerde düşük satın alma gücünün ithalat talebini sınırlaması, pekçok ülkenin kendine yeterli olma konusunda ilerleme kaydetmesi olarak sıralanabilir. Bu koşullar altında, tarımsal ürün ticareti konusuna olan yoğun ilginin gelecek yıllarda da devam etmesi beklenmektedir.

Konu ülkemiz açısından da büyük önem taşımaktadır. Türkiye, sahip olduğu ekolojik zenginlik, pek çok üründe halen varolan verim potansiyeli ve başta GAP olmak üzere çeşitli kamu ve özel sektör projeleri dolayısıyla büyük bir tarımsal üretim potansiyeline sahip bulunmaktadır. Mevcut potansiyelin daha iyi değerlendirilmesiyle artacak tarımsal üretim, ülkede dengeli ve yeterli beslenmeye, tarıma dayalı sanayilerde hızla artan hammadde talebinin karşılanması ve yavaşlayan tarımsal ihracat gelirlerinin artmasına önemli katkı sağlayacaktır.

Üretim artışının yanısıra, tarım ürünlerinin iyi bir pazarlama organizasyonu ile iç ve dış pazarlarda etkin bir şekilde pazarlanması büyük önem arz etmektedir.

Böylece ürün kayıplarının azalması, bölgeler arası arz-talep dengesinin kurulması, üretici gelirlerinin artması ve ihracat gelirlerinin (fiyat iyileşmesi ve pazar büyümesiyle) yükselmesi olanaklı olacak ve tarımın ulusal ekonomiye katkısı artırılacaktır.

Bu bildiriye, ülkemizin bitkisel ve hayvansal hammaddelerle işlenmiş tarım ürünlerinin, iç ve dış pazar koşulları incelenerek, bu ürünlerin yurtdışı pazarlara sunulması olanakları araştırılmıştır.

2. DÜNYA TARIM ÜRÜNLERİ PAZAR YAPISI

1980-1997 döneminde küçük dalgalanmalarla sürekli artarak 1997 yılında 543 milyar dolar olarak gerçekleşen dünya tarımsal ürün ihracatı, 1997 yılında ortaya çıkan Asya Krizinden olumsuz yönde etkilenerek 1998 yılında %17,2 azalmış ve 450 milyar dolar olmuştur (Çizelge 1).

Tarımsal ürünler ihracatı içinde en önemli pay gıda maddelerine aittir. Tarımsal ürün ihracatının tarımsal hammaddelerden gıda maddelerine doğru kaymasıyla gıda maddelerinin payı daha da artmış ve 1980 yılında %74,8'den, 1998 yılında %81,4'de çıkmıştır. Aynı dönem içinde tarımsal hammaddelerin payı ise %25,2'den %18,6'ya gerilemiştir.

Gıda maddeleri alt grubu içinde, 1998 yılı itibariyle, canlı hayvanlar ve gıda maddeleri %76 ile birinci, içki, tütün ve mamülleri %13,9 ile ikinci ve hayvansal, bitkisel yağlar ve mumlar %6,5 ile üçüncü sırada yer almaktadır.

AB-EFTA ülkeleri dünya tarımsal ürün ihracatında en fazla söz sahibi olan ülke grubudur. AB ülkelerinin aralarındaki ekonomik entegrasyonun derinliği ve Topluluk içi ticaretlerinin, Topluluk dışı ticaretlerinin iki katı olması nedeniyle, AB ülkeleri 1997 yılındaki krizden çok fazla etkilenmemiştir (DTM, 1999a). Bununla birlikte AB-EFTA tarımsal ürünler ihracatı, 1995 yılındaki yükselişin ardından yavaş yavaş gerileyerek 1998 yılında 221 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (Çizelge 1). AB-EFTA ülkelerinin ihracatlarındaki gerileme dünya tarımsal ürünler ihracatı içindeki paylarını çok fazla etkilememiş, hatta 1998 yılında tarımsal ürünler ihracatının neredeyse yarısı (%49,2) AB-EFTA ülkeleri tarafından yapılmıştır.

NAFTA üyesi ülkeler ise, tarımsal ürün ihracatında AB-EFTA ülkelerini takip etmektedir. Bu ülke grubunun 1998 yılında ihracat içinde payı %23,5 olarak gerçekleşmiştir.

Tarımsal ürünler ihracatı alt gruplar itibariyle incelendiğinde, gıda maddeleri ihracatında AB-EFTA ülkeleri ilk sırada yer almaktadır ve 1994-1998 yılları arasında gıda maddeleri ihracatında paylarını %47,6'dan %52,2'ye çıkarmışlardır. NAFTA ise %20,7'lik pay ile AB-EFTA ülkelerini takip etmektedir.

Tarımsal hammaddeler ihracatında ise AB-EFTA ülkeleri ile NAFTA neredeyse eşit paya sahip bulunmaktadır. 1998 yılında AB-EFTA ülkelerin payı %36,1 olurken, NAFTA'nın payı %35,8 olarak gerçekleşmiştir. Tarımsal ürünler ihracatından %1 bile pay alamayan Rusya Federasyonu'nun, tarımsal ham madde ihracatındaki payı %3 seviyesindedir. Ortadoğu ülkeleri ise tarımsal ürünler ihracatından ortalama %0,4 ile en düşük payı almaktadır. Bu durum gıda maddeleri ve tarımsal hammaddeler ihracatında değişmeyerek %0,4 seviyesini korumaktadır.

Türkiye dünya tarımsal ürün ihracatında 1980 yılında %0,6 olan payını 1998 yılında %1,1'e çıkarmıştır. Dünya piyasalarında daha çok gıda maddeleri ile yer alan Türkiye'nin gıda maddeleri ihracatındaki payı ise 1998 yılında %1,3 olarak gerçekleşmiştir. Tarımsal hammaddeler ihracatında ise Ortadoğu ülkelerinin de gerisinde kalarak ortalama %0,3 pay almıştır.

Tarımsal ürünler ithalatı da ihracatı gibi küçük dalgalanmalarla 1997 yılına kadar artış trendini sürdürmüştür. 1997 yılında yaklaşık 563 milyar dolar olarak gerçekleşen ithalat %13,3 azalarak 1998 yılında yaklaşık 488 milyar dolara gerilemiştir (Çizelge 2).

Çizelge 1. Ülke Gruplarına Göre Dünya Tarımsal Ürünler İhracatı (Milyon \$)

	1994	1995	1996	1997	1998
AB-EFTA					
TARIMSAL ÜRÜNLER	206235	240125	237951	228957	221448
1. GIDA MADDELERİ	173422	200959	202210	194655	191280
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	137394	158958	158354	150696	147929
İçki, tütün ve mamülleri	28331	32367	33875	33702	33050
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	6402	8354	8521	8464	8378
Yağlı tohumlar ve meyveler	1295	1281	1460	1793	1923
2. TARIMSAL HAMMADDELER	32813	39166	35741	34302	30168
NAFTA					
TARIMSAL ÜRÜNLER	98051	117485	118418	115684	105736
1. GIDA MADDELERİ	65973	77941	83707	81415	75806
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	48285	57957	62552	59456	55586
İçki, tütün ve mamülleri	9279	9452	9646	9842	9833
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	2316	3093	2450	2758	3539
Yağlı tohumlar ve meyveler	6094	7438	9058	9359	6847
2. TARIMSAL HAMMADDELER	32078	39544	34711	34269	29930
ORTADOĞU					
TARIMSAL ÜRÜNLER	2224	2762	2387	1905	1476
1. GIDA MADDELERİ	1891	2374	1968	1485	1072
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	1481	1808	1652	1253	980
İçki, tütün ve mamülleri	199	210	200	173	54
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	180	324	82	29	10
Yağlı tohumlar ve meyveler	30	32	34	29	28
2. TARIMSAL HAMMADDELER	333	388	419	420	404
RUSYA FEDERASYONU					
TARIMSAL ÜRÜNLER	0	0	4485	4260	3728
1. GIDA MADDELERİ	0	0	1567	1338	1174
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	0	0	896	938	849
İçki, tütün ve mamülleri	0	0	192	114	52
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	0	0	38	34	29
Yağlı tohumlar ve meyveler	0	0	441	251	244
2. TARIMSAL HAMMADDELER	0	0	2918	2922	2554
TÜRKİYE					
TARIMSAL ÜRÜNLER	4249	4539	4935	5466	5031
1. GIDA MADDELERİ	3972	4226	4545	5131	4668
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	3299	3416	3553	4076	3756
İçki, tütün ve mamülleri	471	467	738	754	642
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	182	325	231	271	238
Yağlı tohumlar ve meyveler	20	18	23	30	32
2. TARIMSAL HAMMADDELER	277	313	390	335	363
DÜNYA					
TARIMSAL ÜRÜNLER	462678	541542	552881	543237	450226
1. GIDA MADDELERİ	364662	421159	439738	434568	366619
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	286739	331266	345517	337213	278657
İçki, tütün ve mamülleri	46946	52391	56143	56196	51051
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	19720	25420	23246	25112	23981
Yağlı tohumlar ve meyveler	11257	12082	14832	16047	12930
2. TARIMSAL HAMMADDELER	98016	120382	113143	108669	83607

Kaynak: ITC, 1999. International Trade Center web sayfası (www.intracen.org).

Çizelge 2. Ülke Gruplarına Göre Dünya Tarımsal Ürünler İthalatı (Milyon \$)

	1994	1995	1996	1997	1998
AB-EFTA					
TARIMSAL ÜRÜNLER	232170	71514	266824	254366	251639
1. GIDA MADDELERİ	184768	13086	216104	204193	203804
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	149839	73505	174700	163552	162437
İçki, tütün ve mamülleri	20439	23110	24156	24184	25093
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	7616	9279	9389	8947	9155
Yağlı tohumlar ve meyveler	6874	7192	7859	7510	7119
2. TARIMSAL HAMMADDELER	47402	58428	50720	50173	47835
NAFTA					
TARIMSAL ÜRÜNLER	66510	69611	75568	82032	83168
1. GIDA MADDELERİ	48508	48808	54671	59990	61767
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	38666	38796	42431	46179	48009
İçki, tütün ve mamülleri	6547	6564	7995	9225	9485
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	2003	2261	2465	2537	2490
Yağlı tohumlar ve meyveler	1292	1187	1780	2049	1783
2. TARIMSAL HAMMADDELER	18002	20803	20897	22042	21401
ORTADOĞU					
TARIMSAL ÜRÜNLER	8981	11187	10930	5633	3054
1. GIDA MADDELERİ	8114	10187	10120	5126	2688
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	6558	8198	8242	3684	1867
İçki, tütün ve mamülleri	943	1151	1251	1035	525
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	446	615	398	163	121
Yağlı tohumlar ve meyveler	167	223	229	245	175
2. TARIMSAL HAMMADDELER	867	1000	810	507	366
RUSYA FEDERASYONU					
TARIMSAL ÜRÜNLER	0	0	11418	13232	10579
1. GIDA MADDELERİ	0	0	10909	12573	10144
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	0	0	8965	9931	7686
İçki, tütün ve mamülleri	0	0	1518	2049	1967
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	0	0	369	527	439
Yağlı tohumlar ve meyveler	0	0	57	66	52
2. TARIMSAL HAMMADDELER	0	0	509	659	435
TÜRKİYE					
TARIMSAL ÜRÜNLER	2370	4491	4803	4927	4319
1. GIDA MADDELERİ	1152	2497	2780	2649	2310
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	465	1481	1749	1426	1165
İçki, tütün ve mamülleri	153	173	291	393	319
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	459	638	490	570	521
Yağlı tohumlar ve meyveler	75	205	250	260	305
2. TARIMSAL HAMMADDELER	1218	1994	2023	2278	2009
DÜNYA					
TARIMSAL ÜRÜNLER	484055	566898	584081	562603	487817
1. GIDA MADDELERİ	368394	424969	452590	434328	383550
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	296189	342075	363928	343704	302369
İçki, tütün ve mamülleri	41245	45645	49923	51404	47605
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	18224	23853	22938	22457	19355
Yağlı tohumlar ve meyveler	12736	13396	15801	16763	14221
2. TARIMSAL HAMMADDELER	115661	141929	131491	128275	104267

Kaynak: ITC, 1999. International Trade Center web sayfası (www.intracen.org).

Tarımsal ürünler ihracatında en büyük satıcı durumunda olan AB-EFTA ülkeleri ithalatta da en büyük alıcı durumundadır. Tarımsal ürün ithalatının 1998 yılında %51,6'sı AB-EFTA ülkeleri tarafından gerçekleştirmiştir. %17 ile NAFTA ikinci büyük alıcı konumundadır. Rusya Federasyonu ise tarımsal ürünler ithalatının ortalama %2,2'sini gerçekleştirmektedir.

Gıda maddeleri ve tarımsal hammaddeler ithalatında da en büyük alıcı yine AB-EFTA ülkeleridir. 1998 yılı itibariyle gıda maddeleri ithalatının %53,1'i, tarımsal hammaddeler ithalatının %45,9'u AB-EFTA ülkelerine aittir. NAFTA ise gıda maddeleri ithalatından %16,1, tarımsal hammadde ithalatından %20,5 pay almaktadır.

Tarımsal ürünler ithalatından 1994 yılında %1,9 pay alan Ortadoğu ülkeleri 1997 yılındaki kriz sonucunda ortaya çıkan talep daralmasıyla ithalatlarını azaltmışlardır. Bunun sonucu olarak 1998 yılında tarımsal ürünler ithalatındaki payları %0,6'ya gerilemiştir.

Türkiye'nin tarımsal ürünler ithalatındaki payına bakıldığında ihracatla benzerlik gösterdiği görülmektedir. 1994 yılında ithalattan %0,4 pay alan ülke, bu payı 1998 yılında %0,9'a çıkartmıştır. Oransal olarak bakıldığında Türkiye neredeyse ihraç ettiği kadar tarımsal ürün ithal etmektedir. Ancak daha çok gıda maddeleri ihraç eden Türkiye, gıda maddelerinde net ihracatçı, tarımsal hammaddelerde net ithalatçı konumdadır. Nitekim 1998 yılında gıda maddeleri ithalatı %0,6 olarak gerçekleşmiştir. Buna karşılık 1994 yılında %1,1 olan tarımsal hammaddeler ithalatı 1998 yılında %1,9'a çıkmıştır.

3. TARIM ÜRÜNLERİ İÇ VE DIŞ PAZARLAMA ORGANİZASYONLARI VE YAPISI

Dünyada çeşitli ülkelerde adları farklı olmakla beraber hukuki statüleri, yönetim şekilleri, fonksiyonları ve yetkileri büyük ölçüde benzerlik gösteren tarım ürünleri iç ve dış pazarlama organizasyonları bulunmaktadır. Ülkede güçlü bir tarım ürünleri pazarlama yapısı oluşturmak amacı doğrultusunda kurulan bu organizasyonların ana görevleri üreticinin ekonomik durumunu geliştirmek ve bunu gerçekleştirmek için organizasyona tabi tüm ürünleri dünya çapında pazarlayarak üreticilerin dışsatım gelirlerini artırmaktır (Aras, 1985; Aksoy,1992). Pazarlama organizasyonlarının bu ana görevinin yanı sıra çeşitli amaçları da vardır. Bu amaçlar;

- i) Ürün kalitesini yükseltmek, kalitede süreklilik sağlamak,
- ii) Güçlü markalama ve bunun promosyonla desteklenmesi,
- iii) Yeni pazarlara açılmak,
- iv) Araştırma ve Geliştirme faaliyetlerine ağırlık vermek,

- v) Farklı pazarların ihtiyaçlarını karşılayacak yeni çeşitler geliştirmek,
- vi) Müşteri tatminini sağlamak,
- vii) İnsan kaynaklarının sistematik olarak gelişimini sağlamak,
- viii) Masraf ve harcamaları azaltmak,
- ix) Karlılığın devamlılığını sağlamak.

Bu amaçlara ulaşabilmek için başlıca şu hizmetler yapılmaktadır:

i) Dışsatım konusu olan ürün veya ürünlerin, uluslararası standartlara uygunluğunu kontrol ederek, tamamen veya ihraç edilecek bölümünü doğrudan veya ruhsat vereceği kooperatif birlikleri veya tüccarlar vasıtasıyla satın almak,

ii) Söz konusu ürünler için bir asgari fiyat veya yönlendirici fiyat kararlaştırmak ve üretim dönemi başında ilan etmek. Hasat dönemi sonunda, üretici eline geçecek bir taban fiyat belirlemek,

iii) Satın alınan ürünün, uluslararası standartlara uygun olarak sınıflamasını yapmak,

iv) Ürünü üreticiden satın alacak kooperatif veya tüccar sayısını, ruhsat vermek suretiyle sınırlamak ve gerekli hallerde bu ruhsatları iptal etmek,

v) Ürünün iç piyasa, imalatçılar ve dışsatım için ayrılacak miktarlarını belirlemek,

vi) Bir istikrar fonu oluşturmak ve gerektiğinde fiyat istikrarı amacıyla kullanmak,

vii) Dışsatımı fiilen yapmak veya ruhsat vereceği müteahhit firmalara yaptırmak.

Pazarlama örgütlerinin ihracat davranışlarını ve performanslarını, temel yapıyı etkileyen faktörler ve pazarlama yönetim faktörleri olarak adlandırılan iki belirleyici grup etkilemektedir. Bunlar;

1)Temel Yapıyı Etkileyen Faktörler

Dışsal Faktörler

- i) Coğrafi yerleşim, doğal kaynaklar,
- ii) İklim avantajı,
- iii)İthalat pazarlarına olan uzaklık veya yakınlık,
- iv)İthalatçı ülkelerle olan tarihsel ve politik ilişkiler, ithalatçı ülkelerin politik durumu,
- v) Ulusal ekonomi ve tarım sektörü,

İçsel Faktörler

- i) Organizasyonun yapısı
- ii) İhracat amaçları ve motivasyon,

2)Pazarlama Yönetim Faktörleri

- i) Ürün stratejisi
- ii) Araştırma ve geliştirme
- iii)Kalite ve kontrol
- iv)Markalama
- v) Fiyatlama
- vi)Dağıtım
- vii)Pazarlama araştırması
- viii)Promosyon

Türkiye'de tarımsal ürünlerin pazarlanmasında doğrudan ve dolaylı olarak çok fazla sayıda kişi, kurum ve kuruluş faaliyette bulunmaktadır. Bunlar arasında Tarım ve Köyişleri Bakanlığı, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, İGEME, Ticaret ve Sanayi Odaları ve Borsalar Birliği, Ziraat Odaları, Türkiye Şeker Fabrikaları A.Ş., Ticaret Borsaları, semt pazarları, toptancı ve perakendeci meyve ve sebze halleri, Tarım Satış Kooperatifleri ve Birlikleri, Tarımsal Kalkınma Kooperatifleri ile Su Ürünleri Kooperatifleri, TMO, Çaykur, Tekel ve özel girişimciler sayılabilir. Bu yapı içinde görev ve yetkiler, aralarında yeterli işbirliği ve eşgüdüm bulunmayan çok sayıda kurum ve kuruluşa dağıtılmakta ve pazarlamacıların sayısal çokluğu ve dağınık yapıları, pazarlama organizasyonunun etkinliğini azaltmaktadır.

Türkiye'de tarım sektöründe üreticiler pazara mal sunarken veya pazardan girdi satın alırken, örgütlü bir ticaret ve sanayi kesimi ile karşı karşıyadırlar. Ancak, tarımsal işletmeler dağınık ve küçük olduklarından ekonomik çıkarlarını korumaları güç olmakta, verimliliği artırma ve ürünü değerlendirmede sermaye olanaklarından yoksun olduklarından ürünlerin satışında da pazarda etkili olmamaktadırlar. Bu işletmelerin ekonomik ve sosyal gelişimlerinin sağlanması, üreticilerin iyi örgütlenmesi ile mümkün olmaktadır. Kırsal alanda üretimi daha iyi yönlendirmek, özellikle küçük aile işletmelerinin üretim gücünü ve gelirini artırmak, dolayısıyla hayat seviyelerini yükseltmek açısından da örgütlenme önemli olup, tarım ürünlerinin fiyat-talep esnekliğinin düşük olması nedeniyle fiyat dalgalanmalarından geniş ölçüde etkilenen tarım sektörü, ürünün üretiminden pazarlanmasına kadar geçen tüm aşamalarda örgütlenmeye diğer sektörlerden daha çok gereksinim göstermektedir.

Örgütlenme aynı zamanda her türlü bilgi ve deneyim alışverişini, iletişim ve etkileşimi sağlama, yenilik ve gelişmeleri izleme, kamuoyu yaratma ve baskı grubu gibi işlevleri de içermektedir. Ayrıca, nüfusun büyük bir kısmını bünyesinde bulunduran tarım kesiminin örgütlenmesi, katılımcı demokrasinin de bir gereğidir (Karacan, 1992). Ayrıca uluslararası pazarda artan rekabet karşısında dışsatımı gerçekleştirmek için de örgütlenmenin önemi büyüktür.

Türkiye'de üreticilerin en az örgütlendiği kesim hayvancılık sektörüdür. Ülkemizde etkin bir pazarlama sistemi ve organizasyonunun kurulamamış olması diğer tarımsal ürünlerde olduğu gibi hayvancılık sektörünü de olumsuz etkilemektedir. Türkiye'de, ulusal ve uluslararası pazarda tarımsal ürünlerin pazarlanmasında üreticilerin yeterince etkin olduğu bir pazarlama sistemi oluşturarak, üreticilere teknik bilgi ve hizmetler yanında tohum, damızlık ve fide dağıtma sistemini geliştiren, ürünün üretimi, hasat edilmesi, ambalajlanması, depolanması, taşınması, vb faaliyetlerin yanı sıra ürünün iç ve dış pazarlarda satışına kadar tüm hizmetlerin koordinasyonunu içeren bir organizasyona ihtiyaç vardır.

Türkiye'de Dış Ticaret Müsteşarlığı tarafından, ihracatçı firmaların örgütlenmelerine yönelik olarak, sektör ayrımının yapılmadığı, sektörel dış ticaret şirketleri modeli önerilmektedir. Bu model ile normal yörelerde asgari 10, kalkınmada öncelikli yörelerde asgari 5 firmanın bir araya gelerek normal yörelerde hizmet sektöründe (pazarlama dahil), kalkınmada öncelikli yörelerde pazarlama dahil olmak üzere üretim ve hizmet sektöründe faaliyet göstermek amacıyla bir şirket kurmaları amaçlanmaktadır. Böylece, yeni kurulan bağımsız bir şirket, ortakları adına ihtiyaç duyulan faaliyetleri yürütebilecektir (Gündüz, 1997). Tarım sektöründe bu tür etkin bir örgütlenme, sektörün yapısına özgü sorunların çözülmesini sağlayacağı gibi, sektörün iç ve dış pazarlarda rekabet gücünü artırmaya da katkıda bulunacaktır. Tarım ürünleri pazarlama sisteminin hem içte, hem de dışta iyi bir organizasyona kavuşması ile tarımsal ürünlerin fiyat dalgalanmalarının önlenmesi, tarımsal faaliyetlerin iyileştirilmesi, pazarlama sırasında meydana gelecek ürün kayıplarının azaltılması, dolayısıyla üreticilerin gelirlerinin artması yanında, tarımın ekonomiye olan katkısı da artırılabilir.

Türkiye'de tarımsal işletmeler, küçük ölçekli, verimlilik ve teknolojik düzeyleri düşük, öz tüketime yönelik üretimde bulunan ve sermaye unsurlarının dengesiz dağılım gösterdiği birimlerdir. Tarımsal ürünlerin öz tüketimleri ve pazarlama oranları üründen ürüne farklılık göstermekte olup, tarımsal işletmelerin pazarlama faaliyetlerine katılımları, yetiştirdikleri ürünün özellikleri ve arz kapasitesine bağlı olarak değişmektedir. Çabuk bozulan tarım ürünlerini yetiştiren ve pazar için üretim yapan tarım işletmeleri ürünlerini çoğu zaman işletmelerinde ve aracı kişi veya kuruluşlara satmaktadırlar. Dayanıklı ürün yetiştiren ve arz kapasitesi düşük olan işletmeler ise ürünlerini genellikle mahalli pazarlarda kendileri satarak değerlendirmektedir. Hububatta üretimin ortalama %60'ı arza konu olmaktadır. Buğdayda üretilen ürünün %19,9'u öz tüketim için ayrılırken, bu oran nohutta %2,54, mercimekte %3,35'tir. Bu ürünlerde arz miktarı ise sırasıyla %59,4, %82,4 ve %66,6'dır (TZOB, 1996).

Türkiye'de tarım ürünleri pazarlama sisteminde, kamu, özel sektör ve kooperatif kuruluşları yer almaktadır.

Pazarlama sistemi içinde özel teşebbüsler ürünün pazar yapısına bağlı olarakörneğin yaş meyve ve sebze de olduğu gibi ya kendi aralarında yarış-

makta ya da hububatta olduğu gibi kamu kuruluşları veya fındık, antepfıstığı, ayçiçeği pamuk gibi ürünlerde olduğu gibi kooperatifler ile yarışmaktadır (Güneş ve ark., 1989).

Hububatta Toprak Mahsulleri Ofisi, Şekerpancarında Türkiye Şeker Fabrikaları Anonim Şirketi, tütün, tuz ve alkolde Tekel, çayda Çaykur yurtiçi pazarda faaliyette bulunan önemli kamu kuruluşlarıdır. Meyve ve sebze, yumurta ve hayvan satışlarında, ürünlerin üretildikleri yerlerde satıldığı mahalli pazarlar önemini korumaktadır. Çok çabuk bozulan ürünlerin üretici tarafından tüketim merkezlerine ulaştırılmasının mümkün olmadığı durumlarda malın hareketi, toplayıcılar ve komisyoncular tarafından gerçekleştirilmektedir.

Tarım ürünlerinin satıldığı diğer satış birimi ticaret borsalarıdır. Borsalar peşin, vadeli, kredili ve özel şartlı muameleler esasına göre çalışmaktadır.

Meyve ve sebzelerin toptan satıldığı haller önemli işlevler yapmaktadır. Toptan meyve ve sebze miktarının %13-42'sinin toptancı hallerinde komisyoncular veya az sayıda kooperatifler aracılığıyla pazarlandığı bildirilmektedir (Erkal ve Şafak, 1991). Ancak 1960 yılında çıkarılan toptancı hal yasasının, günümüz ekonomik koşullarına cevap verememesi ve değişen pazar koşulları karşısında yetersiz kalması nedeniyle 27 haziran 1995 tarihli resmi gazetede yayınlanarak yürürlüğe giren "yaş sebze ve meyve ticaretinin düzenlenmesi ve toptancı halleri hakkında kanun hükmünde kararname" olumlu sonuçlar vermeye başlamıştır. Bu kararnamenin getirdiği yenilikler özetle şunlardır (TZOB, 1996):

- Belediyeler dışında gerçek ve tüzel kişilere de toptancı hal kurma yetkisi getirilmiştir.

- 6964 sayılı Ziraat odaları ve Ziraat Odalar birliği kanunu uyarınca kuruluşmuş olan Ziraat Odalarına kayıtlı üreticilerce kurulan en az 50 ortaklı kooperatifler ve üst kuruluşları üretici birlikleri olarak tanımlanmaktadır. Üretici birliklerinden satın alınarak perakende satışa sunulacak mallarda toptancı hallere girme zorunluluğu aranmayacaktır.

- Getirilen yeni bir hükümlerle toptancı hallerde satışlar üreticiler, üretici birlikleri ve komisyoncular tarafından yapılabilir denilmektedir.

- Üreticiler belediyelerce belirlenen miktarları aşmamak kaydıyla, ürettikleri malları, üretici pazarlarında, toptancı hale giriş zorunluluğu aranmaksızın doğrudan tüketicilere satabileceklerdir.

- Hallerde hal müdürü, komisyoncu, üretici, üretici birliği ve halde mal satın alanlar arasında çıkabilecek idari ve hukuki anlaşmazlıkları görüşerek çözümlenmek üzere bir Hakem Kurulu oluşturulması hükme bağlanmıştır. Bu hakem kurulu 6 üyeden oluşmakta olup, bir üyesi de, halin bulunduğu yerdeki Ziraat Odası tarafından görevlendirilmektedir.

- Diğer bir yenilik ise toptancı haller de işyeri tahsisinde üretici birliklerine öncelik verilecek olmasıdır.

- Ayrıca üretici ve tüketici arasındaki zincirin halkalarını en aza indirmek, yani üreticiden tüketiciye ucuz ve taze ürün sunulmasını teminen haller dışında semt pazarları ve üretici pazarlarının kurulmasına ilişkin hükümler bulunmaktadır.

Tarım ürünleri pazarlamasında iç ve dış pazarda etkin bir organizasyonun eksikliği beraberinde bazı pazarlama problemlerini de getirmektedir. Çünkü 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. Bu durumu önlemek amacıyla, buğday, arpa, tütün, şekerpancarı, haşhaş kapsülü vb. fiyatları destekleme alımı kapsamında oluşmaktadır. Fındık, antepfıstığı, kuru üzüm, pamuk ve kuru incirin piyasada oluşan fiyatlarında çeşitli kamu kuruluşları ile Tarım Satış Kooperatiflerinin yönlendirici etkileri vardır. Meyve ve sebze fiyatları ise serbest pazarlarda teşekkül etmektedir.

Tarım ürünlerinin bir kısmı doğrudan tüketildiği gibi bir kısmı da işlenerek tüketilmektedir. Artan gelir ve eğitim düzeyine paralel olarak tüketici tercihleri işlenmiş tarım ürünlerine doğru değişim göstermiştir. Tarım ürünlerinin işlenmesi aynı zamanda ürünün kullanım dönemini uzatması, dolayısıyla pazarlama süresinin uzatılması açısından da çok önemlidir. Ancak, Türkiye’de tarım ürünleri işleme sanayiinde mevcut kapasitenin yeterince kullanıldığını söylemek güçtür. Türkiye’de domates işleme sanayii kurulu kapasitesinin %64’ünü, sebze-konserve sanayii %56’sını, meyve-konserve sanayii %44’ünü, meyve suyu sanayii %59’unu kullanmaktadır (Güngör,1998).

4. TÜRKİYE'DE TARIMSAL ÜRÜNLER ARZ VE TALEP DENGESİ

4.1. Bitkisel ve Hayvansal Ürünler Arzı

Türkiye'nin ekolojik koşulları çok çeşitli tarım ürünlerini yetiştirmeye olanak tanımaktadır. 1950’li yıllardan bu yana Türkiye’de tarımsal üretimin küçük üretim birimlerine dayalı olan yapısında çok önemli değişiklik olmamıştır (Güneş ve ark.,1989). 1991 sayımına göre tarım işletmelerini ortalama genişliği 57 da olup, arazi parça sayısı ortalama 5’dir (DİE,1991).Tarımsal işletmelerin yaklaşık %86’sında bitkisel ve hayvansal üretim birlikte yapılmaktadır. Bu durum, çok sayıda tarım ürününün genellikle aile tüketimi dikkate alınarak birlikte yetiştirilmesine, tüketim fazlası olan ürünlerin pazara arz edilmesine sebep olmaktadır. Ancak, Türkiye genel olarak tarımsal ürünlerde kendi kendine yeterli olmasına

rağmen, hayvansal ürünlerin üretim miktarları düşüktür. Hayvansal ürünlerin üretim miktarlarındaki düşüklüğe bağlı olarak bu ürünlerin tüketimi de düşük düzeydedir.

Türkiye'de 1980-1998 döneminde genel olarak dünya genelindeki gelişmeyle paralellik gösteren tarım ürünlerinin gelişme hızı, gelişmiş ülkelere göre daha hızlı, gelişmekte olan ülkelere göre ise daha yavaş olmuştur. Bitkisel ürünler ve hayvansal ürünler bazında incelendiğinde, bitkisel ürünlerdeki gelişmenin, toplam tarım ürünlerindeki gelişmeyle benzer olduğu, hayvansal ürünlerde ise farklılık olduğu görülmektedir. Türkiye'de hayvansal ürünler üretimindeki gelişme dünya geneline ve gelişmiş ülkelere göre daha hızlı, ancak gelişmekte olan ülkelere göre ise çok yavaş olmuştur (Çizelge 3).

Çizelge 3. Çeşitli Ülkelerin Tarımsal Üretimindeki Gelişmeler (1989-91=100)

Ülkeler	Dünya	G.Ü	G.O.Ü	Türkiye
Tarımsal Ürünler İndeksi				
1980	78,7	89,8	69,4	76,6
1985	90,9	97,7	85,3	85,7
1990	100,7	101,3	100,2	101,9
1995	109,1	94,4	121,2	104,7
1996	113,1	97,2	126,3	109,7
1997	115,8	98,4	130,2	109,2
1998	115,8	97,1	131,3	115,0
Bitkisel Ürünler İndeksi				
1980	78,5	90,5	71,2	77,4
1985	92,5	100,7	87,5	86,6
1990	101,0	102,2	100,4	103,6
1995	108,6	94,1	117,3	106,2
1996	115,1	100,8	123,8	113,1
1997	117,0	104,2	124,8	110,2
1998	116,0	101,3	124,8	117,9
Hayvansal Ürünler İndeksi				
1980	95,4	89,4	65,4	78,8
1985	97,8	95,8	80,1	94,2
1990	100,5	100,9	99,8	99,4
1995	100,6	93,2	131,8	102,6
1996	101,6	93,2	135,9	104,0
1997	101,9	92,7	144,5	109,1
1998	101,6	92,5	147,9	109,1

Kaynak:FAO web sayfası (www.fao.org).

4.2. Bitkisel ve Hayvansal Ürünler Talebi

Tarım sektörünün, her ülkede toplumun besin maddeleri ihtiyacını ve sanayinin ihtiyaç duyduğu hammaddeyi sağlaması bakımından önemi büyüktür.

Tarım ürünlerinin yurtiçi talebi, toplam nüfus, nüfusun yaş ve cinsiyete göre dağılımı, gelir seviyesi ve dağılımı, ürün fiyatları, tüketim alışkanlıkları, zevkler, vb. faktörlere bağlı olarak oluşmaktadır (Güneş ve ark., 1995). Bu durumda, uzun dönemde tarım ürünlerinin yurtiçi talebini belirleyen iki temel unsurun nüfus ve gelir olduğu söylenebilir. Türkiye'de nüfusun ve gelirin artması, gıda harcamalarının toplam harcamalar içindeki payının %35,6 (DİE, 1997) oranında olması, tarım ürünlerine olan talebin artacağını göstermektedir. Bu bağlamda, artan nüfus ve artan gelirin tarım ürünleri talebinde meydana getireceği artışın hesaplanması, bu artışın tarım ürünleri üretimindeki artışla ne ölçüde karşılanabileceğinin araştırılması açısından önemlidir.

Bu açıklamalar doğrultusunda, gelir ve nüfus artışına bağlı olarak Türkiye'de bazı tarım ürünleri için talep artış hızları hesaplanmış ve sonuçlar çizelge 4'te verilmiştir. Hesaplama, $\Delta T = \Delta N + \Delta G \cdot eg$ formülü yardımıyla yapılmıştır. Burada, ΔT : yıllık talep artış hızını, ΔG : yıllık gelir artış hızını ve eg : gelir-talep esneklik katsayısını göstermektedir. Nüfus artış hızı olarak, 1990-1997 dönemi nüfus artış hızı olan %1,51, gelir artış hızı olarak 1990-1997 dönemi GSMH artış hızı olan %3,9 kullanılmıştır. Gelir-talep esneklik katsayıları ise, yöresel düzeyde çeşitli ürün ve ürün grupları için yapılmış çalışmalarda ve TOKB'nın (1987) ulusal düzeyde yaptığı ve esneklik katsayısının yaz ve kış olarak ayrı ayrı verildiği çalışmada verilen değerlerin ortalaması alınarak bulunmuştur.

Türkiye'de bitkisel ürünlerdeki talep artış hızı genel olarak bazı istisnalar hariç hayvansal ürünlerdeki talep artışından daha düşüktür. Çünkü, Türkiye'de gıda tüketimi bitkisel ürün ağırlıklı olup, hayvansal ürün tüketimi, hayvansal ürünlerin üretim miktarlarındaki düşüklüğe bağlı olarak yetersiz düzeydedir.

Çizelge 4. Türkiye'de Bazı Tarım Ürünlerinde Yıllık Talep Artışı

Ürünler	Tahıllar	Kuru Bak. ve Yağlı Tohumlar	Süt ve Mamulleri	Et	Sebze ve Meyve	Sıvı ve Katı Yağ
Eg	0,23	0,20	0,70	1,00	0,60	0,50
ΔT	2,42	2,29	4,24	5,41	3,85	3,46

Türkiye'de gıda maddeleri tüketimi, kalori ve protein tüketimi bazında incelendiğinde, kişi başına toplam kalori ve protein tüketiminin dünya ortalamasının üzerinde olduğu görülmektedir. Ancak, Türkiye'de bitkisel kalori tüketimi Dünya, Gelişmiş Ülkeler ve Gelişmekte Olan Ülkelerden daha yüksek olmasına

karşın, hayvansal kalori tüketiminin Dünya ve Gelişmiş Ülkeler ortalamasının altında olduğu görülmektedir (Çizelge 5). Ayrıca, Dünyada ve Gelişmekte Olan Ülkelerde kişi başına hayvansal kalori tüketimi artarken, Türkiye’de azalması dikkati çeken önemli bir noktadır.

Türkiye’de kişi başına bitkisel protein tüketimi de Dünya, Gelişmiş Ülkeler ve Gelişmekte Olan Ülkeler ortalamasının üstünde, kişi başına hayvansal protein tüketimi ise dünya ortalamasına yakın olup, Gelişmiş Ülkelerin altındadır (Çizelge 5).

Türkiye’de bitkisel ve hayvansal ürünlerde üretim artış hızları ile talep artış hızları karşılaştırıldığında, özellikle hayvansal üretimi bugünküne göre daha hızlı artırma gereği ortaya çıkmaktadır. Nitekim, 1990’lı yıllarda hayvansal üretim indeksi sekiz yılda yaklaşık %9 oranında artmışken, talep artış hızının yıllık %4-5 civarında olduğu belirlenmiştir (Çizelge 3 ve 4).

Bu açıklamalara bağlı olarak, Türkiye’de tarım sektörünün nüfusun beslenmesindeki önemli rolünü sürdürdüğü, Türkiye’de tarım ürünleri üretimindeki gelişmelerin, özellikle hayvansal ürünlerdeki talep artışını karşılamaktan uzak olduğu söylenebilir.

4.3. İşlenmiş Tarım Ürünleri Arz ve Talebi

Türkiye’de doğal koşulların uygunluğuna bağlı olarak büyük bir gıda maddeleri üretim kapasitesi bulunduğundan, tarım ürünlerini işleyen sanayiler bakımından da büyük bir potansiyel söz konusudur. Gıda maddeleri üretimi ve gıda sanayii hem birbirini tamamlayan hem de birlikte ekonomik gelişmeye katkı sağlayan önemli ekonomik faaliyet alanlarıdır.

Türkiye nüfusunun yılda %1,51 oranında arttığı, dolayısıyla nüfusuna her yıl yaklaşık 1 milyon kişinin katıldığı bir ülkedir. Diğer yandan, belirli bir ekonomik gelişme, sanayileşme, kentleşme ve eğitim düzeyinin yükselmesi, kırsal nüfusun azalması gibi nedenler toplumun beklentilerini yükselterek daha iyi yaşama isteğini güçlendirmektedir. Böylece, nüfus artışı ile gıda maddelerine karşı toplam talep artmakta, ikinci olarak da gelirin artması ve kentleşme sonucu talep yapısı değişmekte ve hem miktar, hem de kalite olarak gıda maddelerine olan talep artmaktadır.

Türkiye’de işlenmiş tarım ürünleri arzı, talebi ve dış ticaret durumu çizelge 6’da verilmiştir. İşlenmiş tarım ürünleri üretimi içinde ilk sırayı %35,3 oranı ile un ve unlu mamuller almakta, un ve unlu mamuller üretimini sırasıyla bitkisel yağlar (%13,2), meyve ve sebze işleme sanayii ürünleri (%12,2), şeker ve şekerli mamuller (%11,5) ve mezbaha ürünleri (%11,1) izlemektedir.

Çizelge 5. Çeşitli Ülkelerde Kişi Başına Tüketilen Kalori (Kalori/gün) ve Protein Miktarı (gr/gün)

Yıllar	Dünya			G.Ü			G.O.Ü			Türkiye		
	Toplam	Bitkisel	Hayvansal	Toplam	Bitkisel	Hayvansal	Toplam	Bitkisel	Hayvansal	Toplam	Bitkisel	Hayvansal
Kalori Tüketimi(kalori/gün)												
1980	2525	2137	388	3255	2349	906	2274	2074	200	3379	2936	443
1985	2633	2228	405	3283	2345	937	2415	2189	226	3447	3017	430
1990	2701	2285	415	3329	2389	940	2504	2253	251	3566	3167	399
1995	2736	2302	434	3206	2338	868	2598	2291	307	3524	3114	410
1996	2764	2331	433	3222	2362	860	2631	2322	309	3513	3108	405
1997	2782	2341	441	3240	2386	854	2650	2328	322	3525	3128	397
Protein Tüketimi (gr/gün)												
1980	66,5	43,2	23,3	99,7	43,2	56,5	55,1	43,4	11,7	98,0	71,2	26,8
1985	69,3	45,0	24,3	101,0	43,2	57,8	58,7	45,6	13,1	102,5	74,7	27,8
1990	71,1	45,9	25,2	103,0	43,8	59,2	61,1	46,5	14,6	102,1	76,4	25,7
1995	72,7	46,2	26,5	97,7	42,8	55,0	65,3	47,2	18,1	102,1	75,2	26,3
1996	73,5	46,8	26,7	98,1	43,3	54,8	66,4	47,9	18,5	100,9	73,6	26,0
1997	73,9	46,9	27,1	98,3	43,6	54,7	67,0	47,8	19,2	97,9	71,3	25,5

Kaynak:FAO web sayfası (www.fao.org)

İşlenmiş tarım ürünlerine ilişkin talep yapısı incelendiğinde ise yine ilk sırayı %37,2 ile un ve unlu mamuller almaktadır. İşlenmiş tarım ürünleri talebinde %20,1 ile ikinci sırayı süt ve süt mamulleri alırken, bunu %15,7 ile mezbaha ürünleri, %13,4 ile bitkisel yağlar takip etmektedir. Türkiye işlenmiş tarım ürünlerinden mezbaha ürünleri, süt ve süt mamulleri, bitkisel yağlar ve yem sanayii ürünlerinde net ithalatçı, diğerlerinde ise net ihracatçı konumundadır.

Çizelge 6. İşlenmiş Tarım Ürünlerinde Yurtiçi Talep, Üretim, Dışsatım ve Dışalım Değeri (1997 yılı, milyar TL, 1994 yılı fiyatları ile)

MALLAR	Üretim	Talep	Dışsatım	Dışalım	Dış Tic. Dengesi
Mezbaha Ür.	67.933	86.587	2.039	16.783	-14.7444
Süt ve Mamulleri	54.769	55.928	624	1.307	-683
Su Ürünleri Mam.	4.646	6.265	2.688	1.523	1.165
Un ve Mamulleri	216.194	204.792	14.128	2.537	11.591
Meyve Sebze İşleme	74.473	26.278	45.565	1.468	44.097
Bitkisel Yağ	80.798	73.881	11.627	16.902	-5.275
Şeker Şekerli Mam.	70.671	53.840	10.252	2.094	8.158
Diğer Gıda Sanayii	18.926	18.674	5.621	4.754	867
Yem Sanayii	24.436	24.378	186	675	-489
TOPLAM	612.846	550.623	92.730	48.043	44.687
MALLAR	%	%	%	%	
Mezbaha Ür.	11,1	15,7	2,2	34,9	-
Süt ve Mamulleri	8,9	20,1	0,7	2,7	-
Su Ürünleri Mam.	0,8	1,1	2,9	3,2	-
Un ve Mamulleri	35,3	37,2	15,2	5,3	-
Meyve Sebze İşleme	12,2	4,8	49,1	3,1	-
Bitkisel Yağ	13,2	13,4	12,5	35,2	-
Şeker ve Şekerli Mam.	11,5	9,8	11,1	4,4	-
Diğer Gıda Sanayii	3,1	3,4	6,1	9,9	-
Yem Sanayii	4,0	4,4	0,2	1,4	-
Toplam	100,0	100,0	100,0	100,0	-

Kaynak: DPT, 1997. Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler, Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000) 1997 Yılı Programı Destek Çalışmaları, Ankara.

5. TÜRKİYE'NİN TARIM ÜRÜNLERİ DIŞ TİCARETİ

Tarımsal ürünler Türkiye'nin dış ticaretinde önemli bir yere sahiptir. 1990 yılında 3300 milyon dolar olan tarımsal ürünler ihracatı 1997 yılında 5466 milyon dolar düzeyine ulaşmıştır. Söz konusu dönemde yaklaşık %66 oranında bir artışla hızlı bir gelişme gösteren ihracat dış talepte yaşanan olumsuz gelişmeler nedeniyle 1998 yılında %8 azalarak 5031 milyon dolar seviyesine gerilemiştir (Çizelge 7).

Çizelge 7. Türkiye Tarımsal Ürünler İhracatı (Milyon \$)

	1990	1995	1996	1997	1998
TARIMSAL ÜRÜNLER	3300	4539	4935	5466	5031
1. GIDA MADDELERİ	2906	4226	4545	5131	4668
1.1. Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	2304	3416	3553	4076	3756
Canlı hayvanlar	204	132	85	83	48
Et ve et ürünleri	25	23	27	26	24
Süt ve süt ürünleri	12	26	37	52	51
Balık, yumuşakça, kabuklu vb.	69	85	101	123	94
Hububat ve hububattan hazırlanmış ürünler	74	438	507	636	580
Meyveler ve sebzeler	1735	2176	2215	2466	2347
Şeker, şekerli ürünler ve bal	26	196	211	270	231
Kahve, çay, kakao ve baharat vb.	81	125	144	172	158
Hayvan yemleri	6	10	15	8	5
Diğer gıda maddeleri	72	204	211	241	219
1.2. İçki, tütün ve mamülleri	455	467	738	754	642
Alkollü ve alkolsüz içkiler	13	86	105	71	55
Tütün ve mamülleri	442	381	633	683	587
1.3. Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	139	324	231	271	238
1.4. Yağlı tohumlar ve meyveler	7	18	23	30	32
2. TARIMSAL HAMMADDELER	394	313	390	335	363
Deri, kösele ve ham postlar	1	3	4	2	21
Tabii, sentetik ve rejenerer kauçuk	7	15	13	8	8
Tabii mantar ve yuvarlak ağaçlar	19	27	17	31	30
Odun hamuru ve kağıt döküntüleri	0,2	2	0,5	0,5	0,6
Dokunmaya elverişli lifler ve döküntüleri	277	168	278	212	219
Bitkisel ve hayvansal diğer hammaddeler	92	99	77	82	84

Kaynak: DPT, 1999. Temel Ekonomik Göstergeler, Ankara.

ITC, 1999. International Trade Center web sayfası (www.intracen.org).

Tarımsal ürünlerin büyük bölümünü oluşturan gıda maddeleri ihracatı 1990-97 yılları arasında sürekli artmış ancak 1998 yılında yaklaşık %9 oranında azalarak 5131 milyon dolardan 4668 milyona gerilemiştir. Gıda maddelerinin önemli kalemlerinden hububat ve mamülleri ihracatı 1998 yılında bir önceki yıla göre %8,8 düşüşle 580 milyona gerilemiştir. Bu düşüşteki önemli etken Rusya Federasyonu'nda yaşanan ekonomik kriz sonucu ortaya çıkan talep daralması gösterilmektedir (DTM, 1999a).

Canlı Hayvan ihracatında yıllar itibarıyla görülen gerileme 1998 yılında daha büyük oranlara ulaşmıştır. 1998 yılı canlı hayvan ihracatı 1997 yılına göre %42,1 oranında azalarak 48 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Buna göre canlı hayvan ihracatında yaşanan, canlı hayvan varlığındaki azalış, verim düşüklüğü, girdi fiyatlarının yüksekliği, hastalıklar gibi sorunların devam ettiği söylenebilir.

Gıda maddeleri ihracatında en önemli kalem olan meyve sebze mamülleri ihracatı 1990-1997 yılları arasında sürekli artmıştır. Hemen hemen diğer tüm sektörlerde olduğu gibi meyve sebze mamülleri ihracatı da krizden etkilenerek 1998 yılında bir önceki yıla göre %4,9 azalmış ve 2347 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Söz konusu sektörlerde yaşanan krizde Rusya Federasyonunda yaşanan ekonomik krizin yanı sıra bazı Ortadoğu ülkelerinin Türkiye'den mal alımlarını durdurmuş olmaları da etkili olmuştur.

1990 yılında 442 milyon dolar olan tütün ve mamulleri ihracatı %54 artarak 1997 yılında 683 milyon dolara ulaşmıştır. Ancak 1998 yılında bir önceki yıla göre %14 azalarak 587 milyon dolara inmiştir. Türkiye tütün ihracatındaki azalmanın en önemli sebebi, Tekel işletmelerinin stoklarını son iki yıl içerisinde uygun fiyatla yabancı alıcılara satmasıyla, yabancı alıcıların depolama kapasitelerinin üzerinde alım yaparak 1998 yılında Türkiye'den tütün alımlarının azaltmaları gösterilmektedir.

Gıda maddeleri alt sektörleri ihracatında görülen azalma hayvansal ve bitkisel yağ ihracatında da görülmektedir. 1990 yılında 139 milyon dolar olarak gerçekleşen ihracat 1997 yılında %95 oranındaki artışla 271 milyon dolara çıkmış, 1998 yılında %12,3 azalarak 238 milyon dolara inmiştir. Bu ürün grubunda yeralan mısırozü yağı, margarin ve zeytinyağı ihracatında yaşanan düşüş hayvansal ve bitkisel yağ ihracatının düşmesinde etkili olmuştur.

Tarımsal hammadde ihracatı dalgalı bir seyir izlemektedir. 1990 yılından 1997 yılına %15 azalmış ve 335 milyon dolar olmuştur. Ancak 1998 yılında diğer sektörlerin aksine %8,3 oranında yükselerek 363 milyon dolara çıkmıştır. Söz konusu bu artışa rağmen 1998 yılı ihracatı 1996 yılındaki ihracatın altında kalmıştır. Tarımsal hammaddelerin en önemli alt grubu olan dokunmaya elverişli lifler ihracatı sektördeki ihracat artışına paralellik göstermiş ve bir önceki yıla göre %3,3 artarak 1998 yılında 219 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir.

Ülke gruplarına göre Türkiye'nin tarımsal ürünler dış ticaretine bakıldığında AB-EFTA ülkelerinin Türkiye'nin dış ticaretinde son derece önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Türkiye tarımsal ürünler ihracatının neredeyse yarısını AB-EFTA ülkelere yapılan ihracat oluşturmaktadır. Türkiye'nin söz konusu bu ülkelere yaptığı tarımsal ürünler ihracatı 1996 yılında 2165 milyon dolar iken 1997 yılında %6,6 artarak 2308 milyon dolara ulaşmıştır (Çizelge 8). Ancak 1998 yılında %5,5 azalmış ve 2182 milyon dolara gerilemiştir. AB-EFTA ülkelere yapılan tarımsal ürünler ihracatının ortalama %70'ini meyve-sebze ve mamulleri ihracatı oluşturmaktadır.

Çizelge 8. Türkiye Tarımsal Ürünler İhracatının Ülke Gruplarına Dağılımı (Milyon \$)

	1996	1997	1998
AB-EFTA			
TARIMSAL ÜRÜNLER	2165	2308	2182
1. Gıda maddeleri	1937	2108	1982
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	1633	1817	1748
İçki, tütün ve mamulleri	238	222	169
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	49	55	49
Yağlı tohumlar ve meyveler	16	14	15
2. Tarımsal hammaddeler	228	199	200
NAFTA			
TARIMSAL ÜRÜNLER	397	-	407
1. Gıda maddeleri	391	-	395
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	125	-	119
İçki, tütün ve mamulleri	243	-	251
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	21	-	23
Yağlı tohumlar ve meyveler	1	-	2
2. Tarımsal hammaddeler	6	-	12
ORTADOĞU			
TARIMSAL ÜRÜNLER	682	631	604
1. Gıda maddeleri	649	597	562
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	541	478	456
İçki, tütün ve mamulleri	44	61	49
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	63	55	55
Yağlı tohumlar ve meyveler	1	3	1
2. Tarımsal hammaddeler	33	34	42
RUSYA FEDERASYONU			
TARIMSAL ÜRÜNLER	347	433	332
1. Gıda maddeleri	345	432	330
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	281	364	272
İçki, Tütün ve mamulleri	56	47	26
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	7	19	29
Yağlı tohumlar ve meyveler	1	3	3
2. Tarımsal hammaddeler	2	1	2

Kaynak: DTM, 1999b. Dış Ticaret Müsteşarlığı web sayfası (www.dtm.gov.tr)

Dünya tarımsal ürünler ithalatından ortalama %1,5 pay alan Ortadoğu ülkelerinin Türkiye tarımsal ürünler ihracatındaki payı ise ortalama %12'dir. Ancak bu ülkelere yaptığımız ihracat yıllar itibarıyla azalma göstermektedir. 1996 yılında 682 milyon dolar olan Ortadoğu yapılan tarımsal ürünler ihracatı %11,4 azalarak 1998 yılında 604 milyon dolara gerilemiştir.

NAFTA'ya yapılan tarımsal ürünler ihracatı toplam tarımsal ürünler ihracatının %8'dir. Dünya tarımsal ürünler ithalatının ortalama %14 gibi önemli sayılabilecek bir bölümünü oluşturan NAFTA'nın 1998 yılında yapmış olduğu 83168 milyon dolarlık ithalattan Türkiye'nin aldığı pay ise sadece %0,5 düzeyindedir.

NAFTA'ya yaptığımız tarımsal ürünler ihracatının yaklaşık %62'sini oluşturan tütün ve mamülleri ihracatında bir önceki yıla göre görülen %4,3 oranındaki azalma bu ülkelere yaptığımız ihracatı 1998 yılında %3 azaltmıştır.

Rusya Federasyonuna yapılan ihracatta 1997 yılında görülen %24,7 oranındaki artıştan sonra 1998 yılında %23,3 oranında büyük bir gerileme gözlenmiştir. Bu durum en önemli sebebi ise 1998 yılında ülkede yaşanan ekonomik krizdir. Kriz sonucunda 1997 yılında 433 milyon dolar olan Rusya Federasyonuna yapılan ihracat 1998 yılında 332 milyon dolara inmiştir.

1990 yılında 2807 milyon dolar olan tarımsal ürünler ithalatımız %75,5 gibi büyük bir hızla artarak 1997 yılında 4927 milyon dolara ulaşmıştır. Bu artış 1998 yılında hız kesmiş ve 1998 yılında bir önceki yıla göre %12,3 azalarak 4319 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir (Çizelge 9).

Tarımsal ürünler grubunda yer alan gıda maddeleri ithalatı 1990-97 döneminde %42,8 artmıştır. 1998 yılında ise %12,8 oranında azalarak 2649 milyon dolardan 2310 milyon dolara düşmüştür. Gıda maddeleri alt grupları içinde yağlı tohumlar ve meyveler dışında kalan alt grupların hepsinde 1998 yılında bir önceki yıla göre azalma eğilimi devam etmiştir. Yağlı tohumlar ve meyvelerdeki artış ise %17,5 oranında gerçekleşmiştir.

Tarımsal hammaddeler ithalatı 1990-97 döneminde düzenli olarak artmış, 1997 yılında 2278 milyon dolar olarak gerçekleşmiştir. Ancak 1998 yılında %11,8 azalarak 2278 milyon dolardan 2009 milyon dolara gerilemiştir.

Türkiye tarımsal ürünler ithalatının ortalama %29'u AB-EFTA ülkelerinden yapılmaktadır. Bu ülke grubundan yaptığımız ithalat yıllar itibariyle azalış göstermektedir. 1998 yılındaki azalış ise %13,6 olarak gerçekleşmiştir. AB-EFTA ülkelerinden yaptığımız tarımsal ürünler ithalatının ortalama %55'ini tarımsal hammaddeler oluşturmaktadır (Çizelge 10).

NAFTA'nın Türkiye'nin tarımsal ürünler ithalatından aldığı pay ortalama %21 düzeyindedir. 1998 yılında 1996 yılına göre %6,9 azalarak 949 milyon dolarlık ithalat gerçekleştirilmiştir. Hububat ve mamulleri, tütün ve mamulleri ile tarımsal hammaddeler NAFTA ülkelerinden ithal ettiğimiz en önemli ürün gruplarını oluşturmaktadır.

Türkiye tarımsal ürünler ihracat ve ithalatı, 1997 yılında ortaya çıkan Asya krizinin etkilerini yansıtan 1998 yılı ihmal edilirse sürekli artmaktadır. Ancak ithalattaki artış hızı (1990-97 döneminde %75,5) ihracattaki artış hızının (1990-97 döneminde %66) üzerindedir. Buna göre Türkiye'nin son yıllarda tarımsal ürünler ihracatçısı ülke konumundan, tarımsal ürünler ithalatçısı ülke konumuna doğru kaydığı söylenebilir.

Çizelge 9. Türkiye Tarımsal Ürünler İthalatı (Milyon \$)

	1990	1995	1996	1997	1998
TARIMSAL ÜRÜNLER	2807	4491	4803	4927	4319
1. GIDA MADDELERİ	1856	2497	2780	2649	2310
1.1. Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	1180	1481	1749	1426	1165
Canlı hayvanlar	109	343	166	19	26
Et ve et ürünleri	17	78	26	1	0
Süt ve süt ürünleri	19	36	42	33	37
Balık, yumuşakça, kabuklu vb.	10	36	35	52	43
Hububat ve hububattan hazırlanmış ürünler	564	462	773	718	480
Meyveler ve sebzeler	55	88	94	176	183
Şeker, şekerli ürünler ve bal	301	203	293	44	15
Kahve, çay, kakao, baharat vb.	39	102	105	120	132
Hayvan yemleri	53	101	150	184	158
Diğer gıda maddeleri	14	32	66	79	91
1.2.İçki, tütün ve mamülleri	346	173	291	393	319
Alkollü ve alkolsüz içkiler	8	13	19	10	12
Tütün ve mamülleri	337	160	272	383	307
1.3. Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	298	638	490	570	521
1.4. Yağlı tohumlar ve meyveler	33	205	250	260	305
2.TARIMSAL HAMMADELER	952	1994	2023	2278	2009
Deri, kösele ve ham postlar	129	464	676	589	373
Tabii, sentetik ve rejenere kauçuk	91	241	240	205	167
Tabii mantar ve yuvarlak ağaçlar	132	145	182	167	186
Odun hamuru ve kağıt döküntüleri	80	246	127	144	153
Dokunmaya elverişli lifler ve döküntüler	488	832	727	1090	1022
Bitkisel ve hayvansal diğer hammaddeler	32	65	72	83	108

Kaynak: DPT, 1999. Temel Ekonomik Göstergeler, Ankara.

ITC, 1999. International Trade Center web sayfası (www.intracen.org).

Çizelge 10. Türkiye Tarımsal Ürünler İthalatının Ülke Gruplarına Dağılımı (Milyon \$)

	1996	1997	1998
AB-EFTA			
TARIMSAL ÜRÜNLER	1517	1368	11852
1. Gıda maddeleri	754	562	523
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	629	374	330
İçki, tütün ve mamülleri	43	57	64
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	72	112	122
Yağlı tohumlar ve meyveler	10	19	8
2. Tarımsal hammaddeler	763	806	658
NAFTA			
TARIMSAL ÜRÜNLER	1019	-	949
1. Gıda maddeleri	853	-	604
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	450	-	206
İçki, tütün ve mamülleri	218	-	226
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	137	-	115
Yağlı tohumlar ve meyveler	49	-	57
2. Tarımsal hammaddeler	165	-	345
ORTADOĞU			
TARIMSAL ÜRÜNLER	160	235	194
1. Gıda maddeleri	32	81	55
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	30	68	34
İçki, tütün ve mamülleri	1	0	0
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	0	4	6
Yağlı tohumlar ve meyveler	1	9	15
2. Tarımsal hammaddeler	128	154	139
RUSYA FEDERASYONU			
TARIMSAL ÜRÜNLER	292	221	260
1. Gıda maddeleri	157	67	116
Canlı hayvanlar ve gıda maddeleri	12	3	29
İçki, tütün ve mamülleri	0	0	0
Hayvansal ve bitkisel yağlar ve mumlar	4	3	2
Yağlı tohumlar ve meyveler	140	61	85
2. Tarımsal hammaddeler	135	154	144

Kaynak: DTM, 1999b. Dış Ticaret Müsteşarlığı web sayfası. www.dtm.gov.tr

6. SONUÇ

Dünya tarımsal ürün ticaret hacmi daralma eğilimindedir ve piyasada rekabet artmaktadır. Bunun yanısıra, tarım ürünlerinin dünya fiyatlarındaki gerileme, ihracatçı ülkelerin gelirlerinin azalmasına neden olmaktadır. Son yıllarda etkili olan piyasa koşullarının, özellikle rekabet gücü zayıf ülkelerin tarımsal ürün ticaretini olumsuz etkilemesi kaçınılmazdır. Bu nedenle ekonomileri az ya da çok tarımsal ürün ticaretine bağımlı (duyarlı) ülkelerde, tarım sektörünün iç ve dış pazarlarda rekabet edebilecek güçlü bir yapıya kavuşturulması, büyük önem taşımaktadır. Böyle bir yapının tesisi, ancak, üretim aşamasından başlayıp, pazarlamanın son aşamasına kadar geçen süreçteki tüm unsurlarda sağlam temellere dayalı güçlü yapıların oluşturulmasıyla olanaklıdır.

Türkiye'de tarım sektörü bu çerçevede değerlendirildiğinde şöyle bir yapı ortaya çıkmaktadır. Ülkemizde tarımsal ürün üretimi, bazı istisnalar dışında, iç talebi karşılayabilecek durumdadır. Son dönemlerdeki gelişmelere rağmen, tarım sektörü ulusal ekonomideki önemini, özellikle istihdam ettiği nüfus bakımından, korumaktadır. Dolayısıyla, ülke, tarım ürünleri ticaretine duyarlı bir yapıdadır. Tarımsal üretimde verim, henüz arzulanan düzeye ulaşmamıştır ve gerek iç, gerekse dış pazarlama organizasyonunda etkinliği azaltıcı unsurlar bulunmaktadır. Pazarlama organizasyonundaki yetersizlik, tarımsal üretimin gelişmesini yavaşlatan faktörlerden biridir. Oysa Türkiye'nin dünya pazarına daha fazla ve daha iyi koşullarla tarımsal ürün satması, satışlarını zaman içinde hammadde-lerden işlenmiş ürünlere doğru kaydırarak artırması ve böylece dünya pazarındaki payını büyümesi gerekmektedir.

Bunun gerçekleştirilmesi için, sektörde yapılması gereken temel düzenlemelerden başlıcaları şunlardır:

- İç ve dış piyasa koşulları dikkate alınarak, tarımsal üretim politikası oluşturulmalıdır.

- Üretimde verim ve kaliteyi artıracak stratejiler belirlenmelidir.

- Pazarlama alt yapısı iyileştirilmelidir.

- Üreticiler arasında, pazarlama kuruluşları arasında ve üreticilerle pazarlamacılar ve işleme sanayii arasında yatay ve dikey entegrasyonu sağlamak için örgütlenme teşvik edilmelidir.

- İç ve dış pazarlama organizasyonunda kurumsal yapı, görev ve yetki dağılımının yeniden düzenlenmesi ve arz konsantrasyonunun artırılması suretiyle, iyileştirilmelidir.

- Dış ticaret politikası oluşturularak, buna uygun stratejiler belirlenmelidir.

- Pazarlamada vergi kayıplarını ve haksız rekabeti önleyecek ve piyasanın şeffaflığını sağlayacak düzenlemeler (ürün borsaları, zorunlu standardizasyon uygulamaları vb.) yapılmalıdır.

- Tarıma dayalı sanayilerin gelişmesi teşvik edilmelidir.

KAYNAKLAR

Aras A., 1985. Dışsatımda Etkin Bir Organizasyon Modeli, Tarım Ürünleri Dış Pazarlaması Simpozyumu, TÜBİTAK Yayınları No:618, Ankara.

Aksoy Ş., 1992. Marketing Management in the Exporting of Fresh Fruit and Vegetables to the EC, Doktora Tezi, The University of Bath, İngiltere.

DİE, 1991. Genel Tarım Sayımı, Tarımsal İşletmeler (Hanehalkı Araştırma Sonuçları). Ankara.

DİE, 1997. 1994 Hanehalkı Tüketim Harcamaları Anketi Sonuçları. T.C. Başkanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, Yayın No:2030, Ankara.

DPT, 1997. Ekonomik ve Sosyal Sektörlerdeki Gelişmeler, Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (1996-2000) 1997 Yılı Programı Destek Çalışmaları, Ankara.

DPT, 1999. Temel Ekonomik Göstergeler, Ankara.

- DTM, 1999a. Dış Ticaret Müsteşarlığı web sayfası (www.dtm.gov.tr), Dünya Ekonomisi ve Ticaretindeki Gelişmeler.
- DTM, 1999b. Dış Ticaret Müsteşarlığı web sayfası (www.dtm.gov.tr).
- Erkal, S., Şafak A., 1991. Türkiye'de Yaş Meyve ve Sebze Pazarlaması, TOK Dergisi Sayı: 59, Ankara.
- Gündüz M., 1997. Bahçe Ürünlerinde Pazar Yapısı, Muhafaza, Pazarlama Sistemleri ve Dış Ticaret İlişkileri, Bahçe Ürünlerinde Muhafaza ve Pazarlama Sempozyumu Bildirileri, 21-24 Ekim. Atatürk Bahçe Kültürleri Merkezi Araştırma Enstitüsü, Yalova.
- Güneş T., Yurdakul O., Arıkan R., Eraktan S., Vural H., Konak K., Abay C., Tömük A., 1989. Türkiye'de Tarım Ürünlerinin Pazarlanması, Standardizasyonu, Sorunları ve Çözüm Yolları, Türkiye Ziraat Mühendisliği 3. Teknik Kongresi 8-12 Ocak 1990, TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası, Ankara.
- Güneş T., Konak K., Turan A., Güneş E., Tanrıvermiş H., 1995. Tarım Ürünlerinin Yurtiçi Pazarlaması, TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası Türkiye Ziraat Mühendisliği Teknik Kongresi, 9-13 Ocak 1995, T.C Ziraat Bankası Kültür Yayınları No: 26, Ankara.
- Güngör G., 1998. Hammadesi Buğday Olan Çeşitli İmalat Sanayilerinde Gelir, Kurumlar ve Katma Değer Vergisi Miktarına ilişkin Kayıplar, Tekirdağ Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası, Yayın No:3. Tekirdağ.
- Karacan R. A., 1992. Tarım Sektöründe Kooperatif Dışı Örgütlenme, 2000'li Yıllara Doğru Türkiye Tarımı, TMMOB Ziraat Mühendisleri Odası, Ankara. FAO Web Sayfası (www.fao.org).
- ITC, 1999. International Trade Center web sayfası (www.intracen.org).
- TOKB, 1987. Gıda Tüketimi ve Beslenme, Tarım Orman ve Köyişleri Bakanlığı Unicef, Ankara.
- TZOB, 1996. Zirai ve İktisadi Rapor 1994-1996. Yayın No: 178, Ankara.