

YAR. DOÇ. DR. FİGEN CEYLAN
Akdeniz Üniversitesi
Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü

Beklentiler gerçekleşirken

Tarımda fiyatların yükselmesi yalnızca hava koşullarıyla ilişkili değil. Üreticinin toprağı bırakmasına engel olacak önlemlere ihtiyacımız var. Aksi takdirde, iklimi değişmekte olan dünyaya tarımsal üretimi giderek terk eden bir Türkiye hediye etmiş olacağız.

Tarım öngörülebilirliği en zor sektördür diyebiliriz. Bunu üreticilerimiz ve tarımdan geçinen herkes kendi deneyimleri ile doğrulayabilir. Yağış miktarındaki ve hava koşullarındaki ani değişim, pazara çıkışta aracılarla iletişimde yaşanan bir problem, merkezden gelen bir karar ve ticareti etkileyen güncel olaylar fiyatı etkilerken, aslında bir sonraki dönemin üretim ve fiyatını da etkiler. Ülkemiz iklim kuşağı avantajları ve artık endüstriyelleşmiş seracılık sistemi ile özellikle meyve ve sebze üretiminde özel bir konuma sahip. Depolama sistemlerinin gelişiminin de etkisiyle dört mevsim taze sebze ve meyveye erişebiliyoruz. Peki, bu özel konumdan kaynaklanan avantajlar süreklilik arz ediyor mu? İşte burada cevap bizi ani ve belki de sonrasında oluşan kalıcı değişiklikleri değerlendirmeye götürüyor.

2014 yazında Akdeniz bölgesinde iklim iki ayrı şekilde üreticiyi etkiledi. Aşırı kuraklık verimi etkilerken, ani bastıran yağışlar -ki bu yağışlar bazen mevsim normali dışında dolu yağışı şeklinde oldu- ekili ürünler üzerinde etkili oldu. Kuraklık her geçen gün daha büyük bir tehdit haline geliyor. 2014 yazında yağış azlığı ile sulama barajlarında su seviyesinin tehlikeli ölçüde düştüğünü ve yeraltı su kaynaklarının giderek kaybolmaya başladığını biliyoruz. Tam da bu aşamada meyve ve sebze fiyatları ile ilgili beklentiler yükselmeye başladı. Ağustos ayının öngörüleri Kasım sonuna kadar özellikle meyve fiyatlarının yüzde 20 ve üzerinde artmış olması üzerineydi. Öngörüler kış ekimi ürünlerinin piyasaya çıkmasıyla fiyatların eski seyrine döneceğini işaret etmişti. Ancak kelimenin tam karşılığı ile kış bir türlü gelmedi. Kışın gelmemesi, üreticiler için düzenli yağışın gelmemesi anlamına geldi. Dolayısıyla ürünün piyasa giriş fiyatı yükselmeye Ekim ayında ve Kasım ayı içerisinde de devam etti.

Fiyatlar bize ne anlatıyor?

Üreticinin ürünü pazara çıkardığı merkezlerde meydana gelen fiyat değişimlerine göz atmak, fiyat artışı derken ne kast ettiğimizi daha net anlamamızı sağlayacak. Antalya haline giriş fiyatı ortalamalarına baktığımızda, en düşük ve en yüksek fiyat ortalamalarını değerlendirmiş oluyoruz. 22 Ekim-15 Kasım tarihleri arasında gördüğümüz değişim dikkate değer. Bu süreçte, ortalama fiyatı en fazla artan ürün yüzde 75 ile salatalık. Bunu yüzde 48 ile patlıcan ve yüzde 38 ile sera domatesi takip etti. Adana hali giriş fiyatlarının 17 Ekim-15 Kasım arasındaki değişimine baktığımızda ise, patlıcanda yüzde 58 ve salatalıkta yüzde 44'lük artış görüyoruz. Genel olarak dönemin zam şampiyonunun salatalık olduğunu ve asıl fiyat artışının sebzelerde gerçekleştiğini söylemek yanlış olmaz.



İhracatta azalmanın uzun vadeli sonucu olarak üretimin azalması ve fiyatların yükselmesi kaçınılmaz bir sondur. Ve tarımda "uzun vade" öyle çok da uzun bir süreyi kapsamaz.

Giriş fiyatlarındaki değişime dikkat!

Sebze-meyve üreticisi kentlerimizin hallerindeki durum ortalama fiyatlardaki artışı ortaya koymaya tek başına yeterli. Ama tüketici bir kentteki seyir değişikliğine göz atmakta da fayda var. Konya halinin giriş fiyatlarındaki değişim bu açıdan dikkat çekici. Çıkış hallerinde biber beklentilerin aksine çok yüksek bir artış seyri göstermemişken, Konya halinde 13 Ekim-16 Kasım tarihleri arasında salçalık biber giriş fiyatı ortalama yüzde 63 arttı. Taban fiyatlarında bir değişim olmayan patlıcan ve salatalıktaki tavan fiyat artışı ise sırasıyla yüzde 50 ve yüzde 70. Konya halindeki dikkat çekici bir diğer fiyat değişimi patateste gerçekleşti. Birinci kalite patateste değişim yüzde 40'ları buldu. Bu durum mevsim ve ilgili diğer koşulların sadece örtüaltını ve seracılıkla geçinen üreticiler ile tüketicileri etkilemediğinin bir göstergesi.

Tüm suçlu hava mı?

Üretici hallerindeki fiyat değişimlerinin nedeni özellikle kış ekiminin hasat dönemine denk gelen dolu yağışları ve dikkatimizi artık daha fazla cezbetmesi gereken iklim değişiklikleri gibi görünüyor. Ancak, sebze-meyve hedef kitlesi olan şehirlerdeki fiyat değişim oranı üzerine tekrar düşünmeye değer. Örneğin; mevsim olarak pazara çıkan patates miktarının artması ve dolayısıyla fiyatın düşmesi gerekirken patates fiyatı neden yükselsi? Ve de mevcut değerlendirmeyi ürünlerin hale girmiş olması üzerinden yaptığımızı aklımızdan çıkarmayalım. Ürün olması gerektiği gibi hal üzerinden mi piyasaya sunuluyor? Yoksa diğer aracıların süreçte rolü nedir?

Aşamalı olarak cevap vermeye çalışalım. Öncelikle, yaş meyve-sebze ihracatçısı olan Türkiye'nin temel ihracat ortakları hepimizin bildiği gibi komşuları. Ancak, komşularla ilişkiler dış siyasetin gündemi doğrultusunda çok da iyi gitmiyor. Özellikle güney komşularımız Irak ve Suriye ile olan ihracat ilişkileri son dönemde ciddi anlamda olumsuz etkilendi. İhracat azalırsa, aslında dışarıya satmayı planladığımız ürünün iç piyasaya dönmesi ve ürün fiyatlarının düşmesini beklemeliyiz. Ama yolculuk ve depolama koşulları göz önüne alındığı zaman, ihraç amaçlı yetiştirilen ürünlerin daha yüksek fiyatlı olması da kaçınılmaz. Aynı ürünler iç piyasaya da fiyatları yükseltecek şekilde giriyor diyebiliriz. Bu ihracatın azalmasının kısa vadeli etkisi; uzun vadede üretimin azalması ve fiyatların yükselmesi ise kaçınılmaz bir sondur. Ki hepimizin bildiği gibi tarım sektöründe "uzun vade" öyle çok da uzun bir süreyi kapsamaz.

İki taraf da örgütlenmeli

Yaş meyve sebze ticareti hem üreticilerin hem aracıların para kazanamamaktan hem de tüketicilerin yüksek fiyatlardan şikayet ettikleri bir süreçtir. Bir yandan gıda güvenliği ve yeterliliği için önem arz ederken, diğer yandan değeri milyar dolarlarla ifade edilen sektörün sürdürülebilirliği söz konusu. İç piyasayı ilgilendirecek şekilde hal istisnaları doğrudan üreticiden tüketiciye satış, üretici örgütleri aracılığı ile satış, gıda sanayisi ve alışveriş merkezleri, oteller ile lokantalara satış şeklinde ayrılmaktayken, bunun dışındaki tüm sebze-meyve alışverişinin hal üzerinden yapılması gerekiyor. Peki, aşağıdaki kritik sorular nasıl cevaplanır?

- Halde veya aracılarda ekstra ücret yüklenmesi yapmayan alışveriş merkezlerinin üretici-tüketici arasında oluşturduğu fiyat farkı, ya da gerçek anlamında kârı kontrol edilebilir mi?
- Herkes semt pazarından alışveriş yapsa fiyatlar düşer mi?
- Karın tüccardan daha ziyade üreticide kalacağı ve tüketicinin daha kontrollü fiyat ödeyeceği bir sistem kurmak mümkün mü?

Bu soruların cevabı serbest piyasa ve tarım ilişkisinin değerlendirilmesinde yatıyor. Yaş meyve-sebze ticaretinin merkezden, en azından yerel merkezden kontrol edilebilmiş hali tüketici-üretici fiyat farkının ticari gelire dönüşmesine neden oluyor. Bu durumda tek çıkış yolu üreticilerin örgütlülüğünü arttırması, buna karşılık tüketicilerin de örgütlenme yoluna gitmesidir. Bir başka deyişle; üreticilerin kooperatif ya da birlikler nezdinde örgütlenmesi, mevcut piyasa düzeninde kârın gerçekleştiği merkezi ticaretten üretime çekmenin tek yolu. Bu ifadeden aracıların gereksiz kâr edindiği ya da piyasadan çekilmeleri gerektiği sonucu çıkarılmasın. Aracılar ve dağıtım sistemi olmaksızın değil ihraç piyasalarına, ülke içinde farklı piyasalara erişmek bile özellikle küçük üreticiler için sorun teşkil eder. Ancak, aracıların kazandıklarını beğenmedikleri bir piyasada, üreticilerin de kazanabileceği bir sistem, üreticilerin ürün ve ürün grubu temelli örgütlülüğünü artırması ile mümkün.

Üretime neler oluyor?

Asıl sorun daha kronik. Giderek daha fazla övündüğümüz inşaat sektörü tarımın yerini hızla almakta gibi görünüyor. Ege ve Marmara'da ekili alanlarda ve tarım arazilerinde tespit edilen azalma yüzde 25-30 arasında. Verim artışını ikame edici bir unsur olarak düşünsek bile, bu durum sürdürülmesi halinde gıda güvencesi için de tehdit oluşturabilecek nitelikte. Örneğin, piyasadaki patates fiyat artış seyrini, patates ekimi yapılan arazinin yüzde 25 oranında azalması ile ilişkilendirecek olursak durumun ciddiyeti anlaşılacaktır. Yani fiyatın yükselmesi sadece mevsimsel değil. Bu doğrultuda, üreticinin toprağı ve üretimi bırakmasına engel olacak önlemlere ihtiyacımız var. Ve bu önlemlerin oyunun kurallarını bozmamasına dikkat etmemiz gerekiyor. Buna göre, üreticiyi bilinçlendirmek ve üretimin sürekliliğini sağlamak için piyasadaki tüm aktörlere önemli görevler düştüğünü biliyoruz. Ancak, üreticiler bir arada düşünme ve karar verme mekanizmaları oluşturmadan, eksik bilgiler büyükten küçüğe düzeltilerek aktarılmadan, iklimi değişmekte olan dünyaya tarımsal üretimi giderek terk eden bir Türkiye hediye etmiş olacağız.

Ekim-Kasım aylarında salatalıkta fiyat artışı örnekleri

22 Ekim-15 Kasım tarihleri arasında Antalya haline giriş fiyatı en çok artan ürün yüzde 75 ile salatalık oldu. **%75**

22 Ekim-15 Kasım tarihleri arasında salatalığın Adana haline giriş fiyatı yüzde 44 arttı. **%44**

13 Ekim-16 Kasım tarihleri arasında Konya halinde salatalığın tavan fiyatındaki artış yüzde 70. **%70**