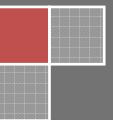


İKV DEĞERLENDİRME NOTU

GIDA ENFLASYONU TARTIŞMALARI:
KOOPERATİFÇİLİK MODELİ

Gökhan KİLİT
İKV Uzman Yardımcısı

İKTİSADİ KALKINMA VAKFI



GIDA ENFLASYONU TARTIŞMALARI: KOOPERATİFÇİLİK MODELİ

TÜİK verilerine göre Temmuz ayında yıllık enflasyon yüzde 9,32'ye ulaşırken, bu yükselişin sorumlusunun gıda fiyatlarındaki artış olarak gösterilmesi, tartışmaları bir anda tarımsal gıda zincirine çevirdi. Tarım üreticisinin fiyatları artırmakla suçlandığı açıklamalar bir süre daha gündemdeki yerini koruyacak gibi.

Ancak açıklamaların aksine tarımsal ürünlerdeki tüketici fiyatları artışı, üretici fiyatlarının çok ötesinde seyrediyor. Her zamanki gibi üretici, tarımsal gıda ürünlerini ucuza satarken, tüketici pahalı yemeğe devam ediyor. Bu nedenle, tarladan markete fiyatların birkaç kat arttığı zincirde, aradaki yüksek fiyat farkının hızlı ve etkin bir biçimde kapatılması gerekiyor. Tarımda hem üreticinin kazanması hem de tüketicinin pahalı ürün tüketmemesi için alınabilecek önlemlerin başında, çiftçinin güçlü bir şekilde örgütlenmesi, üretim planlaması yapılması, pazarlama sorunlarının çözülmesi gelmektedir.

Üretenin (ya da tüketicinin) değil, araçların kazandığı mevcut sistem kırılarak, üreticinin aracısız şekilde tüketiciye ulaşması sağlanmalıdır. Ancak bu sayede hem üretici emeğinin karşılığını alabilir hem de tüketici uygun fiyata ürün bulabilir. Peki kooperatifçilik bu soruna bir çözüm sunabilir mi?

Ekonomik yapılanmanın anahtarı olan kooperatifler

Tarımsal üretimde arz-talep dengesizliği, pazarlama sorunları ancak planlı üretimle çözülebilir. Planlı üretim ise kooperatif ve üretici birliklerinin güçlenmesiyle sağlanabilir. Bu kapsamda kooperatifler yasal boşluk ve karmaşıklıklardan kurtarılmalı, devletin kooperatiflere müdahaleci rolü azaltılarak kooperatifleşme teşvik edilmeli, kooperatifler mali yönden güçlendirilmeli ve desteklenmelidir.

Bilindiği gibi Birleşmiş Milletler (BM), kooperatiflerin yoksullukla mücadeledeki ve sürdürülebilir sosyal ve ekonomik kalkınmadaki rollerine dikkat çekmek ve kooperatifçilik için elverişli bir ortam oluşturulmasına dikkat çekmek için, 2012 yılını "Uluslararası Kooperatifler Yılı" olarak ilan etmiş sloganını da "Kooperatif İşletmeler Daha İyi Bir Dünya Kurar" olarak belirlemişti. BM'nin bu kararı; kooperatif modelinin kalkınmada oynadığı temel rolün tanınması ile insanların kooperatiflere tam katılım sağlamalarının desteklenmesine öncülük etmektedir.

Bu doğrultuda ülkemizde de 2012-2016 dönemi için "Türkiye Kooperatifçilik Stratejisi ve Eylem Planı" hazırlanmıştır. Eylem planı kapsamında, "kooperatifçiliğe daha elverişli bir ortam sağlamak; toplumda olumlu bir kooperatifçilik imajı oluşturmak ve sektöre güveni artırmak; verimli ve etkin uygulamaları ortaya çıkarmak; sürdürülebilirlik, rekabet edebilirlik ve yenilikçiliği sağlamak; kooperatiflerin ekonomik kalkınmaya ve gelirin daha adil paylaşımına olan katkılarını arttırmak hedeflenmiştir.¹

¹ 17 Ekim 2012 tarihli Resmi Gazete, <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/10/20121017M1-1.htm>, Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2014

Ülkemizde 150 yıllık geçmişi olan kooperatifler, günümüzde 30 ayrı türde faaliyet gösteren 84 bin 232 kooperatif ile 8 milyondan fazla insanın gönüllü olarak katıldığı ekonomik girişim modelidir. Dünya nüfusunun yüzde 1,1'i ülkemizde olmasına karşın, kooperatiflerin yaklaşık yüzde 10'u ülkemizde bulunmaktadır. Ancak, ülkemizde tarım alanında çok sayıda kooperatifin bulunmasına rağmen, kooperatifçilikte işlevsellik sağlanamaması ve yeterli yatırımın yapılmaması, Türk çiftçisinin planlama ve pazarlama sorunu çekmesine neden olmaktadır.

Gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerdeki üreticiler için anahtar model olan kooperatifçilik modeli aksine dünyada gelişmiş ülkelerin en büyük yardımcısı. Kooperatifçilikteki başarılı uygulamalara bakıldığında ABD, Fransa, İngiltere, İtalya ve Japonya gibi ülkelerin öne çıktığı görülmektedir. ABD ve Almanya'da toplam nüfusun dördte biri, Norveç ve Kanada'da üç kişiden biri, Japonya'da her 3 aileden biri ve Finlandiya'da ise toplam nüfusunun yüzde 75'i kooperatiflere üye. Bu ülkelerde kooperatiflerin iş hacimlerine bakıldığında ilk sıralarda tarımsal kooperatiflerin yer aldığı görülürken, Almanya, Fransa ve Hollanda'da kooperatif bankalarının ülkenin en büyük 5 bankası arasında bulunuyor. Bununla birlikte, kriz dönemlerinde sermaye şirketlerine kıyasla kooperatiflerin daha az etkilendiği görülmektedir. Uluslararası Kooperatif Birliği (UKB) verilerine göre dünyanın en başarılı 300 kooperatifinin 2008 yılında toplam ciroları 1,6 trilyon dolar olarak açıklanırken, sadece bu 300 kooperatifin ciro toplamı, dünyanın 9'uncu büyük ekonomisinin GSYH rakamına denk gelmekteydi. 2010 yılına gelindiğinde ise bu kooperatiflerin toplam ciroları 1,9 trilyon dolara ulaştığı açıklandı. UKB 2008 listesinde bir başka öne çıkan veri ise 197,6 milyar dolar ile en yüksek ciro toplamına sahip Fransa'daki kooperatiflerin, Portekiz ile denk bir ekonomik büyüklüğe ulaşmış olmalarıydı.² Kooperatiflerin güçlü yapılarına örnek olacak bir diğer veri ise, 2008 finansal krizi süresince, kooperatif bankalarının tüm dünyada tasarruf ve kredi hacmi olarak büyüme göstermiş olmalarıdır.

Dünya genelinde 1 milyardan fazla insana hizmet eden, birçok farklı biçimde ve tüm sektörlerde faaliyet gösteren kooperatifler; yoksulluğun azaltılmasında etkin bir araç olmalarının yanında, sosyal ve ekonomik destek sistemlerine, eğitim, sağlık, sigorta, kredi ve diğer gerekli hizmetlere erişim sağlamada önemli katkılarda bulunmaktadır.

Tahminlere göre küresel tarım ürünlerinin yüzde 50'sinin kooperatifler aracılığıyla pazarlanmaktadır. Bununla birlikte Kore'de su ürünlerinin yüzde 70'ini; Brezilya'da tarımsal ürünlerin yüzde 40'ını; Bolivya'da tasarrufların yüzde 25'ini; Kolombiya'da sağlık sektörünün yüzde 25'ini; Singapur'da perakende sektörünün yüzde 55'ini, Danimarka'da yüzde 35'ini ve Macaristan'da yüzde 15'ini kooperatifler karşılamaktadır. ABD'de ise 900 kırsal elektrik kooperatifi ülkede elektrik dağıtım hatlarının neredeyse yarısına sahiptir.³

Kooperatiflerin en iyi uygulama alanının gelişmiş pazar ekonomilerinde olduğunu söyleyebiliriz. Kooperatifçilik, serbest pazar ekonomilerinde zayıflıkları azaltarak çeşitli

²Uluslararası Kooperatif Birliği, <http://ica.coop/en/co-operative-facts-figures/global-co-operative-statistics>, Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2014

³Birleşmiş Milletler Ekonomik ve Sosyal İlişkiler Bölümü, <http://www.social.un.org/coopsyear>, Erişim Tarihi: 20 Ağustos 2014

ekonomik aktörlerin, ekonomik sistemde söz sahibi olabilmeleri bakımından denge sağlayıcı bir unsurdur. Bu nedenle, piyasa ekonomisinin olduğu gelişmiş ülkelerde, kooperatiflerin gelişmesini ve çalışma koşullarını iyileştiren ve destekleyen yasal ve kurumsal düzenlemeler yapılmıştır.

Tarım kooperatifleri, çiftçilerin ürün zincirinden daha fazla oranda katma değer elde etmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Pazarlama kooperatifleri üyelerinin pazarlık gücünü artırırken, aynı zamanda ölçek ekonomilerinden faydalanma imkânı da vermektedir. Bunun yanı sıra kooperatifler çiftçiler için piyasa risklerini azaltıp, işlem maliyetini düşürür, kaynaklara ulaşım ve kalite güvencesi sağlarken, ürün yenilikçiliği sayesinde de, rekabet gücünü artırmaktadır. Çok sayıda kooperatif faaliyet alanını ürün zincirinin alt kademelerine doğru genişletirken, pazarlama, ürün geliştirme, kişiselleştirme çalışmaları tüketici ve üretici yönlendirmesini güçlendirmiştir. Tarımsal kooperatifler, gıda üretiminin ve kırsal kalkınmanın artırırken, sürdürülebilir tarımsal uygulamalar kullanır ve gıda güvenliğine de katkıda bulunur.

Tarımsal gıda ürün zincirinin temel özelliği, genellikle çiftçiler ve onların iş ortakları arasındaki pazarlık gücü dengesizliği olduğundan, kooperatifler pazarlık gücünü artırılmasında ve üyelerinin katma değer üzerindeki paylarının yükseltilmesinde kilit bir rol oynamaktadır.

Kooperatiflerin kırsal kalkınma ile de arasındaki bağlantı çok yönlüdür. Kooperatifler genellikle bölgesel ekonomi için önemli katkı sağlayıcılar ve işverenler konumundadır. Aynı zamanda insan kaynakları, çevresel sürdürülebilirlik ve rekabetin geliştirilmesi gibi kamu politikalarının hedeflerine de destek sağlarlar. Kooperatiflerin önemli bir bölümü stratejilerini bölgesel farklılıklara dayalı pazarlama ve geliştirme özelliklere göre hazırlamaktadır.

AB’de durum nasıl?

Kooperatifçilik, dünya tarımsal ticaretinin en önemli aktörü konumunda bulunan AB’de, üzerinde durulan en önemli yapıdır. AB’de kooperatifler, rekabet çerçevesi içinde bağımsız çalışan, ortakların özerkliğini sürdüren ve onların bağımsızlığını güçlendiren tek ekonomik kurum durumundadır. Tarım kooperatiflerinin AB çerçevesinde ekonomik rollerinin bu kadar gelişmiş olması, ortak bir pazarın kurulmuş olmasından ve bu pazarın yarattığı doğal rekabet ortamından kaynaklanmaktadır. Kooperatifler, tarımda yapısal politikaların belirlenmesinde çok önemli görevler üstlenerek büyük katma değerler oluşturmaktadır. Özellikle tarımsal fiyatların belirlenmesi ile ilgili olanlar başta olmak üzere, karar alma sürecinde AB kurumlarını etkilemeye yönelik çalışmalar da yürütmektedirler.

AB ülkelerinde 30 binin üzerinde tarımsal kooperatif bulunurken, ortak sayıları 12 milyonu aşmıştır. 600 binin üzerinde çalışanı bulunan ve 200 milyar avronun üzerinde ciroya sahip olan bu kooperatifler, tarımsal girdi piyasalarında yüzde 50’nin üzerinde; tarım ve gıda ürünlerinin pazarlanması, toplanması ve işlenmesinde ise yüzde 60’ın üzerinde pazar payına sahiptirler. 2010 yılı verilerine göre ise AB’de tarımsal kooperatiflerin toplam pazardaki payı ortalama yüzde 40 seviyesindedir. Tarım kooperatiflerinin cirosunun tarımsal üretime oranı ise 1983’de yüzde 66 iken, 1989’da yüzde 82’ye; son yıllarda ise yüzde 90’a kadar ulaşmıştır. AB’de özellikle tarım kooperatifleri süt ve süt ürünlerinin üretimi ve toptan pazarlanmasında çok güçlü

konumdadırlar. Örnek vermek gerekirse, bu sektörde kooperatiflerin pazar payları, İsveç'te yüzde 100, İrlanda'da yüzde 99, Finlandiya'da yüzde 97 ve Danimarka'da yüzde 96 seviyesindedir. Süt sektöründe AB ortalaması ise yüzde 57'dir. Akdeniz ülkelerindeki tarım kooperatifleri ise, şarap ve zeytinyağı sektöründe yüksek paylara sahiptir. AB'de kooperatiflerin pazar payı ortalamasının yüzde 42 olduğu şarap sektöründe İspanya ve Malta yüzde 70 paya sahip iken, bu oran İtalya'da yüzde 52'dir. Farklı ürünlerde de kooperatiflerin pazar payları yüzde 100'e kadar çıkabilmektedir. Örneğin, İrlanda'da hayvan ıslâhında, Avusturya'da şeker pancarında ve Hollanda'da patates nişastasında kooperatiflerin pazar payları, yüzde 100'dür. Hollanda'da çiçek pazarlamada kooperatiflerin payı yüzde 95 gibi oldukça yüksek bir seviyeye ulaşmıştır. Domuz eti pazarında ise kooperatiflerin payı ise Malta'da yüzde 100, Fransa yüzde 94 ve Danimarka ise yüzde 86 seviyesindedir. AB'de sebze ve meyve üretiminde ise pazarın tedariki yüzde 60'ı kooperatifler tarafından sağlanmaktadır.⁴

Kooperatifler bazı sektörlerde çiftlik ürünleri pazarında büyük bir paya sahipken, diğer sektörlerde durum aynı değildir. Sektörler arası farklılaşma esas olarak ürün özellikleri ve üretim sürecinden kaynaklanmaktadır. Süt ürünleri, meyve ve sebzeçilik sektörlerinde ürünlerin bozulabilirliği ve bu ürünlerin ticaretindeki yüksek işlem maliyeti nedeniyle, kooperatifler önemli bir paya sahiptir. Şarap ve zeytinyağında ise, kooperatifler önemli, fakat nispeten küçük bir pazar payına sahiptir. Sığır, domuz ve koyun yetiştiriciliği gibi sektörlerde ise hayvanların genellikle tüccarlar ya da kooperatiflere bağlı olmayan kesimhanelerle yapılan sözleşmelerle satılmasına rağmen, bazı ülkelerde kooperatifler önemli bir pazar payına sahip olmaya devam etmektedir.

Birlik içerisindeki tarımsal çıkar grupları, OTP'nin uygulanmasında ve oluşturulmasında da önemli rol oynar. Bu kurumların bazıları tarım sektörü ile bir bütün olarak ilgiliyken, diğerleri özel tarımsal ürün veya ürün gruplarıyla ilişkilidir. Özellikle çiftçilerin çıkarlarının gözetilmesinde önemli rol oynayan bu kurumlar, Birlik yetkilileriyle ve KONSEY ile doğrudan ilişkilidirler.

Tarım kooperatiflerinin bir türü de pazarlama birlikleridir. Bu kuruluşlar, çiftçilerin çıkarlarını korurken, aynı zamanda geniş büyüklükte homojen kaliteye sahip mal arzını sağladıkları için, toptancılar ve perakendeciler açısından da önemli bir ortak olma özelliği taşır. Pazarlama kooperatiflerinin aksine, bu birlikler hisse sahibi olmazken ve genellikle üretimin veya pazarlamanın herhangi bir aşamasında ortaya çıkan ürün üzerinde hak iddia etmezler. Bu birlikler genel olarak mandıracılık ve sebzeçilik sektöründe ve Almanya'da domuz ve büyükbaş hayvan satışında aktif durumdadırlar.

Kooperatifler, kırsal kalkınma ile de doğrudan bağlantılıdır. Genellikle bölgesel ekonomi için önemli katkı sağlayıcılar olan kooperatifler, aynı zamanda işverenler konumundadır. Bununla birlikte; insan kaynakları, çevresel sürdürülebilirlik ve rekabetin geliştirilmesi gibi kamu politikalarının hedeflerine de destek sağlarlar. Kooperatiflerin önemli bir bölümü stratejilerini bölgesel farklılıklara dayalı pazarlama ve geliştirme özelliklere göre hazırlamaktadır.

⁴ Avrupa Komisyonu, Çiftçi Kooperatiflerinin Desteklenmesine İlişkin Sonuç Raporu, http://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/2012/support-farmers-coop/fulltext_en.pdf

Kooperatiflerin markalaşma faaliyetleri sektörlere göre farklılaşmaktadır. Süt ürünleri ile şarap sektörlerinde ve daha küçük ölçekte meyve-sebze ve zeytinyağında, markalı tüketici ürünlerine rastlanabilirken, markalı ürünler tahıl, şeker, koyun ve domuz eti sektörlerinde nadiren görölmektedir.