



# TÜRKİYE'DE GIDA ENFLASYONU TARLADAN ÇATALA SORUNLARIN BİR GÖSTERGESİ

FAHRİ YAVUZ

**TÜRKİYE'DE**  
**GIDA ENFLASYONU**  
TARLADAN ÇATALA SORUNLARIN  
BİR GÖSTERGESİ



COPYRIGHT © 2021

Bu yayının tüm hakları SETA Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı'na aittir. SETA'nın izni olmaksızın yayının tümünün veya bir kısmının elektronik veya mekanik (fotokopi, kayıt ve bilgi depolama vd.) yollarla basımı, yayımı, çoğaltılması veya dağıtımı yapılamaz. Kaynak göstermek suretiyle alıntı yapılabilir.

SETA Yayınları 185  
I. Baskı: 2021  
ISBN: 978-625-7712-26-2

Baskı: Turkuvaz Haberleşme ve Yayıncılık A.Ş., İstanbul

**SETA | SİYASET, EKONOMİ VE TOPLUM ARAŞTIRMALARI VAKFI**

Nenehatun Cd. No: 66 GOP Çankaya 06700 Ankara TÜRKİYE  
Tel: +90 312 551 21 00 | Faks: +90 312 551 21 90  
www.setav.org | info@setav.org | @setavakfi

**SETA | İstanbul**

Defterdar Mh. Savaklar Cd. Ayvansaray Kavşağı No: 41-43  
Eyüpsultan İstanbul TÜRKİYE  
Tel: +90 212 395 11 00 | Faks: +90 212 395 11 11

**SETA | Washington D.C.**

1025 Connecticut Avenue, N.W., Suite 1106  
Washington D.C., 20036 USA  
Tel: 202 223 9885 | Faks: 202 223 6099  
www.setadc.org | info@setadc.org | @setadc

**SETA | Berlin**

Kronenstrabe 1, 10117 Berlin GERMANY  
berlin@setav.org

**SETA | Brüksel**

Avenue des Arts 27, 1000 Bruxelles BELGIQUE  
Tel: +3226520486

# TÜRKİYE'DE GIDA ENFLASYONU TARLADAN ÇATALA SORUNLARIN BİR GÖSTERGESİ

FAHRİ YAVUZ



SETA

SIYASET, EKONOMİ VE TOPLUM ARAŞTIRMALARI VAKFI  
FOUNDATION FOR POLITICAL, ECONOMIC AND SOCIAL RESEARCH  
مركز الدراسات السياسية والاقتصادية والاجتماعية



# İÇİNDEKİLER

ÖN SÖZ | 7

ÖZET | 9

GİRİŞ | 15

Konu/Problem | 15

Konunun/Problemin Önemi | 18

Yöntem ve Kapsam | 19

Raporun Amaçları | 20

GIDA FİYATLARI NEDEN YÜKSELİR? | 23

Üretim/Arz Yetersizliği ve Düşüşleri | 26

Ani ve Dönemsel Talep Artışları | 29

Gıda Tedarik Zincirindeki Problemler | 32

Artan Dünya Fiyatları | 35

Spekülatif Faaliyetler | 37

Doğal Afet, Ekonomi ve Salgın Krizleri | 37

FİYAT ARTIŞ VE DALGALANMALARINI AÇIKLAYAN TEORİLER | 39

İnelastik Tarım ve Gıda Ürünleri Arz ve Talebi | 39

Doğaya Bağımlılık ve King Kanunu (Bolluk Paradoksu) | 40

Örümcek Ağı Teoremi | 42

ÜRETİCİ VE TÜKETİCİ FİYAT EĞİLİMLERİ | 45

Üretici, Girdi ve Tüketici Fiyat Endeksleri ve Eğilimleri | 45

Tarım ve Gıda Ürünleri Fiyat Eğilimleri | 49

Tarım ve Gıda Ürünlerinin Pazarlama Marjı ve Eğilimleri	56
İLGİLİ POLİTİKA EYLEMLERİ VE ÖNGÖRÜLER	61
Yeni Hal Yasası	61
Lisanslı Depoculuk	62
Dijital Tarım Pazarı	63
Gıda Ve Tarımsal Ürün Piyasaları Analiz Müdürlüğü	65
SONUÇ VE ÖNERİLER	67
Sonuçlar	67
Öneriler	71
KAYNAKLAR	75

# ÖN SÖZ

---

Gıda enflasyonu son on yılda dünyanın ve dolayısıyla Türkiye'nin gündemine daha sık girmeye başladı. İlk olarak 2008'de başlayan ekonomik krizin ardından iklim değişikliği ve biyoyakıt üretim artışıyla kendini gösteren gıda enflasyonu Türkiye'de 2019'un ilk çeyreğinde ve 2020'nin son çeyreğinde koronavirüs (Covid-19) salgınının ve Ekim-Kasım aylarında baş gösteren kuraklık endişesinin de etkisiyle görünür olmuş ve 2021'de de devam edeceği öngörülmektedir. Dar gelirli başta olmak üzere tüketicileri ve genel enflasyonu olumsuz yönde etkileyen gıda enflasyonu hakkında kapsamlı bir çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır. Ortaya çıkış nedenleri, ilişkili olduğu ekonomi teorileri, gıda enflasyonunun temel göstergesi olan tarım ve gıda ürünleri reel fiyatları ve pazarlama marjları, yürürlükteki ilgili politika uygulamaları dikkate alınıp gerekli analizler ve değerlendirmeler yapılarak Türkiye'deki gıda enflasyonu tanımlanmaya ve sebep olduğu sorunlara yönelik çözümler üretilmeye çalışılmıştır.

Rapor hem gıda enflasyonu ile ilgili gündemde olan tartışmalara ışık tutmayı hem de tarım ekonomisiyle ilgili benzer çalışmalar için bir başvuru kaynağı olmayı amaçlamaktadır. Bu amaca matuf olarak temel kaynaklardan yararlanılmış, ilgili ekonomi teorilerine yer verilmiş, tarımsal üretim ve ürünlerin temel özellikleriyle ilişkilendirilerek gıda enflasyonu problemi çok yönlü olarak ele alınmaya çalışılmıştır. Raporun ilk kısmında dünyada ve Türkiye'deki gıda enflasyonu tanımlanarak ele alınan problemin önemi ortaya koyulmuş, ikinci kısmında gıda enflasyonunun nedenleri sıralanarak açıklanmış, üçüncü kısmında



gıda enflasyonu ilgili ekonomi teorileriyle ilişkilendirilmiş, dördüncü kısımda tarım ve gıda ürünleri fiyatları ve pazarlama marjları analiz edilmiş, beşinci kısımda yürürlükteki gıda enflasyonu ile ilgili politika uygulamaları değerlendirilmiş ve son bölümde raporun sonuçları özetlenerek bu sonuçlara yönelik öneriler sunulmuştur.

Raporun gerekliliği konusunda hemfikir olduğumuz için hazırlanması konusunda beni teşvik eden Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı'na (SETA) ve yaptığı çok değerli iyileştirmelerle çalışmaya katkı veren SETA Ekonomi Direktörü Doç. Dr. Nurullah Gür'e şükranlarımı sunarım. Raporda yapılan çıkarımlara yaptığı yorum ve önerilerle katkı veren Dr. Mehmet Hasdemir'e, çalışmayı farklı bir gözle okuyarak iyileşmesine yardımcı olan Prof. Dr. Orhan Gündüz'e, Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Terin'e ve Dr. Öğr. Üyesi Veysi Acıbuca'ya ayrı ayrı teşekkür ederim.

Gıda enflasyonu konusuna ilgi duyanlara, iktisat ve tarım ekonomisi öğrencilerine, ilgili özel sektör ve sivil toplum örgütlerine, politika yapıcılarına ve her seviyeden akademisyenlere bu raporun yararlı olmasını temenni ederim.

Prof. Dr. Fahri Yavuz  
*Mart 2021, Erzurum*

# ÖZET

---

Tarım ve gıda ürünleri fiyatlarındaki hızlı artışlar dolayısıyla meydana gelen gıda enflasyonu son yıllarda dünyanın ve Türkiye'nin gündemini önemli ölçüde işgal etmektedir. Tarımsal ürünler “üretici fiyat endeksi”nin (ÜFE) genel ÜFE'ye veya gıda maddeleri “tüketici fiyat endeksi”nin (TÜFE) genel TÜFE'ye göre daha hızlı artması durumuna “gıda enflasyonu” denilmektedir. FAO 2003-2021 gıda fiyat endeksleri (2009'daki düşme hariç) 2011'e kadar artmaya devam etmiş, 2011-2016 arasındaki düşüşten sonra koronavirüs salgınıyla 2020'de dünya genelinde başlayan artış endeksi 91'den 113'e çıkmıştır. Türkiye'de ise koronavirüs salgının etkisiyle 2020'nin ikinci çeyreğinde gıda TÜFE'nin genel TÜFE'nin üzerine çıkması ve salgın boyunca bu açığın artarak devam etmesi 2020 gıda enflasyonunun göstergesi olmuştur. Koronavirüs salgınıyla 2020'de baş gösteren gıda enflasyonunun dünyada ve Türkiye'de 2021'de devam edeceği öngörülmektedir.

Küresel ısınma sonucu zaman zaman baş gösteren tarımsal kuraklık, üretim ve işleme maliyetlerinde artış, biyoyakıt üretimi, hayvansal ürünlere yönelik artan talep ve doğal/ekonomik krizlerin sebep olduğu gıda enflasyonu dar gelirli insanların gıda arz güvenliğini etkilemesinin yanında genel enflasyonun yükselmesine de katkıda bulunmaktadır. Tarım ve gıda ürünleri fiyatlarındaki artışlar doğrudan üreticiye yansımak yerine çoğunlukla yüksek pazarlama marjlarının oluşmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla artan fiyatlardan çoğu zaman yararlanamayan üreticiler aşırı fiyat dalgalanmalarından da olumsuz etkilenebilmektedir. Tüm bu

sebeplerle son yıllarda sıklıkla Türkiye’nin gündemine giren gıda fiyatları enflasyonun sistematik ve çok yönlü bir yaklaşımla analizine ihtiyaç duyulmaktadır.

Gıda ve alkolsüz içecekler, tüketici sepetinde 133 ürün çeşidiyle tüketim harcamalarında yüzde 25,9’luk bir paya sahiptir. Bu raporda tüm gıda maddeleri içerisindeki payı yüzde 58,6 olan 40 tarım ve gıda ürününün fiyatları veri olarak kullanılmış ve gıda enflasyonuna yönelik değerlendirmeler yapılmıştır. Öncelikli olarak zincirleme ve yıllık fiyat endeksleri kullanılarak üretici ve tüketici fiyatlarındaki eğilimler 2003-2021 dönemi için değerlendirilmiştir. Ürünlerin reel fiyatları (2020=100) ve eğilimleri 2008-2021 dönemi için 9 ürün grubuna ayrılarak değerlendirilmiştir. Tüketicinin ödediği fiyattan üretici eline geçen fiyat çıkarıldığında kalan miktarın tüketicinin ödediği fiyattaki payı/oranı olarak hesap edilen “pazarlama marjı” nominal (cari) fiyatlar kullanılarak hesaplanmıştır. Raporun amacı gıda fiyatları enflasyonu ile ilgili gelişmeleri etraflıca değerlendirerek problemlerin kaynağını ortaya koymak ve çözüm önerileri sunmaktır.

Enflasyona sebep olan faktörler temelde gıda enflasyonunun da gerekçesidir. Gıda arzında çeşitli nedenlerle meydana gelen azalma, ani ve dönemsel talep artışları, gıda tedarik zincirindeki problemler, yükselen dünya fiyatları, spekülasyon faaliyetleri ve farklı nedenlerle oluşan krizler gıda fiyatlarının artmasına yol açmaktadır. Bu nedenlerden bazıları birbirini etkileyen ve/veya tetikleyen bir etkileşimle gıda enflasyonuna sebep olabilmektedir. En son 2020’de oluşan gıda enflasyonunu temelde koronavirüs salgınının etkisiyle gıda arz, talep ve tedarikinde meydana gelen olumsuzluklar, dünya fiyatlarındaki yükselmeler ve 2020’nin son çeyreğindeki kuraklığın etkilediği söylenebilir. Dolayısıyla gıda enflasyonu ile ilgili değerlendirmeler yapılırken, politikalar üretilirken ve tedbirler alınırken gıda enflasyonuna neden olan çok sayıda faktörü dikkate almak gerekir. Ayrıca belirlenecek ihtiyaçlar, üretilecek çözümler ve önerilecek politikalar da çok yönlü olmalıdır.

Üretimde atıl kapasitenin en aza indirilmesi ve verim açığının giderilmesi ile üretim potansiyeli, verimlilik ve dolayısıyla üretim istenen düzeye çıkarılabilirse gıda enflasyonu riski azaltılabilir. Sulama suyu potansiyelini en etkin kullanan basınçlı sulama sistemlerinin yaygınlaştırılması ve sulama alanlarının artırılmasıyla kuraklık durumunda ürün rekolte düşüşleri ve böylece gıda fiyatlarındaki yükselmelerin önüne geçilmesi sağlanabilir. İyi tarım uygulamalarıyla girdi kullanımını azaltmak ve arazi toplulaştırmasıyla üretimde etkinliği artırmak da üretim maliyetlerini ve dolayısıyla tarım ürünleri fiyatlarındaki artış hızını azaltabilecektir. Örtü altı üretim hızlı artmasına rağmen mevsim dışı fiyatların mevsim fiyatları-

nın iki katından daha yüksek olması tüketicinin daha hızlı arttığını göstermektedir. Örtü altı üretim kapasitesi termal kaynaklardan da yararlanılarak artırılabilir ve mevsim dışı ürün fiyatlarındaki anormal artış düşürülebilir.

Gıda tedarik zincirinin etkin bir şekilde işlevini yerine getirememesi koronavirüs salgınıyla gündeme daha çok gelmeye başlamıştır. Bu olumsuzluk, pazarlama marjının artmasına ve üreticinin değer zincirindeki payının azalmasına neden olmuştur. Pazarlama marjı meyve ve sebze 2008-2020 döneminde yaklaşık yüzde 40'tan yüzde 55 yükselerek önemli miktarda artmıştır. Tarım ve gıda ürünlerinin tarladan çatala serüvenindeki maliyet artışında, çiftçinin ürettiğinin ticaretinde yeterince yer alamaması ve pazarlama zincirinin gereğinden uzun olmasının katkısı olduğu söylenebilir. Çiftçinin gıda değer zincirindeki payının artışı sağlandığı, genel enflasyona etkisi azaltıldığı ve dar gelirli korunduğu takdirde gıda enflasyonu gıda arz güvenliğinin sağlanmasında tetikleyici bir rol oynayarak fayda da sağlayabilir.

Dünyadaki fiyat artışları, ticaret politikalarına bağlı olarak az veya çok yurt içi fiyatları etkilediğinden gıda enflasyonunun meydana gelmesine katkı verebilmektedir. Örneğin yurt içi mısır fiyatları Eylül 2020'ye kadar yurt dışı fiyatların üzerinde iken bu tarihten sonra çok hızlı artan dünya mısır fiyatları yurt içi fiyatlarındaki hareketliliği etkilemiştir. Bu etkileşim, serbest ticaret eğilimi politikalarda yer aldıkça daha fazla olacaktır. Spekülatif faaliyetlerin 2019'un ilk çeyreğinde ve 2020'nin son çeyreğindeki etkileri de kamuoyunda gündeme gelmiş ve hükümet tarafından bazı tedbirler alınarak bu etkiler giderilmeye çalışılmıştır. Ticaret politikaları, piyasanın yakından takip edilmesiyle dengeli ve etkin bir şekilde yürütülürse, dünya piyasalarındaki tarım ve gıda ürünleri yüksek fiyatlarının Türkiye'deki gıda enflasyonuna katkıları düşürülebileceği gibi aşırı fiyat düşüşlerinde çiftçiler de korunabilir.

Tarım ve gıda ürünleri fiyatlarındaki hızlı yükselme ve dalgalanmaların izahını, ekonomi teorisindeki ilgili prensipleri kullanarak yapmak mümkündür. Bu prensiplerin başında tarım ve gıda ürünlerinin arz ve talebinin fiyat esnekliklerinin düşük olması gelmektedir. Tarım ve gıda ürünlerinin bu özelliği, rekoltede ve ürün talebinde meydana gelecek değişimlerde fiyatların hızla yükselmesine veya düşmesine neden olmaktadır. Diğer taraftan King Kanunu (Bolluk Paradoksu) bol ürün yıllarında fiyatların aşırı düşmesinden dolayı çiftçilerin zarar edebileceklerini, kıt ürün yıllarında ise fiyatların çok hızlı yükselmesiyle daha kazançlı olabileceklerini ortaya koymaktadır. Örümcek Ağı (Cobweb) Teoremi ise tarım ve gıda ürünleri arz-talep uyumsuzluğunun fiyat devri dalgalanmalarına neden olacağını öne sürmektedir. Tarım ürünlerinin ani fiyat artışları ve dalgalanmalarını

açıklayan bu iktisat teorilerinden hareket ederek gıda enflasyonuna yönelik öngörüler, değerlendirmeler ve çıkarımlar yapmak daha doğru olacaktır.

Gıda enflasyonunun asıl göstergesi tüketici fiyatları olsa da üretici ve girdi fiyatlarının da maliyet yönüyle gıda enflasyonunda önemli etkileri olabilmektedir. Fiyat oynaklıklarındaki resmi tam olarak görmek açısından gıda TÜFE'yi tarımsal ÜFE ve tarımsal "girdi fiyat endeksi" (GFE) ile beraber değerlendirmek yararlı olacaktır. Zincirleme gıda ÜFE, genel ÜFE ile çoğu zaman aynı seviyede benzer eğilim gösterirken siyasi kriz yıllarının şokuyla 2014-2018'de gıda ÜFE belirgin bir şekilde genel ÜFE'nin üzerinde seyretmiştir. Yıllık endekslerde ise genel ÜFE'nin gecikmeli olarak gıda ÜFE'yi etkilediği ve kabaca dört yıllık devri dalgalanmaların olduğu izlenmektedir. Gıda ÜFE ve gıda TÜFE'nin dört yıllık dönemler halinde seyreden rutin oynaklığından yararlanılarak erken uyarı sistemi anlayışıyla fiyat yükselişleri ve düşüşlerini azaltmak ve dolayısıyla fiyat dalgalanma aralığını daraltmak için çözümler üretilebilir.

Bazı aylar hariç tarımsal GFE'nin 2017'nin ikinci yarısı ile 2019'un ilk yarısında gıda ÜFE'nin üzerine çıkarak fiyat maliyet sıkışmasına neden olduğu ancak 2020'nin ikinci çeyreğinden sonra özellikle motorin fiyatlarındaki düşme nedeniyle gıda ÜFE'nin altına düşerek çiftçiyi rahatlattığı söylenebilir. Zincirleme gıda TÜFE; 2009'dan sonra dünya ekonomik krizinin, 2014'ten sonra siyasi krizlerin, 2020 ve 2021'de ise koronavirüs salgınının etkileriyle giderek daha büyük farkla genel TÜFE'nin üzerine çıkmıştır. Tüm bu değerlendirmeler ışığında tarımsal GFE'nin tarımsal ÜFE'yi, tarımsal ÜFE'nin de gıda TÜFE'yi krizlerin de tetiklemesiyle etkilediği ve nihayetinde gıda enflasyonuna neden oldukları söylenebilir. Bu etkileşimler sonucu oluşan fiyat endekslerindeki eğilimler 2015'ten sonra pazarlama marjının büyümesine neden olmuştur. İktisadi gelişmişlik arttıkça işleme, paketleme, sunum gibi pazarlama hizmetlerinin de artması sonucu pazarlama marjının giderek yükselmesi doğaldır. Ancak tedarik zincirindeki gereksiz olabilecek halkaları kaldırmak gıda enflasyonunun düşürülmesine yardımcı olabilecektir.

Pirinç dışındaki tahıl reel üretici ve tüketici fiyatları (2019 ve 2020'deki yükselme hariç) düşerken benzer şekilde reel et üretici fiyatları (2019 ve 2020 hariç) dalgalanmalar göstererek düşmüştür. Tüketici et fiyatları ise (tavuk etindeki düşüş hariç) az da olsa yükselme eğilimi göstermiştir. Baklagillerdeki çok önemli dalgalanmalara rağmen (mercimek üretici fiyatlarındaki düşme hariç) fiyat eğilimleri 2008-2020 arasında çok değişmemiştir. Endüstri bitkilerinin reel fiyatlarında (dalgalanmalara rağmen) değişme eğilimi pek söz konusu değilken meyve üretici fiyatlarında net bir düşüş, tüketici fiyatlarında ise (kirazdaki düşüş hariç) muz

başta olmak üzere belirgin bir artış olmuştur. Sert kabuklu meyvede ise hem reel üretici hem de tüketici fiyatları çok belirgin bir artış eğiliminde olmuştur. Seçilen sebze reel üretici fiyatlarının her biri belirgin bir şekilde düşüş eğiliminde iken (patates ve soğan hariç) sebze tüketici fiyatları özellikle 2014'ten sonra belirgin bir artış eğiliminde olmuştur. Yaş çayda artış olurken bal, yumurta ve sofralık zeytin reel üretici fiyatları düşüş eğiliminde olmuş; bal reel tüketici fiyatları düşerken çay, yumurta ve zeytin reel tüketici fiyatları (2019 ve 2020'deki artış hariç) çok değişmemiştir. Ham süt reel üretici fiyatı dalgalı hızlı bir düşüş eğiliminde olurken tereyağındaki talep etkili çok hızlı artış dışında peynir, içme sütü ve yoğurt reel tüketici fiyatları az da olsa düşüş eğiliminde olmuştur. Tüm bu eğilimler ışığında gıda enflasyonunun en önemli müsebbibinin yaş sebzeler, sert kabuklu ve yaş meyveler olduğu söylenebilir. Yüksek oranda fiyat yükselmelerinin olduğu tarım ve gıda ürünlerinin tedarik zincirlerini daha yakından inceleyip gerekli tedbirleri almak gerekebilir.

Bu raporda pazarlama marjının, büyüklüğünün yanında 2008-2020 dönemindeki eğilimi de gıda enflasyonunu açıklamada dikkate alınmıştır. Amerika Birleşik Devletleri (ABD) gıda değer zincirinde çiftçilerin payı tüm tarım ve gıda ürünleri ortalamasında yüzde 18 iken yaş meyve, sebze ve baklagiller gibi pazarlama ameliyeleri az ürünlerde yüzde 41'dir. Dolayısıyla pazarlama marjı büyüklüğünün tarım ve gıda ürünlerinin işleme ameliyesinin olup olmamasına bağlı olarak yaklaşık yüzde 60-80 arasında olması normal görülmektedir. Bu verilerden hareketle Türkiye'de pazarlama marjlarının her ürün ve grubu için çok yüksek olmadığı ifade edilebilir. Bu durumda pazarlama marjlarının büyüklüğünün yanında zaman içerisinde artan eğilimlerinin nedenlerini de daha yakından incelemek gerekli olabilecektir.

Pazarlama marjı büyüklüklerinin çoğunlukla ABD'deki aralığın çok altında olduğu, sadece turunçgillerin (limon, portakal ve mandalina) 2019-2020 döneminde yüzde 80'e yaklaştığı gözlenmektedir. Pazarlama marjı büyüklüğünün sofralık zeytin, muz, ay çekirdeği, Antep fıstığı, domates ve biberle birlikte buğday unu, pirinç, mercimek ve nohutta da nispeten yüksek olduğu ve dolayısıyla çiftçi payının düşük olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan sıvı yağlar, şeker, çay ve pirinç pazarlama marjında düşme eğilimi hariç bu rapor için seçilen tüm tarım ve gıda ürünleri pazarlama marjları 2008-2020 döneminde yükselme eğilimi göstermiştir. Yükselme eğiliminin en belirgin ve hızlı olduğu ürün grupları başta sebzeler olmak üzere etler ve meyveler olmuştur. Raporda ele alınan on üç yıllık dönemde çoğu üründe hızlı artan pazarlama marjı eğilimi, çiftçinin gıda değer

zincirindeki payını olumsuz etkilediği gibi özellikle fiyatları hızlı yükselen ürünlerin gıda enflasyonuna neden olduğu net olarak söylenebilir.

Gıda enflasyonu ve fiyat dalgalanmalarının olumsuz etkilerini azaltmak için alınan önlemler çerçevesinde lisanslı depoculuk yaklaşık on yıl önce, Dijital Tarım Pazarı 2020'de, Gıda ve Tarımsal Ürün Piyasaları Analiz Müdürlüğü 2021'de faaliyetlerine başlamıştır. Yeni Hal Yasası çalışmaları ise tamamlanmak üzeredir. Ancak tüm bu yapılanmalar ya henüz yeni başlaması ya da sahip oldukları problemler nedeniyle işlevlerini tam yerine getirmeleri beklenmemelidir. Lisanslı depoculuk finansman, depolama, firmaların azlığı, çiftçilerin sistemde bazen zarara uğraması, küçük tarım işletmeleri ve yetersiz örgütlenme gibi problemleri giderilerek geliştirilmeli ve planlı bir şekilde yaygınlaştırılmalıdır. Henüz uygulamada başlangıç aşamasında olan Dijital Tarım Pazarı'nın sahadaki uygulama eksiklerini ve ortaya çıkan problemlerini gidererek daha etkin ve yaygın hale gelmesi sağlanabilir. Birçok akademik ve resmi çalışma gruplarında önerilen “tarım ve gıda piyasaları izleme kurumu” benzeri bir yapılanmayla Merkez Bankası altında kurulan Gıda ve Tarımsal Ürün Piyasaları Analiz Müdürlüğü'nün özellikle gıda enflasyonu ile mücadelede etkili olabileceği öngörülmektedir. Benzer amaçlara sahip özerk araştırma merkezleri de kurulabilir.

Yeni Hal Yasası ile ilgili çalışmalar gerek uzun yıllardan beri oluşmuş ve alışılmış bir yapıyı değiştirmenin zorluğu gerekse çalışmanın çok kapsamlı olması nedeniyle uzamış, bir süre rafa kaldırılmış ancak son zamanlarda yoğun olarak gündeme gelen gıda enflasyonu ile tekrar ele alınarak tamamlanması hızlandırılmıştır. Koronavirüs salgını sonrası gıda tedarik zincirinin daha etkin olmasının gerekliliği yönündeki toplumsal algıyla yeniden gündeme alınan ve yakın zamanda çıkması beklenen Yeni Hal Yasası'nın bilinen en önemli özelliği çiftçi örgütlerini de içeren yapılanmasıdır. Böylece çiftçiler örgütleriyle ürettiğinin ticaretinde daha fazla olacak ve gıda değer zincirinden daha fazla pay alabileceklerdir. Ancak yasa sil baştan bir anlayışla değil mevcut yapıdaki kazanım ve birikimlerinden yararlanılarak ve eksiklikleri giderilerek tamamlanmalıdır. Ardından benzer amaçları güden lisanslı depoculuk, Dijital Tarım Pazarı ve Gıda ve Tarımsal Ürün Piyasaları Analiz Müdürlüğü ile koordineli bir sistem dahilinde uygulamaya sokulmalıdır.

# GİRİŞ

Tarım ve gıda ürünleri fiyatlarındaki artış ve aşırı dalgalanmalar son yıllarda dünyanın ve Türkiye kamuoyunun gündemini önemli ölçüde işgal etmektedir. Önce 2008-2009 arasındaki ekonomik kriz ve peşinden koronavirus salgını nedeniyle oluşan gıda fiyatları enflasyonu, bu durumdan en çok etkilenen üreticiler ve toplumun özellikle dar gelirli tüketicilerinin yanı sıra politika yapıcıların, siyasilerin, ekonomistlerin ve tarım ekonomistlerinin de önde gelen ilgi alanlarından biri olmuştur. Tarım ve gıda ekonomilerinin yapısı ve ortamı sürekli olarak değişerek geliştiğinden tarım ve gıda ürünlerinin üretici ve tüketici fiyatlarının eğilimleri üzerine analizler ve çıkarımlar yapmak çiftçiler, gıda imalatçıları, toptancılar, tüketiciler ve aynı zamanda politika yapıcılar için yararlı olacaktır.

## KONU/PROBLEM

Önemli bir iktisadi sorun olan “enflasyon” bir ekonomide bir yıl içinde genel fiyat seviyesinin yükselmesidir. Gıda enflasyonu kavramının anlamı ise kendinde saklıdır. Bu tanıma göre ihtiyaç duyulan gıda ÜFE'nin genel ÜFE'ye veya gıda maddeleri TÜFE'nin genel TÜFE'ye göre artması durumuna “gıda enflasyonu” denir.<sup>1</sup> Örneğin Türkiye'de 2020'de TÜFE yüzde 14,6 iken gıda fiyatları tüketici endeksi yüzde 20,61 olarak hesap edilmiştir.<sup>2</sup> Yani gıda tüketici fiyatları endeksindeki artış genel TÜFE'ye göre 6,01 puan daha yüksektir. Bu rakamlar Türkiye'de 2020'de gıda enflasyonunun

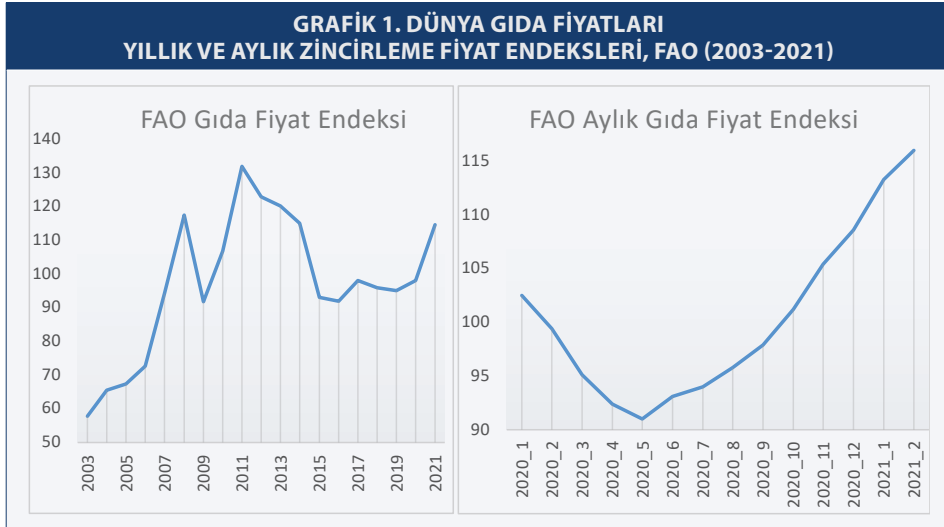
1 Reddy Shyam Shankar, “Food Inflation and Its Adverse Effects on the Economy”, DITTO Trade, 2 Haziran 2019.

2 “Tüketici Fiyat Endeksi Aralık 2020”, TÜİK, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Fiyat-Endeksi-Aralik-2020-37378>, (Erişim tarihi: 2 Ocak 2021).



varlığını net olarak göstermektedir. İklim şartlarına bağlı olarak tarımsal ürünler arzının sürekli değişme eğiliminde olması, gıda talebi ve arzında farklı sebeplerle oluşan ani kaymaların meydana gelmesi, gıda arz ve talebinin düşük esnekliğe sahip olmasının da etkisiyle gıda fiyatlarında sürekli yüksek oynaklığa neden olmaktadır. Bu durum Türkiye dahil dünyanın her yerinde farklılıklara rağmen var olan bir vakıadır. Gıda enflasyonu gelişmiş ülkelerde daha az, gelişmekte olan ve az gelişmiş ülkelerde daha fazla etkiye sahip olabilmektedir. Çünkü kişi başına gelirin yüksek olduğu ülkelerde tüketici sepetinde gıda maddelerinin payı daha az, gelirin düşük olduğu ülkelerde ise daha fazladır. Örneğin Türkiye'de tüketici sepetinde tarım ve gıda ürünlerinin payı yüzde 25,94 iken ABD'de ise bu oran sadece yarısı kadar yani yüzde 12,6'dır.<sup>3</sup>

FAO Gıda Fiyat Endeksi (FFPI) Şubat 2021'de ortalama 116 puana, Ocak 2021'e göre 2,8 puan (yüzde 2,4) yükselerek –art arda dokuz aydaki artışın yanı sıra– Temmuz 2014'ten bu yana en yüksek aylık ortalamasını da kaydetmiştir.<sup>4</sup> Şeker, tahıllar ve bitkisel yağlar alt endeksler güçlü kazanımları yansıtırken et ve süt ürünleri değerleri daha az artmıştır. FAO 2003-2021 gıda fiyat endeksleri incelendiğinde 2008 ekonomik krizinin etkisiyle 2011'e kadar devam eden hızlı artıştan sonra 2015 yılına kadar varan hızlı bir düşüş yaşandığı görülmektedir (Grafik 1). Sonrasında durağan seyreden endeksler, koronavirüs salgınının etkisiyle 2020'nin ikinci yarısında hızla artmış ve bu artış 2021'de de devam etmiştir.



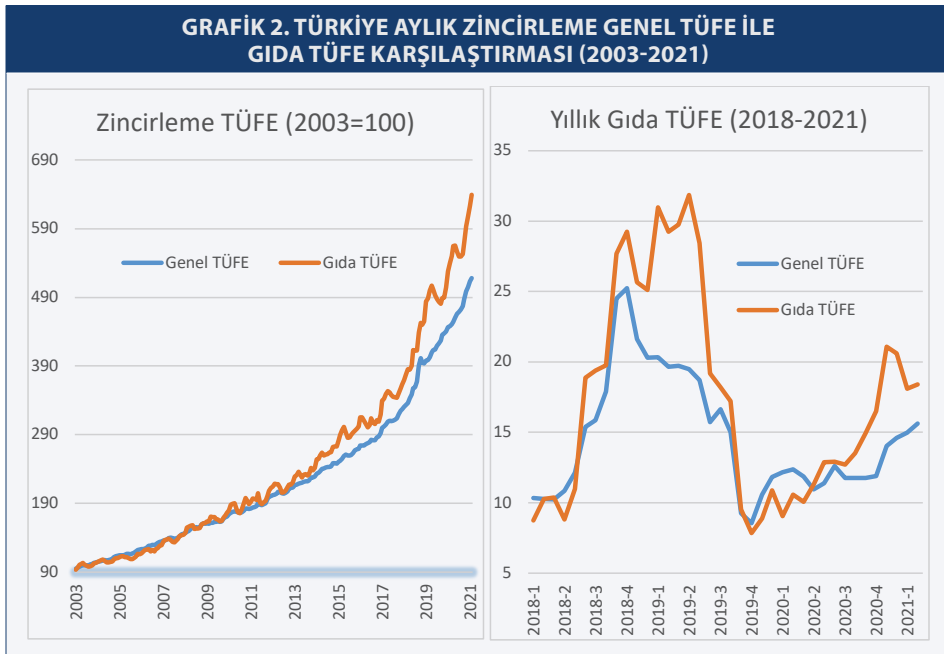
Kaynak: "FAO Food Price Index".

3 Annemarie Kuhns, Richard Volpe, Ephraim Leibtag ve Ed Roeger, *How USDA Forecasts Retail Food Price Inflation*, TB-1940, (U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, Washington DC: 2015).

4 "FAO Food Price Index", FAO, <http://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en>, (Erişim tarihi: 3 Ocak 2021).

Koronavirüs salgınıyla başlayan dünya gıda fiyatlarındaki artışa Grafik 1'in ikinci grafiğinde daha yakından bakıldığında Haziran 2020'de başlayan artış trendi neticesinde endeks değerinin 91'den 116'ya yükseldiği görülmektedir. Küresel gıda fiyatlarında gözlemlenen bu bariz artışın 2021 boyunca devam edeceği tahmin edilmektedir. Bu artışın gerekçelerine raporun ilerleyen bölümlerinde detaylı biçimde yer verilmektedir.

Türkiye'de 2019 ve 2020'de gündeme gelen gıda enflasyonu Grafik 2'nin ilk ve ikinci grafiklerindeki zincirleme ve yıllık fiyat endekslerinin seyrine bakıldığında net olarak görülmektedir. Zincirleme gıda TÜFE sadece 2004 ve 2008'de zincirleme genel TÜFE'nin biraz altına düşmüş ancak 2008'den sonra dünya gıda fiyatlarındaki hızlı artışın da etkisiyle Türkiye'de zincirleme gıda TÜFE genel TÜFE'ye göre hep yüksek olmuştur. İlave olarak bu yükseklik farkının sürekli artmasının TÜFE'de ve dolayısıyla genel enflasyondaki artışı tetikleyen bir rolü olduğu net olarak ifade edilebilir.



**Kaynak:** "Tüketici Fiyat Endeksi", TÜİK, [https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1014](https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1014), (Erişim tarihi: 3 Ocak 2021).

Son üç yıldır Türkiye'nin gündeminde olan gıda enflasyonunu Grafik 2'nin özellikle ikinci grafiğindeki yıllık TÜFE'lerle tanımlamak mümkündür. Gıda TÜFE'nin genel TÜFE'nin üzerine çıkması 2018'in dördüncü çeyreğinde başlamış ve fark artarak devam etmiştir. Bu durum 31 Mart 2019 mahalli idareler

genel seçimleri öncesi siyaset malzemesi olarak kullanılmıştır. Belediyeler özellikle sebze fiyatlarını düşürmek için tanzim satışları tepkisel olarak kısa dönem çözümü şeklinde faaliyete geçirmiş ve 2019’un üçüncü çeyreğinde bu açık kapanmıştır. Benzer şekilde koronavirüs salgınının etkisiyle gıda TÜFE 2020’nin ikinci çeyreğinde genel TÜFE’nin üzerine çıkmaya başlamış, salgın boyunca bu açık artarak devam etmiş ve dolayısıyla 2020 genel enflasyonunun da artmasında etkili olmuştur. Bu açık Aralık 2020 ve Şubat 2021’de kış aylarında olunmasına rağmen biraz azalmaya başlamıştır.

## KONUNUN/PROBLEMİN ÖNEMİ

Tanımlarla ve rakamlarla ifade edilen gıda fiyat enflasyonunun nedenleri yapılan ilgili çalışmalarda<sup>5</sup> dört başlık altında sıralanmaktadır: i) küresel ısınma sonucu meydana gelen iklim değişikliği, ii) üretim ve işleme maliyetleri, iii) biyoyakıt için yapılan üretimler, iv) hayvansal ürünlere olan talebin artması nedeniyle tarımsal kaynaklara olan ihtiyacın çoğalması.

Bir adı da “fiyat mekanizması” olan piyasa ekonomisinde fiyatlar, piyasayı ve ekonomileri üreticilere ve tüketicilere verdiği sinyaller aracılığıyla yönlendiren en temel sürükleyicilerdir. Dolayısıyla fiyatlardaki hareketlilik piyasayı üretim kaynaklarının etkin kullanımına yönlendirdiği gibi piyasayla ilgili problemlerin de önemli bir göstergesi olabilir. Ayrıca fiyatlar, doğru kaydedilip toplandığında piyasa ile ilgili analizlerin yapılabileceği en güvenilir verilerdir. Fiyat dalgalanmalarının piyasa ekonomisinin doğal işleyişinde kaynakların etkin kullanımı için yararlılığı ve gerekliliğinin yanında enflasyon başta olmak üzere piyasada oluşturabileceği olumsuz etkileri de vardır. Bu nedenlerden dolayı gıda fiyatları enflasyonunu farklı açılardan ele almak ve değerlendirmek yararlı olacaktır.

Fiyat verilerinin güvenilirliği ve fiyatın piyasadaki önemli rolü nedeniyle ilgili sektör, alt sektör, ürün grubu ve ürünlerle ilgili problemleri güvenilir bir şekilde ortaya koymak, tanımlamak ve çözümler üretmek için fiyat verilerini kullanmak ve fiyat analizleriyle çözümler üretmek çok yaygın bir yöntemdir. Bu raporda da hem ele alınan problemin doğrudan fiyatlarla alakalı olması hem de tarım ve gıda ürünlerine yönelik en güvenilir veriler olması hasebiyle sadece fiyat verileri kullanılmıştır.

Tarım ve gıda ürünlerinin fiyatlarındaki hızlı artışlar sonucu oluşan gıda enflasyonu –başta dar ve orta gelirli olmak üzere– toplumun tümünü teşkil eden

5 Shankar, “Food Inflation and Its Adverse Effects on the Economy”.

tüketicilerin gıda arz güvenliğini olumsuz etkileyebilmektedir. Gıda enflasyonu ayrıca yüksek enflasyonun ortaya çıkmasını tetikleyerek ekonominin performansını da menfi yönde etkileyebilmektedir. Bu etki Merkez Bankasının 1 Şubat 2021’de Maliye ve Hazine Bakanlığına gönderdiği yazıda<sup>6</sup> açıkça ifade edilmektedir. Tarım ve gıda ürünleri fiyatlarındaki artışlar, doğrudan üreticiye yansımak yerine çoğunlukla hem yüksek pazarlama marjlarının oluşmasına neden olmakta hem de bu yüksek marjlar tarım ve gıda fiyatlarını artırabilmekte yani gıda enflasyonuna sebep olabilmektedir. Dolayısıyla artan fiyatlardan çoğu zaman yararlanmayan üreticiler aşırı fiyat dalgalanmalarından ise olumsuz etkilenmektedir. Hem üreticileri hem de tüketicileri kısaca toplumun tüm kesimlerini farklı seviyelerde zora sokan ve son yıllarda sıklıkla Türkiye’nin gündemine giren gıda fiyatları enflasyonu üzerine kapsamlı bir değerlendirme gerekli ve yararlı görülmektedir.

## YÖNTEM VE KAPSAM

Konu gıda enflasyonu olunca tüketici sepetinde tarım ve gıda ürünlerinin ne kadar yer aldığı önem arz etmektedir. Gıda ve alkolsüz içecekler 133 ürün çeşidiyle gıda tüketim harcamalarında yüzde 25,94’lük bir paya sahiptir. Bu raporda üretici eline geçen fiyatları kullanılan 33 ürün, tüketicinin ödediği fiyatları kullanılan 37 ürün ve pazarlama marjı hesaplanan 31 ürün olmak üzere birbiriyle örtüşen toplamda 40 gıda ürününün fiyatları kullanılmıştır. Hiç işlenmeden veya ana madde özelliğini kaybetmeden çok az işlenerek tüketilen bu ürünlerin tüm gıda ve içecek maddeleri içerisindeki payı yüzde 58,6’dır. Dolayısıyla tarım ve gıda ürünleri fiyatlarındaki değişimleri ve dalgalanmaları temsil açısından alınan örnek büyüklüğünün yeterli olduğu rahatlıkla söylenebilir.

Rapor öncelikli olarak zincirleme ve yıllık fiyat endeksleri kullanılarak önce üretici ve sonra tüketici fiyatlarında 2003-2021 dönemindeki hareketlilik gıda ÜFE ile genel ÜFE ve gıda TÜFE ile genel TÜFE karşılaştırması yapılarak değerlendirilmiştir. Yine aynı dönem için gıda ÜFE ve gıda TÜFE karşılaştırması hem zincirleme hem de yıllık fiyat endeksleri ile yapılmıştır. Ürün bazında bahsedilen toplam 40 ürüne ait reel fiyatlar (2020=100); üretici eline geçen fiyatlar 2008-2020 dönemi için, tüketicinin ödediği fiyatlar 2008-2021 dönemi için 9 ürün grubuna ayrılarak hesaplanmıştır. “Pazarlama marjı”<sup>7</sup> (PM), tüketicinin ödediği fiyattan

6 “Fiyat İstikrarı ve Enflasyon”, TCMB, <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Temel+Faaliyetler/Para+Politikasi/Fiyat+Istikrari+ve+Enflasyon/Neden>, (Erişim tarihi: 3 Ocak 2021).

7 Yavuz Topcu, “Gıda Ürünlerinde Pazarlama Marjı ve Cebirsel Analiz”, *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, Cilt: 34, Sayı: 2, (2003), s. 199-207.

üretici eline geçen fiyat çıkarıldığında kalan miktarın tüketicinin ödediği fiyattaki payıdır/oranıdır ve nominal (cari) fiyatlar kullanılarak aşağıda verilen formüldeki gibi hesaplanmıştır:

$$PM (\%) = \left( \frac{\text{tüketıcının ödediği fiyat (₺)} - \text{üretici eline geçen fiyat (₺)}}{\text{tüketıcının ödediği fiyat (₺)}} \right) * 100$$

Pazarlama marjı hesaplanırken belli ölçüde işlenerek tüketiciye ulaşan bazı ürünlerde (şeker, zeytinyağı, peynir vs.) eş değeri kullanılarak üretici fiyatları tüketici fiyatlarıyla denkleştirilmiştir. Ayrıca bazı ürünlerin (muz, yumurta, ayçiçeği yağı vs.) belli yıllardaki üretici fiyatları tüketici fiyatlarından yüksek olarak kayıtlara geçildiğinden önceki ve sonraki yıllar dikkate alınarak gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Raporda ürün bazında detaylı analiz ve değerlendirmelerden ziyade gıda enflasyonuna genel bakış açısını ve gıda enflasyonundan dolayı ortaya çıkan problemlere yönelik ihtiyaçları, çözümleri ve politika eylemlerini ortaya koyan bir yaklaşım tercih edilmiştir.

Raporun ikinci bölümünde gıda fiyatlarının artış nedenleri; üretim/arz yetersizliği ve düşüşleri, ani ve dönemsel talep artışları, gıda tedarik zincirindeki problemler, artan dünya fiyatları, spekülasyon faaliyetleri ve doğal afet, ekonomi ve salgın krizleri başlıkları altında ekonomi teorisi kullanılarak (tümdengelim) ve bu teoriler gerçek verilerle desteklenerek (tümevarım) irdelenmiştir. Üçüncü bölümde fiyatlardaki artışları ve dalgalanmaları açıklayan ekonomik teoriler grafikler kullanılarak ve bu grafikler gerçek verilerle desteklenerek ele alınmış, fiyat artışı ve dalgalanmaların gerekçeleri ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Dördüncü bölümde yöntem kısmında ifade edildiği gibi üretici ve tüketici fiyat endeksleri, tarım ve gıda ürünleri fiyatlarının eğilimleri ve hesaplanan pazarlama marjları grafiklerle detaylı bir şekilde verilerle gıda enflasyonu problemine yönelik çıkarımlar yapılmıştır. Beşinci bölümde ise ekonomiye olumsuz etkileri olan fiyat dalgalanmaları ve artışlarının önüne geçmeyi amaçlayan mevcut politika uygulamaları verilmiş ve bu uygulamalara yönelik iyileştirme önerileri sunulmaya çalışılmıştır. Son bölümde ise tüm rapordaki bilgi, veri ve analiz sonuçlarından hareket ederek gıda enflasyonu problemine yönelik öne çıkan sonuçlar verilerle bu sonuçlara karşılık gelen öneriler sunulmuştur.

## RAPORUN AMAÇLARI

Raporun ana amacı gıda enflasyonunun göstergesi olan gelişmeleri ilgili ekonomi teorileri ve gerçek verilerle tanımlayıp enflasyonun nedenlerini ortaya koyarak

genel anlamda ihtiyaçları, çözümleri ve politika önerilerini sunmaktır. Bu ana amacı gerçekleştiren alt amaçlar ise şunlardır:

- Gıda enflasyonunun oluşumunu ve nedenlerini tanımlamak
- Tarım ve gıda ürünleri fiyatlarındaki yükselmeler ve dalgalanmalarla ilişkili ekonomi teorilerini kullanarak gıda enflasyonunun sebeplerine yönelik izahları yapmak
- Gıda fiyat endeksleri ile tarım ve gıda ürünleri fiyatlarının ele alınan dönem içerisindeki eğilimlerinden hareketle gıda enflasyonuna yönelik çıkarımlar yapmak
- Gıda enflasyonu ile ilişkili güncel politika uygulamalarını değerlendirmek
- Gıda enflasyonuna yönelik öne çıkan tanımlama, analiz ve değerlendirme sonuçlarından yararlanarak öneriler sunmak



# GIDA FİYATLARI NEDEN YÜKSELİR?

---

Gıda enflasyonu bir ekonomide enflasyon oluşmasına neden olan dört temel faktörle de ilişkilidir.<sup>8</sup> Bunları aşağıdaki gibi gözden geçirmek gıda enflasyonunun daha iyi anlaşılmasına katkı verecektir:

- Ekonomideki mal ve hizmet arzının toplam talebin artış hızına ayak uyduramaması halinde enflasyon ortaya çıkar. Genellikle ekonomilerin toparlanma/canlanma sürecine girdiği ve işsizlik oranlarının azalmaya başlamasıyla ani talep artışının yaşandığı durumlarda sık sık karşılaşılır.
- Petrol gibi temel girdi fiyatlarının yükselmesi veya doğal afetler ve salgınlar gibi nedenlerle üretim maliyetlerinde artış yaşanmasıyla enflasyon ortaya çıkar. Bu ve benzeri durumlarda toplam talep çok fazla değişmezken toplam arzın azalması sonucu fiyatların genel seviyesinde yükselme görülür.
- Para arzının toplam üretim artışından daha fazla artması paranın miktar teorisinde<sup>9</sup> ifade edildiği gibi enflasyonun meydana gelmesindeki diğer önemli bir unsurdur. Bu durumda hem yatırım hem de tüketim harcamaları artarak fiyatları yukarı çeken bir baskı enflasyona neden olur.
- Toplumun tümünü oluşturan tüketiciler ve önemli bir kısmını oluşturan üreticilerin gelecekte fiyatların yükselmeye devam edeceği yönündeki bek-

<sup>8</sup> "Fiyat İstikrarı ve Enflasyon".

<sup>9</sup> Friedman M. (1989) Quantity Theory of Money. In: Eatwell J., Milgate M., Newman P. (eds) Money. The New Palgrave. Palgrave Macmillan, London. [https://doi.org/10.1007/978-1-349-19804-7\\_1](https://doi.org/10.1007/978-1-349-19804-7_1)



lentileri enflasyonun oluşmasındaki diğer bir etkidir. Bu tür beklentiler hem stoklama hem de yüksek mal ve hizmet ve ücret talepleri sonucu mal ve hizmet fiyatlarının yükselmesine neden olur.

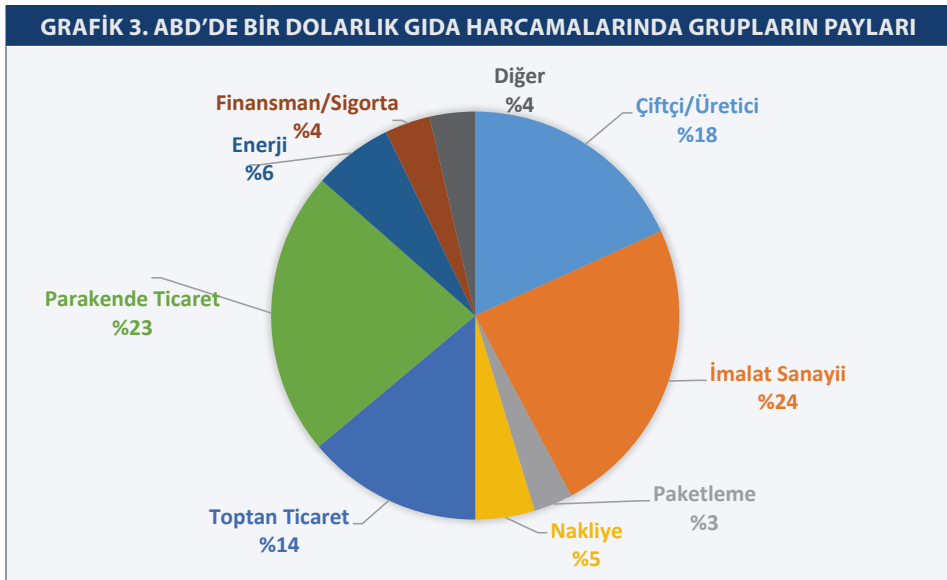
Enflasyonun temel sebeplerinin gıda enflasyonunda da etkili olmasının yanında tarım ve gıda ürünlerinin kendine has özelliklerinden ötürü de gıda enflasyonunun birçok farklı nedeni vardır. Tarım ve gıda ürünlerinin üretim ve tedarik süreçlerine daha yakından bakıldığında bu nedenler beş başlık altında toplanabilmektedir:<sup>10</sup>

- Gıda enflasyonunun nedenlerinin başında “iklim değişiklikleri” gelmektedir. İklim değişikliği anormal ve aşırı hava koşullarına neden olur. Sera gazı salınımı atmosferdeki ısıyı biriktirerek sıcaklığın yükselmesini sağlar. Oluşan bu sıcak hava atmosferdeki nem içeriğini daha fazla emmeye başlar. Göller ve nehirlerde var olan su buharlaşır ve peşinden toprak kurur. Yağmur yağdığı da su toprak tarafından yeterince emilmeyip bunun yerine toprak yüzeyinden akıp sellere neden olur. Tüm bunların sonucu olarak tarımsal üretimde verim, üretim ve arz azalır ve dolayısıyla gıda fiyatları yükselir.
- “Lojistik ve üretim maliyetleri” tarım ve gıda ürünlerinin fiyatlarının yükselmesine neden olan bir diğer faktördür. Örneğin petrol fiyatları veya taşımada kullanılan ulaşım ağlarının fiyatları yükseldikçe tarımsal üretim ve nakliye masrafları ve nihayetinde gıda fiyatları yükselir.
- Mısır üretiminin çok önemli bir kısmının “biyoyakıt üretimi”nde kullanılması gittikçe yaygınlaşmaktadır. Bu sebeple mısır üretiminin gıda ve yem olarak tüketilen payı gittikçe azalmaktadır. Bu durum yem ve yiyecek olan mısır fiyatlarını hatta yerine ikame edilebilecek diğer tahılların fiyatlarını yükseltmektedir.
- Yıllar içinde gelir artışına paralel olarak “et tüketimi” oldukça artmıştır. Yani sadece tahılla beslenen insanlar artık et de tüketmektedir. Eti üreten hayvanlar ise bitkisel ürünlerle beslenmektedir. Belli bir üretim seviyesine sahip bitkisel ürünlere hayvansal üretim faaliyetinin artmasıyla oluşan ilave talep, bitkisel ürün fiyatlarının yükselmesine ve buna bağlı olarak gıda enflasyonuna neden olmaktadır.
- Tarımsal üretimde “kredi imkanları”nın artmasıyla gittikçe daha çok kullanılan sermayenin maliyetinin artışı ürün maliyetlerine de yansiyarak fiyatları yükseltmektedir.

10 Shankar, “Food Inflation and Its Adverse Effects on the Economy”.

Gıda fiyat enflasyonunun tanımlanmasında tarımsal ürün fiyatları, imalat maliyetleri, nakliye masrafları, toptan ve perakende ticaret maliyetleri göz önünde bulundurulması gereken unsurlardır. Örneğin ABD’de gıda ürünleri, bu ürünler için harcanan her bir doların bir payını içeren çok sayıda pazarlama ameliyeleri ve imalat sanayiindeki tedarik aşamaları aracılığıyla çiftliklerden süpermarketlere, restoranlara ve diğer satış noktalarına seyahat eder.<sup>11</sup> Bu süreç ürünlere ve kategorilerine göre değişir. Ancak çoğu gıda ürünü perakende sektörüne ulaşmadan önce farklı seviyelerde nakliye, işleme ve paketleme işlemlerinden geçer. Bu gıda değer zinciri boyunca birçok gıda ürününün tedarik sisteminin ileri aşamalarındaki reklam, finans ve ücretler gibi ek maliyetler de tahakkuk eder.

ABD’de tüm tarım ve gıda ürünleri ortalamasında tedarik zincirindeki ameliyelerin aldıkları payları; ilk sırada yüzde 24 ile imalat/işleme sanayii, ikinci sırada yüzde 23 ile perakende ticaret ve üçüncü sırada yüzde 18 ile çiftçi/üretici oluşturmaktadır (Grafik 3). İşlenmiş gıda ürünlerinde bu paylar tüm ürünlerin ortalamasıyla çok benzeşmektedir. Ancak üzerinde en az işlem yapılan yaş sebzelerde bu payların ilk sırasında yüzde 41 ile çiftçi/üretici, ikinci sırasında yüzde 24 ile perakende ticaret ve üçüncü sırasında yüzde 17 ile toptan ticaret yer almaktadır. Yaş sebzelerde diğer grupların payı ise yüzde 6 ile nakliyeye ve yüzde 13 ile diğer ameliyelere aittir.



Kaynak: Kuhns vd. (2015)

<sup>11</sup> Kuhns vd., *How USDA Forecasts Retail Food Price Inflation*.

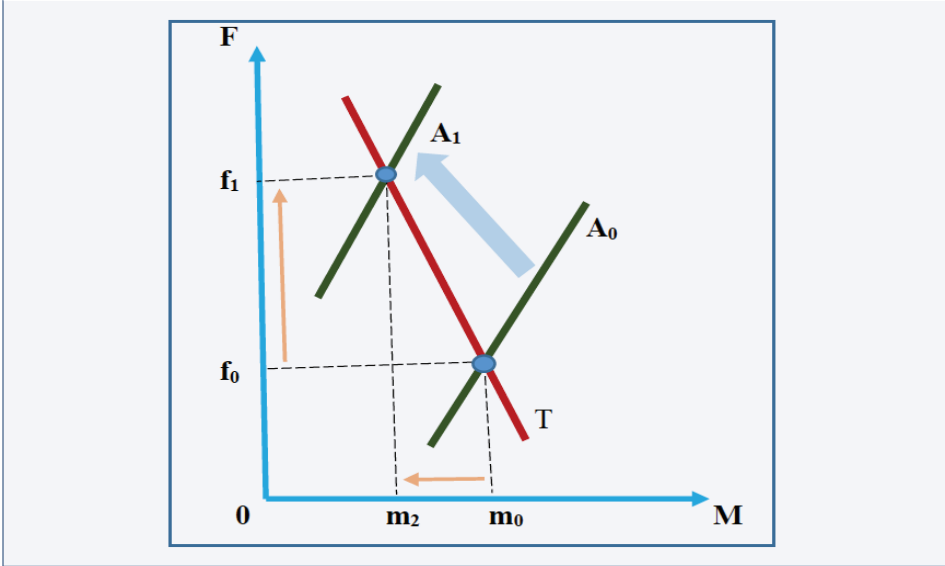
Gıda değer zincirindeki grupların bu payları (örneğin imalat sanayiinin payı muhtemelen daha düşük olabileceği gibi) farklılıklara rağmen Türkiye'de de benzer olacaktır. Yaş sebze için ifade edilen yüzde 41 çiftçi/üretici payının Türkiye'de de yüzde 40 civarında olduğu dikkate alınırca çok benzeştiği görülmektedir. Bu raporda fiyatları analiz edilen meyve ve sebzeler başta olmak üzere tarım ve gıda ürünlerinin çoğu örneğin imalat sanayiindeki ameliyelerden, paketlenmeden ve enerji maliyetlerinden muaf ve tedarik zinciri bu ürünler için daha kısadır. Dolayısıyla üretici ve tüketici fiyatlarının yanı sıra pazarlama marjlarına yönelik büyüklük ve eğilimlerin değerlendirilmesi ve çıkarımların yapılmasında bu durumun dikkate alınması gerekmektedir.

Gıda enflasyonunun ifade edilen sebepleri ülkeler düzeyinde ele alındığında ilaveler, eksilmeler ve ülkeden ülkeye farklılıklar olması kaçınılmazdır. Bu bağlamda Türkiye tarım ve gıda ürünleri genel fiyat artışlarının yani gıda enflasyonunun nedenleri dünya genelindekilerle benzeştiği gibi farklılıklar da içerebilmektedir. Bu sebepleri gerekçeleri ve açıklamalarıyla birlikte sırasıyla üretim/arz yetersizliği ve düşüşleri, ani ve dönemsel talep artışları, gıda tedarik zincirindeki problemler, artan dünya fiyatları, spekülasyon faaliyetleri ve doğal afet, ekonomi ve salgın krizleri başlıkları altında toplayabiliriz.

## ÜRETİM/ARZ YETERSİZLİĞİ VE DÜŞÜŞLERİ

Ekonomi teorisine göre talepte çok önemli bir değişiklik olmadığı şartlarda arzda meydana gelecek önemli ve ani düşüşler/yetersizlikler fiyatların yükselmesine neden olmaktadır. Tarım ve gıda ürünleri söz konusu olduğunda bu yükselmeler daha sert olmaktadır. Bunun sebebi ise tarım ve gıda ürünlerinin çabuk doyuma ulaşılan zorunlu tüketim malları olması ve dolayısıyla talebin fiyat esnekliğinin düşük olmasıdır. Bu durumu Şekil 1'deki gibi gösterebiliriz. Aşağıda sıralanan ve detayları verilen nedenlerle üretimdeki mevcut yetersizlikler veya arzda meydana gelen düşüşler arzı  $A_0$ 'dan  $A_1$ 'e sola ve yukarı çekmektedir. İnelastik olan talebin değişmediği varsayımından hareket edildiğinde arzdaki bu kayma fiyatı hızlı bir şekilde  $f_0$ 'dan  $f_1$ 'e yükseltmektedir.

ŞEKİL 1. GIDA SEKTÖRÜNDE ARZ AZALMASININ ETKİLERİ



Kaynak: Orijinal çizim

### Üretim Kapasitesi

Arzın yetersiz olmasının veya zaman içinde azalmasının en önemli sebeplerinden birisi üretim kaynaklarının/kapasitesinin tamamının üretime sokulamaması veya mevcut kapasitenin azalmasıdır. Bitkisel üretimde arazilerin atıl ve üretim dışı kalması, hayvansal üretimde hayvan sayılarının azalması tarımsal üretimde kapasiteyi ve dolayısıyla üretimi azaltmaktadır. Örneğin kırsaldan özellikle genç nüfusun göçü hem arazilerin atıl kalması hem de 2009'a kadar devam eden hayvan sayılarının azalmasında önemli bir rol oynamıştır. Ekonomideki olumlu gelişmeler ve yürürlüğe koyulan destekleme politikalarıyla 2010'dan sonraki on yıllık dönemde hayvan sayıları artmaya devam etmiş, koronavirüs salgınıyla ortaya çıkan gıda arz güvenliği endişeleri nedeniyle alınan tedbirlerle atıl arazilerin üretime kazandırılmasının yanı sıra mısır, soya ve fiğ gibi ürünler ikinci ürün olarak gündeme gelmiştir. Gıda sektörüne tarımsal ham ürün tedarikindeki yetersizliklerin yanında birçok başka nedenle oluşan gıda ve içecek imalatı sektöründeki atıl kapasitelerde üretim, işlenmiş gıda arzının azalmasında önemli bir rol oynamaktadır. Dolayısıyla gıda ve içecek imalatı sanayiine işlenmek üzere tedariki yapılan tarımsal ürünlerin yeterliliği ve sürekliliğinin yerine getirilmesinin yanında gıda sanayiindeki diğer olumsuzlukların giderilmesi de bu sektördeki üretim kapasitesini artırmak açısından önemlidir.

## Verimlilik

Tarım ve gıda ürünleri üretiminde verimlilik gıda arz güvenliğini temin açısından en önemli faktörlerin başında gelmektedir. Üretimde ileri düzeyde mekanik, kimyasal, biyolojik, elektronik ve dijital teknoloji/sermaye kullanımının yoğunluğuna bağlı olarak verimlilik de artmaktadır. Ayrıca üretim, işleme ve gıda tedarik zincirinde ileri yönetim ve organizasyon teknikleri de verimliliğin artmasına önemli katkılar sağlamaktadır. Aslında Tarım 4.0 ve/veya Sanayi 4.0 gibi terminolojilerin içerikleri de buna işaret etmektedir. Türkiye tarımsal ürün ve işlenmiş gıda üretiminde verimlilik anlamında 2000'lerde epey mesafe katetmesine rağmen halen tarımsal üretimde dönüm araziye ve hayvan başına verimlilik açısından birçok üründe gelişmiş ülkelerin gerisindedir. Gıda ve içecek imalat sanayiinde ise işletmelerin küçüklüğü ve bazı alanlarda düşük teknoloji kullanımı verimliliği düşürmektedir. Düşük verim birim maliyetleri yükselttiği için Şekil 1'deki gibi arz eğrisini yukarı ve sola çekerek fiyatları yükseltmektedir. Bu sebeple "verim açıklıkları" (*yield gap*)<sup>12</sup> her üretim alanının kendine has problemleri dikkate alınarak giderilmelidir. Örneğin basınçlı sulama sistemleri gibi teknoloji kullanımını artıran politikalar verimliliği artırmada büyük önem arz etmektedir.

## Rekolte

Tarımsal üretimde her bir ürüne ait yıllık toplam üretimi ifade eden rekoltede iklim şartları başta olmak üzere birçok diğer nedenlerle meydana gelen düşüşler gıda fiyatlarında artışlara yani gıda enflasyonuna yol açmaktadır. Tarımın en gelişmiş olduğu ülkelerde bile rekolte iklim şartlarına bağlı olarak yıllar arasında çok önemli farklılıklar gösterebilmekte ve bu rekolte dalgalanmaları fiyatların oynaklığına neden olabilmektedir. Herhangi bir ürünün rekoltesi o ürün için uygun iklim şartlarında artarak fiyatları düşürürken uygun olmayan iklim şartlarında ise düşerek fiyatları artırmaktadır. İklimdeki değişimler tarımsal ürünleri farklı seviye ve yönde etkilerken tarımsal kuraklık gibi doğal afetler ve salgınlar tüm ürünleri olumsuz yönde etkilemektedir. Benzer şekilde hastalık, zararlılar ve sel/taşkın gibi doğal afetler de rekolteyi olumsuz etkilemektedir. Lisanslı depoculuğun problemlerinin giderilerek geliştirilip yaygınlaştırılması, dinamik ticaret politikaları ve Toprak Mahsulleri Ofisinin (TMO) rekolte değişimlerinin etkilerini azaltan faaliyetlerinin etkin bir şekilde sürdürülmesi piyasadandan ürün çekme ve piyasaya ürün arz etme anlamında önemlidir.

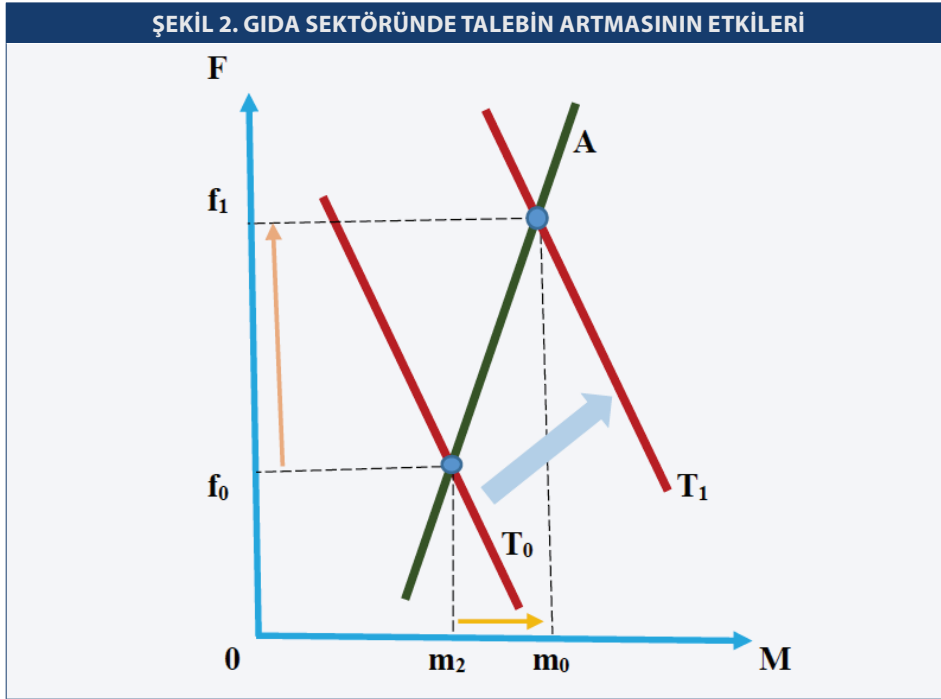
<sup>12</sup> *Yield gap* sağlanabilecek en iyi üretim şartlarında olması gereken verim ile mevcut verim arasındaki farktır.

### Artan Üretim ve İşleme Girdi Maliyetleri

Arzın azalmasının en önemli nedenlerinden biri de üretim maliyetlerinin yükselmesidir. Maliyetler denildiğinde akla ilk olarak üretim girdilerinin fiyatlarındaki artışlar gelmektedir. Tarımsal üretimde motorin, gübre, kredi, tohum, yem ve kimyasal ve diğer tarım ilaçları fiyatlarının artması üretimi/arzu doğrudan etkilemektedir. Bu maliyetler gıda tedarik zincirinde ise nakliye maliyetleri, gıda işlemlerindeki elektrik, motorin, iş gücü fiyatlarındaki/ücretlerindeki artışlar olarak ortaya çıkmaktadır. Ekonomik teoriye göre üretim maliyetleri arz tarafından temsil edilir. Dolayısıyla maliyetlerdeki artışlar (Şekil 1'de olduğu gibi) arzı  $A_0$ 'dan  $A_1$ 'e çekerek inelastik olan talebin de etkisiyle fiyatların hızlı bir şekilde  $f_0$ 'dan  $f_1$ 'e yükselmesine neden olur. Tarımsal üretim girdilerinin daha ucuz/kolay temini ve sübvansiyonu, maliyetlerin azalmasını ve arzın artmasını sağlayacaktır.

### ANI VE DÖNEMSEL TALEP ARTIŞLARI

Ekonomik teoriye göre arzda çok fazla değişimin olmadığı varsayıldığında talep artışları fiyatların yükselmesine neden olacaktır. Tarımsal üretimin zamana bağlı canlı üretimi olması nedeniyle tarımsal ürünlerin arzının fiyat esnekliği düşüktür. Tarımsal ürünlerin bu özelliğinden dolayı talepte meydana gelen artışların tarım ve gıda ürünleri fiyatlarını hızlı bir şekilde artırdığı Şekil 2'de gösterilmektedir. Talep  $T_0$ 'dan  $T_1$ 'e yükseldiğinde fiyat  $f_0$ 'dan  $f_1$ 'e hızlı bir şekilde yükselmektedir. Yani talepteki ani artışlar fiyatların hızlı yükselmesine, düşüşler ise fiyatların hızla inmesine neden olmaktadır. Talepteki bu kaymalar özellikle ihracat, gelir ve nüfus artışlarının yanı sıra tüketim tercihleri ve alışkanlıklarındaki değişimler nedeniyle ortaya çıkmaktadır.



Kaynak: Orijinal çizim

### İhracat Artışları

İhracattaki ani artışlar, yurt dışı talebi olarak yurt içi talebine eklenince yurt içi fiyatların yükselmesine neden olmaktadır. Zaman zaman yumurta ve tavuk eti fiyatlarındaki yükselişler ya da düşüşler diğer sebeplerin yanı sıra bu ihracat genişlemeleri ya da daralmalarının etkisiyle ortaya çıkmaktadır. Yurt dışı gıda fiyatları özellikle meyve ve sebze de yurt içi fiyatlarından çok yüksek olduğu için ihracat imkanlarının genişlemesi toplam talebi (yurt içi + yurt dışı) hızlı bir şekilde artırmaktadır. Artan talep (Şekil 2'de olduğu gibi) talebi  $T_0$ 'dan  $T_1$ 'e fiyatları ve  $f_0$ 'dan  $f_1$ 'e yükseltmektedir. Bu etmenin son yıllarda gıda fiyat artışlarında öne çıktığı söylenebilir.

### Gelir Artışı

Son yıllarda özellikle 2013'ten sonra döviz kurlarındaki artışlar nedeniyle ABD doları cinsinden kişi başına gelirden düşüş görülse de 2011-2012 arasında kadar ABD doları cinsinden ve sonrasında ise satın alma gücü paritesi açısından kişi başına gelir artmaktadır. Bu durum hayvansal ürünler başta olmak üzere tarımsal ürünlere ve gıdalara olan talebi artırmaktadır. Grafik 2'deki zincirleme gıda TÜFE'nin 2010'dan sonra genel TÜFE'den yüksek olmasında ve bu yüksekliğin giderek artmasında, hayvansal ürünler başta olmak üzere tarım ve gıda ürünlerinin gelir esnekliğinin

Türkiye’de nispeten yüksek olması nedeniyle reel gelir artışının katkısının olduğu söylenebilir. Yine Şekil 2’de gösterildiği gibi bu talep artışı fiyatı yükseltmektedir.

### **Nüfus, Göçmen ve Turist Sayılarındaki Artış**

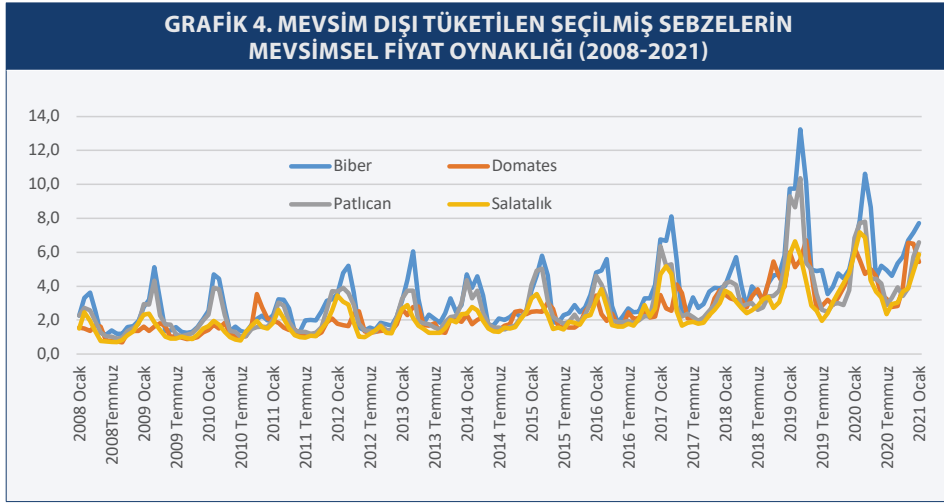
Gıda talebinin artmasının en önemli sebeplerinden biri de ülkedeki insan sayısının artmasıdır. Son on yılda (2010-2020) Türkiye’de yaşayan insan sayısında önemli artışlar olmuştur. Bu dönemde belirli oranda artan ülke nüfusuna ilave olarak iç savaş dolayısıyla başta Suriye olmak üzere dünyanın farklı ülkelerinden gelen mülteciler, göçmenler ve öğrenciler Türkiye’deki nüfusu daha da yükselmiştir. Ayrıca büyüyen turizm sektörüne binaen sürekli artan ve yıllık 50 milyonu aşan turist sayısı kısa süreler için de olsa gıda talebinin artmasında etkili olmuştur. Gıda tüketimini doğrusal bir şekilde zaman içinde birebir artıran bu gelişmeler gıda talebini (Şekil 2’de olduğu gibi) artırmakta ve fiyatları yükseltmektedir.

### **Tüketici Tercihlerindeki Artışlar ve Değişimler**

İnsanların tüketim tercihleri zaman içerisinde birçok nedene bağlı olarak önemli değişiklikler ve kaymalar göstermektedir. Örneğin kolesterol seviyesini artırıyor diye tereyağı, yumurta ve kırmızı et tüketimi ile ilgili, özellikle belli yaşın üzerinde ve bu yönde sağlık problemleri olan insanlarda çekinceler söz konusu olmuştur. Ancak yapılan bilimsel çalışmalarla böyle olmadığı anlaşılınca tereyağı başta olmak üzere yumurta ve kırmızı et tüketimi tercihleri artmıştır. Yine benzer şekilde sağlıklı gıda tüketimi gerekçesiyle katı yağlardan zeytinyağı başta olmak üzere sıvı yağlara bir yönelme yaşanmıştır. Bu tercih kaymaları tereyağı ve zeytinyağı gibi gıdaların fiyatlarının anormal yükselişine neden olmuştur. Mevsimlik tüketim alışkanlıklarının mevsim dışı tüketimlere –özellikle domates, biber, patlıcan ve salatalık gibi sebzelerle– kaymasıyla örtü altı üretimin sınırlı kalmasının da etkisiyle bu ve benzeri sebzelerin fiyatları mevsim dışında yükselmektedir. Mevsim dışı örtü altı üretim 2008-2020 döneminde örneğin domateste yüzde 70 artış<sup>13</sup> olmasına rağmen mevsim dışı fiyatların iki katın üzerinde olması ve bu yüksekliğin giderek artması (Grafik 4’te verildiği gibi) mevsim dışı tüketimin örtü altı üretimden daha hızlı arttığını göstermektedir.

13 “İstatistik Veri Portalı”, TÜİK, <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Tarim-111>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).





Kaynak: TÜİK

## GIDA TEDARİK ZİNCİRİNDEKİ PROBLEMLER

Özellikle koronavirüs salgını sonrası tarımsal ürün ve gıda üretiminden ziyade gıda tedarik zincirinde ortaya çıkan problemler hem dünyada hem Türkiye’de gıda üretimini/arzını olumsuz etkilemiş ve gıda arz güvenliği sıkıntısı yaşatmıştır. Gıda tedarik zincirinin etkin şekilde çalışmaması da gıda fiyatlarının yükselmesine yol açmıştır. Bu fiyat artışları, çiftçi eline geçen fiyatlara yeterince yansımadağı gibi tüketicilerin de yüksek fiyatlar ödemek zorunda kalmasına neden olmuştur. Yaşanan bu problemler gıda tedarik zincirinin etkinliği konusunu ve dolayısıyla önceden beri çalışılmakta olan ve henüz tamamlanamayan Yeni Hal Yasası’nı ve Dijital Tarım Pazarı konularını Türkiye’nin gündemine taşımıştır. Gıda tedarik zinciri ile ilgili öne çıkan eleştiriler ise temelde tüketicinin ödediği fiyat ile çiftçi eline geçen fiyat farkının yüksekliği, üreticinin ürettiğinin ticaretinde yeterince olamaması ve gıda tedarik zincirinin uzun olması şeklinde üç başlık altında toplanabilir.

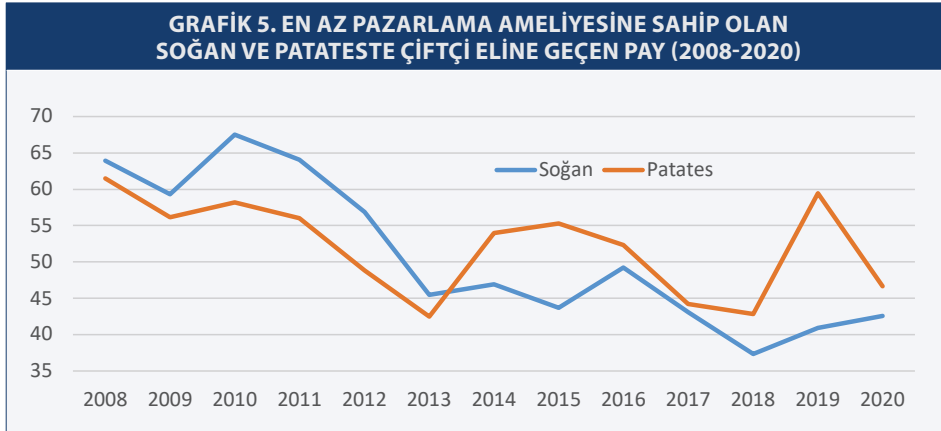
### Tüketicinin Ödediği Fiyat ile Üreticinin Eline Geçen Fiyat Farkının Yüksekliği

Kamuoyunda ve medyada tartışılan ve üzerinde en çok durulan sorun tüketicinin gıda ürünlerine ödediği fiyat içerisinde üreticinin aldığı payın çok düşük olmasıdır. Bu problem tarım ve gıda ürünleri üreticiden tüketiciye ulaşırken oluşan maliyetlerin veya aracılardan aldığı payın yüksek olmasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla gıda değer zincirinde üretim sonrası oluşan katma değer-

lerin giderek artması tüketiciye ulaşan nihai ürün değeri içerisinde üreticinin payını giderek düşürmektedir. Doğal olarak bu katma değerler tarım ve gıda ürünlerine yapılan pazarlama ameliyelerinin sayısına ve işlenme seviyelerine göre ürünler arasında farklılık göstermektedir. Üreticiden çıktıktan sonra sadece depolama, nakliye ve ticaret (mülkiyet değişimi) ameliyelerinin yapıldığı patates ve soğan ile ileri düzeyde işleme tabi tutulan işlenmiş içme sütü gibi süt ürünlerinin pazarlama marjı yani tüketicinin ödediği ile üreticinin aldığı fiyat farkı yüksek olacaktır.

Bundan çeyrek asır önce 1995'te yapılan bir çalışmada<sup>14</sup> meyve ve sebze tüketicinin ödediği fiyat içinde 1973-1992 döneminde çiftçi eline geçen payın meyvede yüzde 49, sebze de yüzde 61 olduğu belirlenmiştir. O tarihte bu sonuçlar, çiftçi eline geçen payın düşük olduğu ve bu payın artırılması gerektiği şeklinde değerlendirilmiştir. Gıda tedarik zincirinde sadece nakliye, depolama ve mülkiyet değişimi ameliyeleriyle en az işleme tabi tutulan ve gıda harcamalarında en büyük paya sahip olan ve dolayısıyla patates ve soğanın durumuna en çok tüketilen sebzeler olarak bakmakta yarar vardır. Patates ve soğana tüketicinin ödediği fiyatın çiftçi eline geçen payı Grafik 5'te 2008-2020 dönemi için verilmiştir. Patates ve soğan üreticisinin aldığı pay 2008'de yüzde 60-65 civarında iken 2020'de yüzde 45 civarına düşmüştür. Patates ve soğan üreticisinin aldığı paylar birbirine yakın olmasına rağmen 2013'e kadar soğan üreticisinin ve sonrasında ise patates üreticisinin payı daha yüksek olmuştur. Dolayısıyla 1995'te yapılan çalışma ile kıyaslandığında çiftçinin eline geçen payın düştüğü görülmektedir. Raporun ilerleyen bölümlerinde verildiği gibi diğer sebzelerde patates ve soğana göre çiftçinin eline geçen payın çok daha düşük olduğunu belirtmek gerekir. Grafik 5'te özellikle 2013'ten sonra çiftçinin eline geçen payın çok düştüğü görülmektedir. Son on üç yılda (2008-2020) çiftçinin tüketicinin ödediği fiyattan aldığı payın 15-20 puan civarında düşmesi kamuoyunda ve medyadaki iddiaları doğrulamaktadır. Gıda tedarik zincirinde en çok kazanç sağlayan halkanın pazarlama marjından en fazla pay aldığı öngörülebilir. Ancak bu payların net olarak ortaya koyulması için zincirdeki her bir halkanın aldığı güncel payları ortaya koyacak çalışmalara ihtiyaç vardır.

14 Fahri Yavuz ve T. Ayyıldız, "Meyve-Sebze Fiyatları ve Düşündürdükleri", *Hasad: Aylık Teknik Dergi*, (Ekim 1995).



Kaynak: “Bitkisel Üretim Değeri”, TÜİK, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Bitkisel-Urun-Fiyatları-ve-Üretim-Değeri-2019-33713>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

### Üreticinin Ürettiğinin Ticaretinde Olamaması

Çiftçinin ürettiği ürünün ticaretinde olamaması ürettiği değerden aldığı payı azaltmaktadır. “Rızkın onda dokuzu ticaret, biri cesarettir” özdeyişinde biraz abartı olsa da çok önemli bir gerçeğe işaret edilmektedir. O da ticaretin gıda değer zincirinde çok önemli bir payı olduğudur. ABD’de yapılan bir çalışmada hesaplanan bu pay yüzde 14 toptan ticaret ve yüzde 23 perakende ticaret olmak üzere toplamda yüzde 37’dir (Grafik 3). Dolayısıyla çiftçinin yeter gelir elde edebilmesi için belli oranda ürettiğinin ticaretinde olması gerekmektedir. Büyük çoğunluğu küçük aile işletmesi olan Türkiye’deki çiftçilerin/üreticilerin bunu yalnız başına başarmaları çok mümkün değildir. Gelişmiş ülkelerde tarım işletmeleri daha büyük olmasına rağmen çiftçiler başta kooperatifler olmak üzere örgütleri yoluyla ürettiklerinin ticaretinde olabilmekte ve gıda değer zincirinden daha fazla pay alabilmektedir. Ortakları ve üyeleri için önemli görevleri gerçekleştirerek işlevsel ve kendi finans kaynaklarını oluşturarak ayakları üzerinde durabilen profesyonel kooperatifleri ve/veya örgütleri aracılığıyla faaliyetlerini yürüttükleri takdirde çiftçiler hem ürettiklerini değer fiyattan satabilmekte hem de girdi olarak kullandıklarını uygun fiyattan alabilmektedir. Çiftçiler bunu başararak ürettiklerinin ticaretinde yeterince olabildikleri zaman çok daha kazançlı tarımsal faaliyet yapma imkanı bulabileceklerdir. Bu anlamda Yeni Hal Yasası’nın önemli katkıları olacağı beklenmektedir.

### Gıda Tedarik Zincirinin Uzunluğu

Gıda tedarik veya değer zincirinin uzunluğu tarladan çatala ilave ameliyelerin dahil edilmesiyle artmaktadır. Patates ve soğan gibi en az ameliye ile üretici-

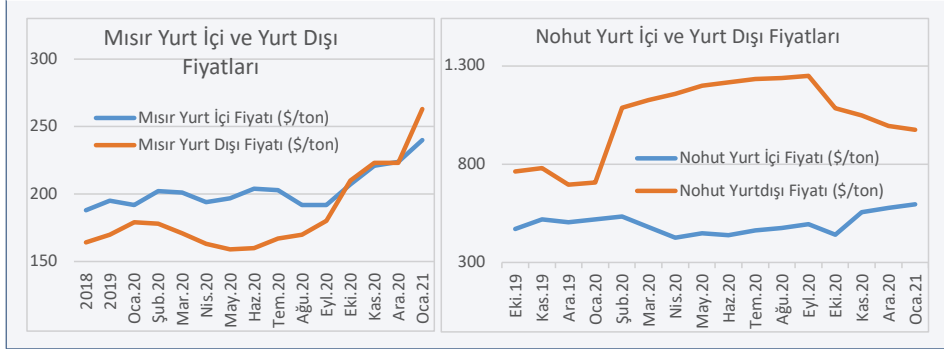
den tüketiciye ulaşan tarım ürünlerinin tedarik zinciri mukayeseli olarak kısa olurken örneğin süt ürünlerinin tedarik zinciri daha uzun olmakta ve dolayısıyla bu zincirdeki katma değer yükselmektedir. Değer zinciri uzunluğundaki farklılık normaldir ve hatta teknoloji geliştikçe ilave ameliyelerle daha çok işlenen gıda ürünlerinin tedarik zincirlerinin uzaması da doğaldır. Buna rağmen gereksiz ameliyelerin kaldırılması, üreticiden doğrudan tüketiciye sunan pazarların geliştirilip yaygınlaştırılması ve yüksek ekonomik karların elde edilmesinin önüne geçilmesi daha rekabetçi ve etkin denetim mekanizmalarının olduğu yapılar oluşturularak sağlanmalıdır. Dijital Tarım Pazarı gibi sistemler ve uygulamalar bu anlamda çözümün bir parçası olabilir. Tarımsal üretimde öngörülebilirliği artırmak, fiyat dalgalanmalarının önüne geçmek ve gıda değer zincirini kısaltmak için sözleşmeli çiftçiliğin gelişmesi ve yaygınlaşması da önem arz etmektedir.

## ARTAN DÜNYA FİYATLARI

Küreselleşme sonucu dünya küresel büyük bir köy haline gelince her alanda olduğu gibi ekonomik etkileşimler de artarak fiyatların değişmesine/benzeşmesine neden olmaktadır. Özellikle pahada ağır hacimde hafif teknoloji ürünlerinin ülkeler arası fiyatları çok küçük farklarla aynılaşıırken diğer uç noktada olan hacimde ağır pahada hafif tarım ürünlerinin fiyatlarında da birbirini etkileyerek yaklaşma söz konusudur. Tarım ve gıda ürünlerinin önemli bir kısmında özellikle meyve ve sebze dünya fiyatlarının yüksek olması da Türkiye’de meyve ve sebze fiyatlarının yükselmesine neden olabilmektedir.

## Yurt İçi-Yurt Dışı Fiyat Farklılıkları

Seçilen iki ürün üzerinden tarımsal ürünlerdeki yurt içi-yurt dışı fiyat farklılıklarının karşılaştırması yapılarak özellikle yurt içi fiyatların yurt dışı fiyatlardan nasıl etkilendiği Grafik 6’nın ilk grafiğinde mısır örneğiyle ve ikinci grafiğinde nohut örneğiyle gösterilmeye çalışılmıştır. Mısır yurt içi fiyatları 2018, 2019 ve 2020’nin ilk üç çeyreğinde dünya fiyatlarının üstünde iken koronavirüs salgının da etkisiyle 2020’nin son çeyreğinde eşitlenmiş ancak Ocak 2021’de yurt dışı fiyatı (Grafik 6’nın ilk grafiğinde gösterildiği gibi) yurt içi fiyatının da artışa geçmesine rağmen üzerine çıkmıştır. Mısır gibi yurt dışı fiyatı yurt içi fiyatının altında olan tarımsal ürünlerde, yurt içi fiyatının yurt dışı fiyatına yaklaşması özellikle ticaret müdahalelerinin azalması durumunda söz konusu olabilmektedir.

**GRAFİK 6. MISIR VE NOHUT YURT İÇİ VE YURT DIŞI FİYATLARININ KARŞILAŞTIRILMASI**

**Kaynak:** “Ürün Masaları Kasım Bülteni Kasım 2020”, T.C. Tarım ve Orman Bakanlığı, 17 Kasım 2020, <https://www.tarimorman.gov.tr/Haber/4819/Urun-Masalari-Kasim-Ayi-Bultenleri-Yayimlandi>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

Grafik 6'nın ikinci grafiğinde görüldüğü gibi nohutun yurt içi üretici fiyatları koronavirüs salgını nedeniyle 2020'nin ilk çeyreğinden sonra sınırlı bir hareketlilik gösterirken dünya fiyatında erken başlayan hareketlenme daha hızlı bir seyir izledikten sonra aynı yılın son çeyreğinde düşmeye başlamıştır. Bu grafikten de dünya fiyatından düşük olan nohutun yurt içi fiyatının yükselerek dünya fiyatına yaklaştığı görülmektedir. Meyve ve sebze başta olmak üzere birçok tarımsal üründe yurt içi fiyata göre yüksek olan yurt dışı fiyatının yurt içi fiyatlarını yukarı çekmeye meyilli olduğu söylenebilir. Sonuç olarak özellikle ticaretin daha serbest olduğu durumlarda yurt içi gıda fiyatları enflasyonunun bir müsebbibinin de yüksek yurt dışı fiyatları olduğu öngörülebilir.

### Uluslararası Ticaretin Serbestleşmesinin Etkileri

Küreselleşmede uluslararası ticaretin serbestleşmesinin yani ticaret müdahalelerinin azaltılmasının ya da tamamen kaldırılmasının önemli bir payı vardır. Genel Gümrük ve Ticaret Antlaşması'nın uluslararası ticaretin daha serbest olması amacıyla 1995'e kadar yürüttüğü faaliyetleri Dünya Ticaret Örgütü bu yıldan sonra daha etkili bir şekilde yürütmeye başlamıştır. Daha rekabetçi ve kaynakların daha etkin kullanıldığı dünyayı hedefleyen uluslararası ticaretin serbestleştirilmesinin, uzun vadede dünya fiyatlarının birbirine yaklaşmasını hatta nakliye masrafları dikkate alınmadığında eşitlenmesini sağlayacağı söylenebilir. Dolayısıyla yüksek fiyatların düşerek ve düşük fiyatların yükselerek yakınlaşması uluslararası ticaretin gittikçe daha fazla serbestleşmesiyle gerçekleşecektir. Bu gelişmeler özellikle meyve sebze başta olmak üzere yurt içi fiyatları düşük ürünlerin fiyatlarını yükseltecek, yurt içi fiyatı yüksek olan ürünlerin fiyatlarını ise düşüreceklerdir.

## SPEKÜLATİF FAALİYETLER

Hasat edilen veya stoklarda olan dayanıklı tarım ve gıda ürünlerini piyasaya arz etmek yerine ileride daha yüksek fiyattan satıp daha fazla kar elde etmek için üreticiler veya tacirler stoklama yaparak spekülative faaliyetlere yönelebilirler. Koronavirüs salgını nedeniyle gıda arzı güvencesi endişelerinin arttığı 2020'nin son çeyreğinde tahıl stokçuları başta olmak üzere bu tip spekülative faaliyetlerin yapıldığı, ülkede birçok dayanıklı gıda ürününde rekor önceki yıllara göre yüksek olmasına rağmen bu ürünlerde fiyatların yükselmesinden çıkarılmaktadır. Ancak bu spekülative faaliyetlerde yüksek kar beklentileri zaman zaman ters yüz olup zarara da dönüşebilmektedir.

## DOĞAL AFET, EKONOMİ VE SALGIN KRİZLERİ

Kuraklık, sel, erken don gibi doğal afetler ve hastalıklar doğrudan tarımsal üretimi verimin düşmesi yoluyla olumsuz etkileyip arzı azaltır ve peşinden tarım ürünlerinin ve gıda fiyatlarının yükselmesine neden olur. Örneğin 2020'nin Ekim ve Kasım aylarında önceki yıllar ortalamasına göre yüzde 58 azalan yağışların kış ve bahar yağışlarının tahmin edildiği gibi normal seviyede veya üstünde olması durumunda tarımsal kuraklığın olmayacağı, aksi halde meteorolojik kuraklığın tarımsal kuraklığa dönüşebileceği, gıda arz güvenliğinin riske girebileceği ve gıda fiyatlarının yükseleceği öngörülmüştür.<sup>15</sup> Nitekim öngörülen bu fiyat artışları birçok tarımsal üründe yaşanmaktadır. Tüm dünyayı etkileyen 2008 ekonomik krizinin, 2019'dan sonra hızla artan gıda fiyatlarının (Grafik 1'de verildiği gibi) 2014'e kadar yüksek kalmasında önemli etkileri olmuştur. Koronavirüs salgınının ardından hükümetlerin gıda arz güvencesi için tarımsal üretimi artırma çabaları ve sahadan gelen üretim artışıyla ilgili olumlu bilgiler tarımsal ürün arzının artacağına işaret ederken turizm ve dışarıda yeme içmenin azalması nedeniyle tarım ürünleri talebindeki azalmanın başlangıçta tarımsal ürün fiyatlarını muhtemelen düşüreceğine<sup>16</sup> yönelik beklentilerin oluşmasına neden olmuştur. Ancak bu öngörünün ve başlangıçta fiyatların biraz aşağı doğru hareket etmesinin aksine gıdada kendine yeterlilik politikasının öne çıkması, dünyadaki ihracat kısıtlamaları nedeniyle Türkiye'den yapılan mamul gıda maddelerine olan talepteki ani artış ve gelecekte artması muhtemel fiyat beklentileri stokların ve dolayısıyla gıda fiyatlarının artmasına neden olmuştur. Kriz dönemlerinde zorunlu ihtiyaç maddesi

15 Fahri Yavuz, "Tarımsal Kuraklık: Öngörüler, Önlemler, Öneriler", *Kriter*, Cilt: 5, Sayı: 53, (2021).

16 Fahri Yavuz, "Tarıma Koronavirüs Etkisi", *Kriter*, Cilt: 5, Sayı: 46, (2020).

olan gıdaları tüketim ve ticari amaçlı stoklamaya yönelme tutumu sonucu talebin artmasının yanında üretim ve/veya tedarik zincirinde meydana gelen olumsuzluklar neticesinde arzın azalması hem talep hem de arz yönlü olarak gıda fiyatlarının yükselmesine neden olmuştur.

# FİYAT ARTIŞ VE DALGALANMALARINI AÇIKLAYAN TEORİLER

---

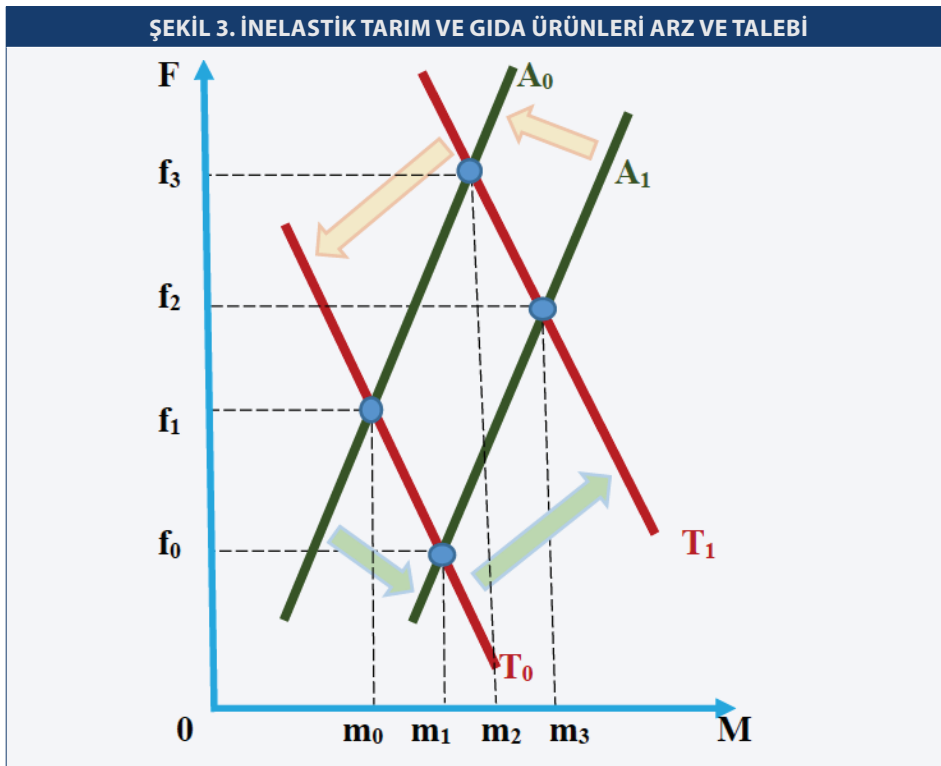
Tarım ve gıda ürünleri fiyatlarının hızla yükselmesini, düşmesini ve dolayısıyla dalgalanmasını sağlayan sebeplerin ve ortaya çıkan sonuçların açıklaması birçok ekonomi teoremi kullanılarak yapılabilmektedir. Bu teoremlerin başında diğer teorileri de şekillendiren tarım ve gıda ürünleri arz ve talebinin fiyat esnekliğinin düşük olması gelmektedir. Diğerleri ise çiftçilerin neden bol ürün yıllarında zarar, kıt ürün yıllarında kar ettiğini açıklayan King Kanunu ve tarım ürünlerinde devri dalgalanmaları izah eden Örümcek Ağı Teoremi'dir.

## İNELASTİK TARIM VE GIDA ÜRÜNLERİ ARZ VE TALEBİ

Arz ve talebin fiyat esnekliğinin düşük olması derken ne kastedildiğini başta kısaca açıklamak gerekir. Meseleye önce üretim yani rekolteadaki değişimler açısından bakmak doğru olur. İklim şartlarının iyi gittiği, verimliliğin yükseldiği ve dolayısıyla rekoltenin çok iyi olduğu bir yılda bir ülkenin gıda ihtiyacı ve ihracat potansiyeli nispeten az değişkenlik gösterdiğinden fiyatlar hızlı bir şekilde düşer. Bu durum Şekil 3'te talep  $T_0$ 'da sabit olduğunda arzın  $A_0$ 'dan  $A_1$ 'e artmasıyla fiyatın  $f_1$ 'den  $f_0$ 'a hızla düşmesi şeklinde gösterilmektedir. Doğal afetlerin olduğu yıllarda ise rekolte çok düşer ve dolayısıyla fiyatlar hızla yükselir. Bu durum yine Şekil 3'te talep  $T_0$ 'da sabit olduğunda arzın  $A_1$ 'den  $A_0$ 'a azalmasıyla fiyatın  $f_0$ 'dan  $f_1$ 'e hızla yükselmesi şeklinde gösterilmektedir. Çünkü insanlar fiyatlardaki değişimler karşısında zorunlu ihtiyaçlarını çok değiştiremezler. Bu durum tarımsal ürünler



talebinin fiyat esnekliğinin inelastik olmasından kaynaklanır.<sup>17</sup> Diğer taraftan tarımsal ürünler ihracatının aniden artması veya azalması durumunda iç piyasada ürün fiyatları sırasıyla yükselir veya düşer. Örneğin yumurta üretimini, zamana ihtiyaç duyduğu için hemen artırmak veya azaltmak yani talebi çok kısa zamanda karşılamak mümkün olmaz. Bu durumlar Şekil 3'te arz  $A_0$ 'da sabit olduğunda talebin  $T_0$ 'dan  $T_1$ 'e artarak fiyatın  $f_1$ 'den  $f_3$ 'e hızlı yükselmesi veya talebin  $T_1$ 'den  $T_0$ 'a azalmasıyla fiyatın  $f_3$ 'ten  $f_1$ 'e düşmesi şeklinde gösterilmektedir. Bu da arzın fiyat esnekliğinin düşüklüğünü ifade eder.



Kaynak: Orijinal çizim

## DOĞAYA BAĞIMLILIK VE KİNG KANUNU (BOLLUK PARADOKSU)

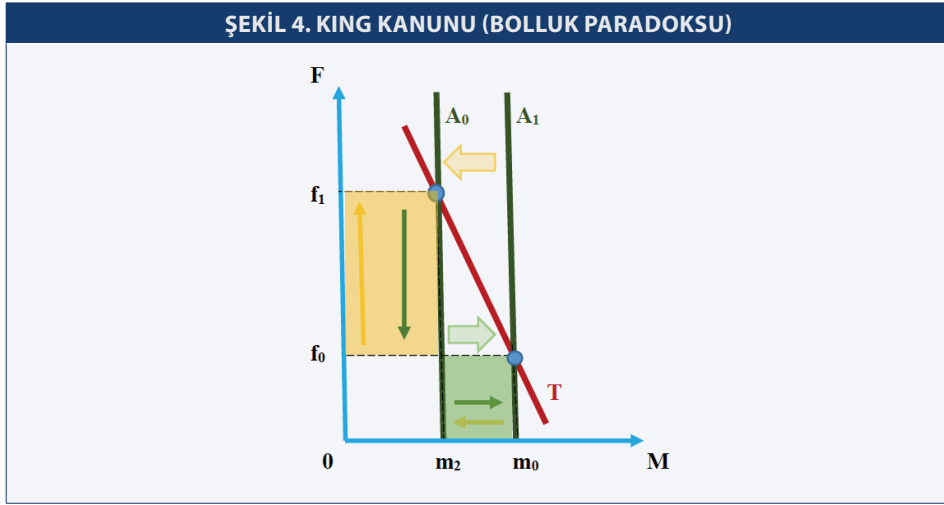
Tarım sektöründe kullanılan üretim kaynaklarından olan arazi, iş gücü ve sermaye örneğin inşaat, sanayi ve ticaret sektörlerinde istihdamı durumunda daha fazla getiri sağlar. Çünkü tarım sektörü kuraklık, sel, erken donlar, hastalık ve

<sup>17</sup> John Thompson, "The Nature of Demand for Agricultural Products and Some Important Consequences", *Journal of Political Economy*, Cilt: 24, Sayı: 2, (1916), s. 158-182.

zararlılar gibi doğal afet ve iklim şartlarından etkilenir; tarımsal üretim ve ürünlerin kendine has özellikleri nedeniyle piyasa istikrarsızlığı yaşar ve dolayısıyla yüksek risk altında üretim yapar.<sup>18</sup> Ayrıca tarımsal faaliyette üretilen materyalin canlı olması hem üretim sürecinin uzamasına neden olarak sermayenin dönüşüm hızını azaltır hem de hastalık ve zararlıların meydana getirdiği kayıplara muhatap olmasına neden olur. Tüm bunlar tarımda kullanılan üretim kaynaklarının getirisini, ortaya çıkabilecek risk ve belirsizliğin oluşturduğu istikrarsızlık nedeniyle düşürür. Kullanılan kaynak başına bu getiri düşüklüğü, üretim arttığında fiyatların çok hızlı düşmesinden veya fiyatlar yüksek olduğunda ise üretimin düşmüş olmasından kaynaklanabilmektedir. Bu durum King Kanunu'nda mısır üretiminde belli bir oranda (onda 1) oluşan açığın mısırın fiyatını çok daha büyük oranlarda (onda 3, onda 8 gibi) artırdığı, tersine rekoltenin çok iyi olması durumunda mısır arzında meydana gelen belli orandaki fazlalığın ürünün fiyatını daha büyük oranda düşürdüğü şeklinde tanımlanmaktadır.<sup>19</sup> Şekil 4'te gösterildiği gibi tarımsal ürünler talebinin inelastik olması nedeniyle arzdaki artışın  $A_0$ 'dan  $A_1$ 'e artması fiyatı hızlı bir şekilde  $f_1$ 'den  $f_0$ 'a düşürmektedir. Bu durumda gelir olarak yeşil alan arzındaki artıştan dolayı kazanılırken daha büyük olan sarı alan fiyatın düşmesiyle kaybedilmekte yani çiftçi gelir kaybına uğramaktadır. Ürün artarken yani bolluk olurken gelirin düşmesi aynı zamanda "bolluk paradoksu" olarak ifade edilmektedir. Üretim açığının olması durumunda yani arzın  $A_1$ 'den  $A_0$ 'a azalması durumunda fiyat  $f_0$ 'dan  $f_1$ 'e hızlı bir şekilde yükselerek sarı alan fiyat artışından dolayı kazanılırken çok daha küçük olan yeşil alan üretimin düşmesiyle kaybedilerek gelir artışı sağlanabilmektedir. Tarım ve gıda ürünleri fiyatlarının üretim açığı nedeniyle hızla yükselmesi pazarlama marjının değişmemesi durumunda çiftçiyi olumlu etkileyebilecektir.

18 Fahri Yavuz, *Tarım Politikası Ders Notları*, (Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, Erzurum: 2015).

19 G. Udny Yule, "Crop Production and Price: A Note on Gregory King's Law", *Journal of the Royal Statistical Society*, Cilt: 78, Sayı: 2, (1915), s. 296-298.



Kaynak: Orijinal çizim

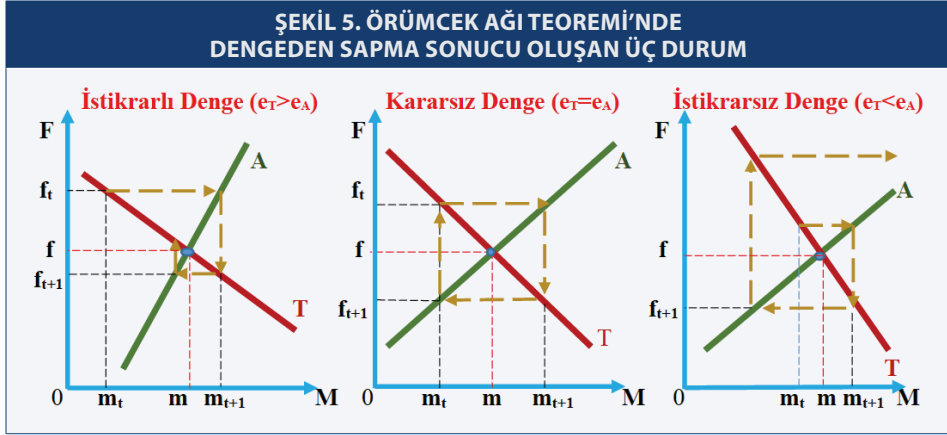
## ÖRÜMCEK AĞI TEOREMİ

Nicholas Kaldor tarafından yayımlanan “Dengenin Belirleyicileri Üzerine Sınıflandırıcı Bir Not” başlıklı makalede<sup>20</sup> açıklanan “örümcek ağı” ya da İngilizce adı ile *cobweb* teoreminin, daha sonra Mordecai Ezekiel tarafından yayımlanan “Cobweb Teoremi” başlıklı makalede<sup>21</sup> 1921-1936 dönemine ait patates verimi, üretimi ve fiyatı verileriyle doğrulaması yapılmıştır. Temelde özellikle tarım ürünlerinde ani talep değişikliklerine arzın zamana bağlı üretim dolayısıyla anında ayak uyduramaması durumunu ifade etmektedir. Arz ve talebin fiyat esnekliklerinin büyüklüğüne göre piyasa arz-talep dengesinin bozulacağını ya da istikrara kavuşacağını öne sürmektedir. Cobweb Teoremi’ne göre esnekliklere bağlı olarak ortaya çıkan üç farklı durum söz konusudur. Şekil 5’teki ilk şekilde gösterildiği gibi talep esnekliğinin arz esnekliğinden büyük olması durumunda başlangıçta dengeden sapma olsa bile piyasa sonunda dengeyi sağlayacaktır. İkinci şekildeki gibi talep ve arz esnekliklerinin eşit olması durumunda dengenin etrafında istikrarlı bir hareket olmaktadır. Piyasa dengesinden uzaklaşma ya da dengeye yaklaşma söz konusu değildir. Üçüncü şekilde ise arz esnekliğinin talep esnekliğinden büyük olması durumunda, dengeden sapma halinde piyasa dengesinden giderek uzaklaşılır ve piyasa dengesi müdahale olmadan sağlanamaz. Tarımsal ürün fiyatlarındaki dalgalanmayı Örümcek Ağı Teoremi’nin ilk iki durumu net bir şekilde göstermektedir. Her halükarda bu durum-

20 Nicholas Kaldor, “Classificatory Note on the Determinateness of Equilibrium”, *The Review of Economic Studies*, Cilt: 1, Sayı: 2, (1934), s. 122-136.

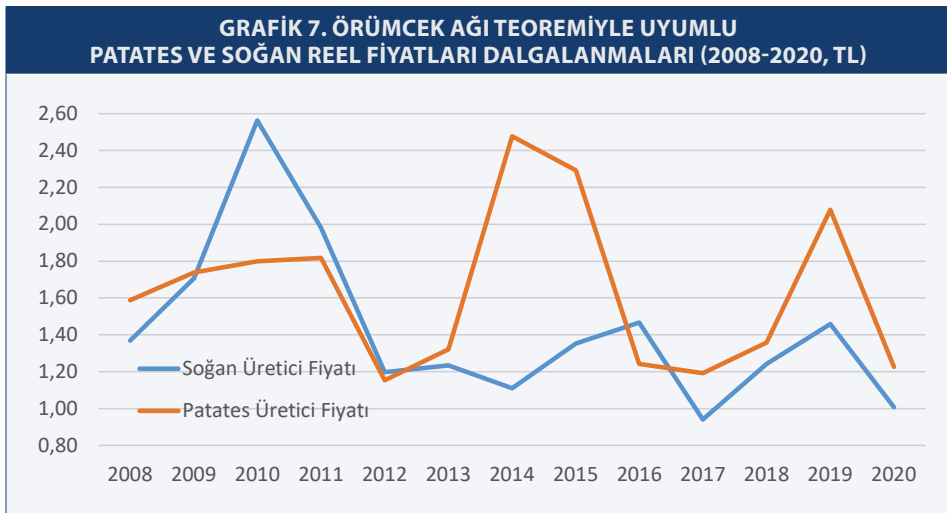
21 Mordecai Ezekiel, “The Cobweb Theory”, *The Quarterly Journal of Economics*, Cilt: 52, Sayı: 2, (1938), s. 255-280.

lar dengeye varan, denge etrafında dönen ve dengeden uzaklaşan bir fiyat dalgalanmasına neden olmaktadır.



Kaynak: Orijinal çizim

Örümcek Ağı Teoremi'ne örnek olarak daha çok soğan ve patates fiyatları verilir. Grafik 7'de Türkiye'de patates ve soğan reel fiyatlarının (2020=100) 2008-2020 dönemindeki dalgalanmaları verilmektedir. Bu dalgalanmalar Örümcek Ağı Teoremi'yle uyumludur. Patates fiyatları bu dalgalanmayı soğan fiyatlarına göre daha iyi gösterirken dalgalanma aralıklarının yıllık değil iki yıllık aralıklarla gerçekleştiği görülmektedir. Dalgalanma daha çok kararsız denge özelliği taşımakla birlikte biraz dengeye yaklaşan bir görünüm de vermektedir. Soğan ve patates fiyatlarındaki dalgalanmalar bir şekilde birbirini takip etmekte, paralellik göstermekte ve bu dalgalanmalar dört yıllık dönemlerde tamamlanmaktadır.



Kaynak: "Tüketici Fiyat Endeksi", TÜİK, [https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1014](https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1014), (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

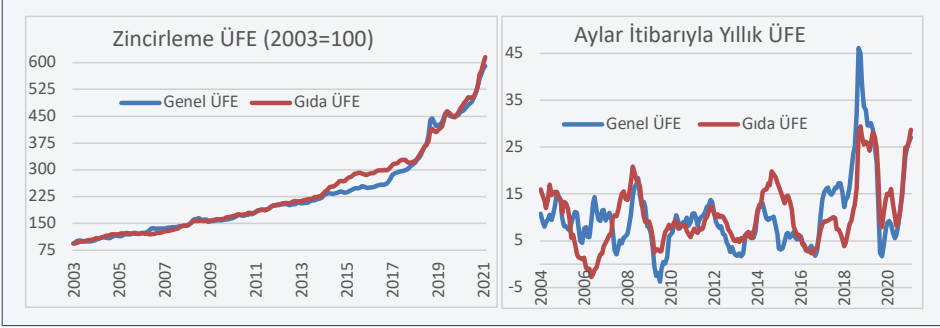


# ÜRETİCİ VE TÜKETİCİ FİYAT EĞİLİMLERİ

---

## ÜRETİCİ, GİRDİ VE TÜKETİCİ FİYAT ENDEKSLERİ VE EĞİLİMLERİ

Üretici fiyatları üretimi yönlendiren sinyallerdir. Üreticinin elde edeceği karın en önemli belirleyici olması nedeniyle üretim kararları önemli ölçüde bu fiyatlar üzerinden verilir. Gıda üretici fiyatlarındaki değişmeyi genel üretici fiyatlarındaki değişme ile kıyaslamak bu noktada yararlı olacaktır. Zincirleme gıda ÜFE ile genel ÜFE'nin kıyaslaması gıda fiyatlarının gidişatı hakkında fikir vermektedir. Grafik 8'in ilk grafiğinde görüldüğü gibi 2003-2021 döneminde genel ÜFE ile gıda ÜFE çoğu zaman paralel gitmekte ve örtüşmektedir. Ancak 2012'den sonra dalgalanmanın arttığı ve siyasi krizlerin yaşandığı 2014-2017 arasında zincirleme gıda ÜFE genel ÜFE'nin üzerinde ve arayı açarak yer almaktadır. Benzer durumun 2020'de koronavirüs salgını krizi nedeniyle de ortaya çıktığı görülmektedir.

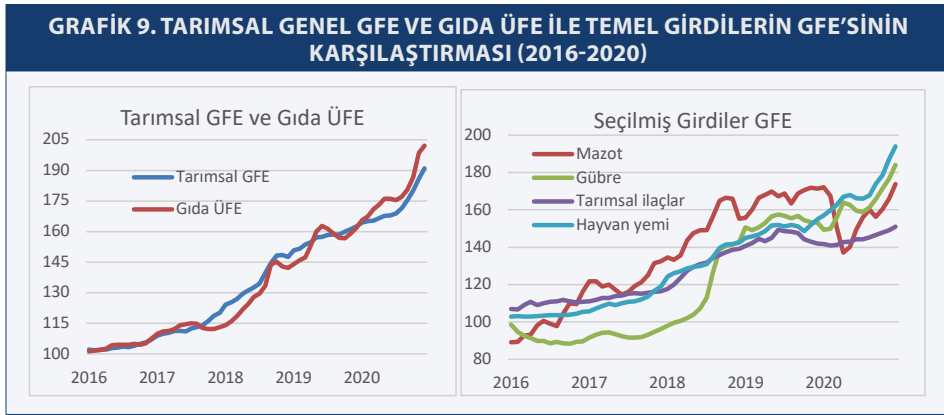
**GRAFİK 8. ZİNCİRLEME VE YILLIK GIDA ÜFE İLE GENEL ÜFE'NİN KARŞILAŞTIRMASI (2003-2021)**

**Kaynak:** "Tüketici Fiyat Endeksi", TÜİK, [https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1014](https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1014), (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021)

Aylar itibarıyla yıllık genel ÜFE ve gıda ÜFE Grafik 8'in ikinci grafiğinde 2004-2021 dönemi için verilmiştir. Genel eğilim olarak birbirini takip etmelerine rağmen bazen gıda ÜFE bazen de genel ÜFE yüksek olmaktadır. Zincirleme ÜFE'de olduğu aylar itibarıyla yıllık ÜFE'de de gıda ÜFE'nin krizlerin olduğu 2008 civarında, 2014-2016 arasında ve 2020'de genel ÜFE'nin üzerine çıktığı görülmektedir. Genel ÜFE ile gıda ÜFE arasındaki bu yer değiştirme ile birlikte oluşan fiyat dalgalanmalarının dört yıllık süresi, patates ve soğan fiyatlarındaki örümcek ağı devri dalgalanmalarıyla benzeştiği ve bu benzeşmeden yararlanılması öngörülmektedir.

Bir taraftan çiftçinin gelirini ve tüketicinin harcamalarını etkileyen tarım ve gıda ürünleri üretici ve tüketici fiyatlarını yani mal piyasasındaki ürünleri dikkate alırken diğer taraftan da çiftçinin/üreticinin fiyat-maliyet sıkışmasına neden olabilecek tarımsal girdi fiyat endekslerindeki eğilimlere kısaca göz atmak genel resmi görmek adına yararlı olacaktır. Grafik 9'un ilk grafiğinde tarımsal girdilerin (2015=100) zincirleme aylık fiyat endeksi (GFE), gıda TÜFE ile birlikte 2016-2020 arası için verilmiştir. Genel eğilim olarak ÜFE ile birlikte hareket eden GFE daha az dalgalı bir eğilim gösterirken 2017-2019 arasında ÜFE'nin üzerine çıkarak muhtemelen fiyat-maliyet sıkışmasına neden olmuştur. Ancak 2020'nin başından itibaren gündemde olan gıda enflasyonunun etkisiyle de 2020 üretim sezonunda ÜFE, GFE ile arasını açarak üste çıkmış ve bu durum 2020 rekoltesine biraz da olsa olumlu yönde yansımıştır öngörüsünde bulunulabilir. Grafik 9'un ikinci grafiğinde de görüldüğü gibi bitkisel üretimde en önemli girdi olan motorin fiyatlarındaki artış, döviz kurlarına bağlı olarak 2017'den sonra diğer girdi fiyatlarındaki artışın üzerine çıkmıştır. Yine kurlara bağlı olarak 2018 ve 2019'da yavaşlayan motorin fiyatları, koronavirüs salgınının başlamasıyla oluşan düşük motorin talebi nedeniyle 2020'nin ilk yarısında

(tarımsal üretim döneminde) düşmüş ve çiftçiye biraz nefes aldirmiştir. Hayvansal üretimde en önemli girdi olan yem fiyatlarındaki artış dışa bağımlılığın da etkisiyle 2020’de tüm girdilerdeki fiyat artışlarının üzerine çıkmıştır. Gübre fiyat artışları tüm girdi fiyatlarındaki artışın altında iken 2008’de çok hızlı bir artışla motorin hariç diğer girdilerin üzerine çıkmış ve ardından 2020’de diğer girdilerin hızlı artış hızına benzer bir seyir takip etmiştir. Tarımsal ilaçların fiyat artışının 2019 ve 2020’de önce yavaşladığı, sonra düştüğü ve daha sonra çok yavaş arttığı görülmektedir.

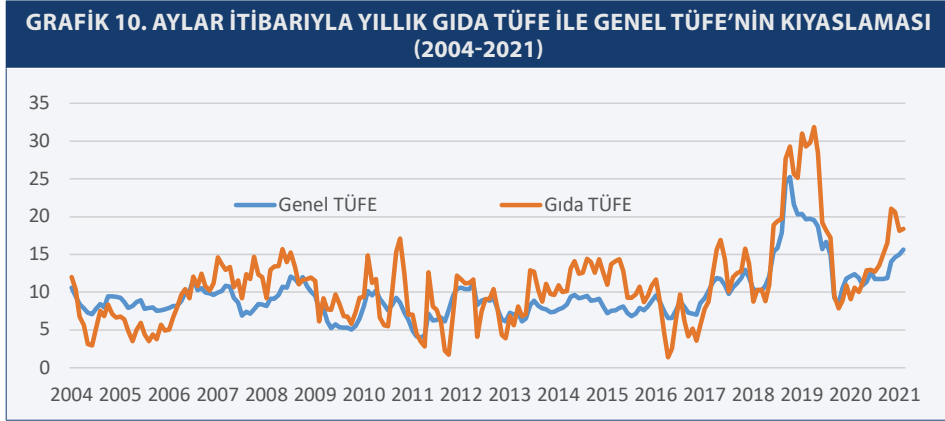


Kaynak: “Tarımsal Girdi Fiyat Endeksi, Kasım 2020”, TÜİK, 21 Ocak 2021, <https://data.tuik.gov.tr/Bulden/Index?p=Tarimsal-Girdi-Fiyat-Endeksi-Kasim-2020-37269>, (Erişim tarihi: 4 Şubat 2021).

Raporun başında verilen Grafik 2’nin ilk grafiğinde görüldüğü üzere zincirleme gıda TÜFE genel TÜFE’den, Grafik 8’in ilk grafiğinde gıda/tarımsal ÜFE’nin genel ÜFE’den 2014’te yaşandığı gibi ayrılarak hareketlenmekte ve bu yükselme şeklindeki ayrılma arayışı açarak devam etmektedir. Bu grafikler kıyaslandığında zincirleme gıda TÜFE’nin zincirleme gıda/tarımsal ÜFE’ye göre daha hareketli olduğu görülmektedir.

Aylar itibarıyla yıllık gıda TÜFE ile genel TÜFE karşılaştırması Grafik 10’da verilmektedir. Yıllar içindeki aylık fiyat dalgalanmaları dikkatle incelendiğinde birkaç husus öne çıkmaktadır. Bunlardan birincisi önceki grafiklerde de tespit edildiği gibi ortalama dört yıllık dalgalanma döngüsü burada da görülmektedir. İkincisi gıda TÜFE çoğu zaman genel TÜFE’nin üzerinde seyretmektedir. Üçüncüsü ise gıda TÜFE fiyat dalgalanmalarının genel TÜFE’ye göre daha keskin ve yüksek olduğu yani oynaklığının daha fazla olduğu net olarak görülmektedir.

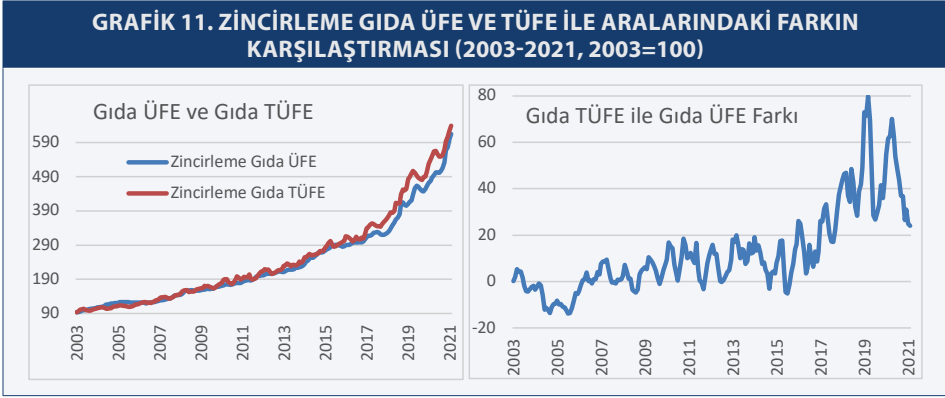




**Kaynak:** “Tüketici Fiyat Endeksi Ocak 2021”, TÜİK, 3 Şubat 2021, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Fiyat-Endeksi-Ocak-2021-37379>, (Erişim tarihi: 4 Mart 2021).

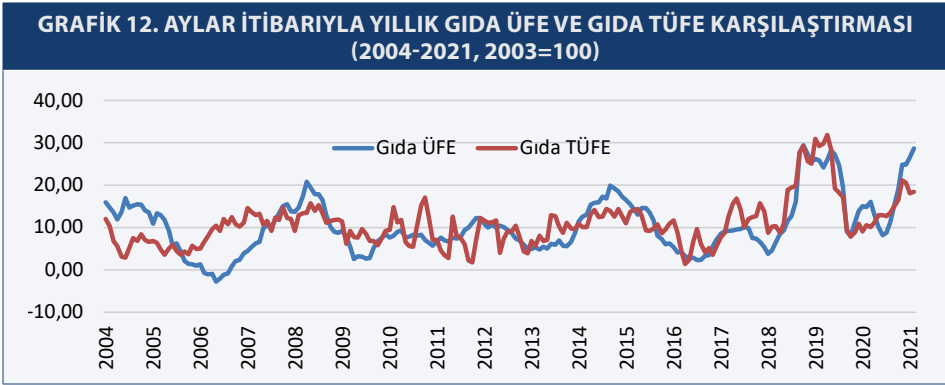
Tüketicinin ödediği ile üreticinin aldığı fiyatlar arasındaki fark ürünlerin pazarlama maliyetini oluşturmaktadır. Bu farkın tüketicinin ödediği fiyata oranı ise pazarlama marjını/payını ifade etmektedir. Diğer önemli bir ölçüm ise çiftçi eline geçen fiyatın tüketicinin ödediği fiyata oranıdır ki bu da üreticinin elde ettiği pay olarak ifade edilmektedir. Pazarlama marjı oranının düşük veya üretici eline geçen fiyat oranının yüksek olması istenen durum olarak öngörülmektedir. Dolayısıyla pazarlama marjı oranının yüksekliği veya diğer açıdan çiftçi eline fiyatın oranının düşüklüğü genelde eleştiri konusu olmaktadır.

Bir anlamda pazarlama marjındaki eğilimlerin göstergesi olabilecek gıda TÜFE ve ÜFE arasındaki farklılığın eğilimlerini öncelikle ele almak ve sonrasında ise tarım ve gıda ürünlerinin tüketici ve üretici fiyat farkından oluşan pazarlama marjını ürün bazında irdelemek yararlı olacaktır. Grafik 11’in ilk grafiğinde gıda TÜFE’nin 2017-2020 arasında gıda ÜFE ile farkı açtığı ve bu farkın ikinci grafikte daha net görüldüğü söylenebilir. Bu eğilimler artan gıda fiyatlarından üreticiden çok pazarlama kanallarının pay aldığına ve öngörüldüğü gibi gıda fiyatlarındaki artışın çiftçiye çok yansımadağına işaret etmektedir.



**Kaynak:** “Yurt İçi Üretici Fiyat Endeksi”, TÜİK, [https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1076](https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1076), (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

Aylar itibarıyla yıllık gıda TÜFE ve ÜFE karşılaştırması 2004-2021 dönemi için Grafik 12’de verilmiştir. Zaman zaman iki yıllık bazen de tek yıllık dalgalanmalarla dönemsel olarak TÜFE ile ÜFE artış büyüklüğü açısından yer değiştirmiştir. Ancak TÜFE’nin artış büyüklüğünün ÜFE’den yüksek olduğu ay ve yılların sayısı daha fazladır. Bu durum Grafik 11’deki ilk grafiğe de yansımaktadır.



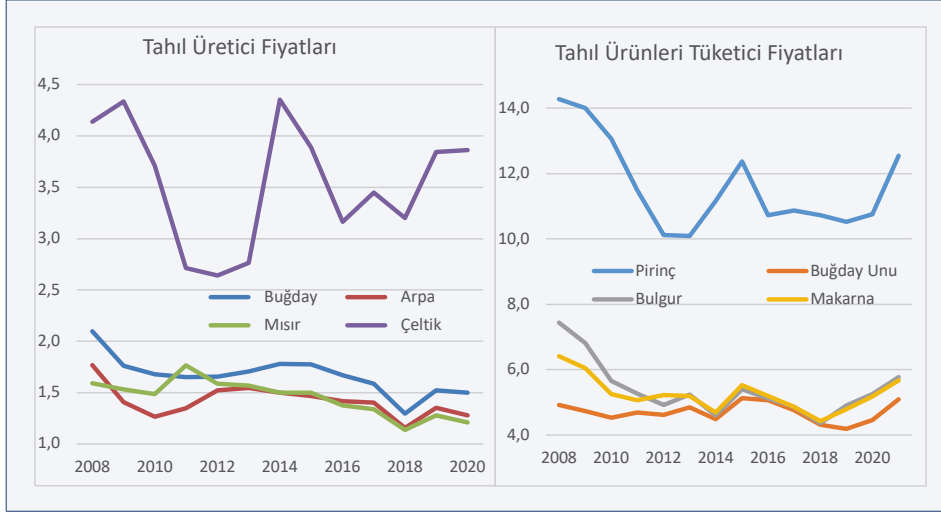
**Kaynak:** “Tüketici Fiyat Endeksi”, TÜİK, [https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1014](https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1014), (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

## TARIM VE GIDA ÜRÜNLERİ FİYAT EĞİMLERİ

Çiftçinin eline geçen tarımsal ürün fiyatlarının gerçek anlamda artıp artmadığını görmek için enflasyonun etkisinin elimine edildiği reel ürün fiyatlarının eğilimlerine bakmak gerekmektedir. Bunun için gıda tüketim sepetinde önemli yere sahip 33 ürünün genel ÜFE kullanılarak hesaplanan 2020=100 reel üretici fiyatlarının 2008-2020 dönemine ait on üç yıllık eğilimleri dokuz grafikte gruplandırılmıştır. Bu grafikler gıda fiyatlarındaki artışların çiftçiye nasıl yansıdığı hakkında fikir vermektedir.

Tahıl grubuna ait ürünlerin reel fiyatlarındaki eğilim Grafik 13'te verilmiştir. Buğday fiyatları biraz yüksek olmakla birlikte buğday, arpa ve mısır reel fiyatları aynı paralelde azalan bir eğilim göstermiştir. 2008-2011 arasında buğday ve arpa fiyatları düşerken mısır fiyatları artmış ancak 2011'den sonra 2018'e kadar düşmüştür. Ayrıca 2019 ve 2020'de tüm tahıl ürünleri fiyatları yükselmeye başlamıştır. Mısır fiyatlarındaki bu düşüş mısır üretimindeki hızlı artıştan kaynaklanmış olabilir. Çeltik fiyatları ise büyükten küçüğe bir dalgalanma göstererek azalma göstermiştir. Gıda fiyatlarındaki artışların (2019 hariç) tahıl grubunda çiftçiye genel anlamda yansımadağı hatta çiftçiyi olumsuz etkilediği ifade edilebilir. Farklılıklar içermesine rağmen benzer bir düşüş tüketici reel fiyatlarında da söz konusudur. Gıda enflasyonunun gündeme geldiği 2018'den sonra tüketici fiyatlarında da ciddi artışların olduğu görülmektedir.

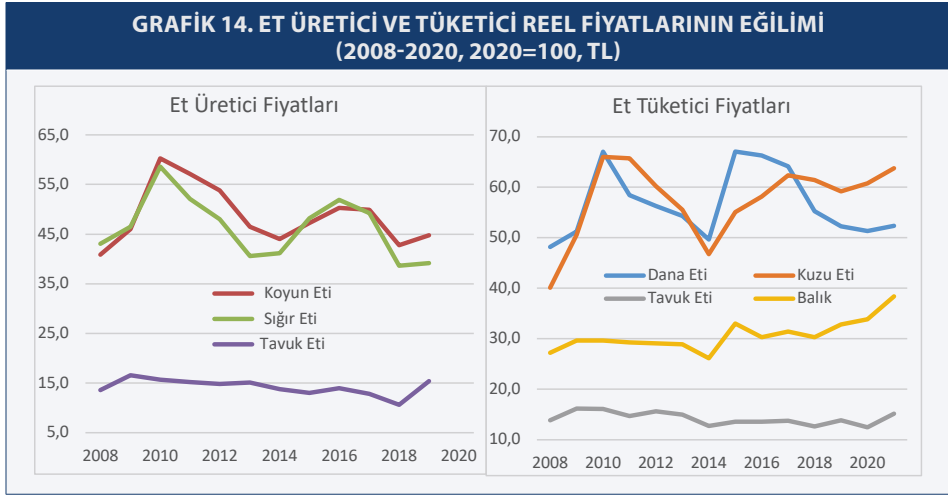
**GRAFİK 13. TAHIL ÜRETİCİ VE TAHIL ÜRÜNLERİ TÜKETİCİ REEL FİYATLARININ EĞİLİMİ (2008-2020, 2020=100, TL)**



**Kaynak:** "Tüketici Fiyat Endeksi", TÜİK, 4 Ocak 2021, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Fiyat-Endeksi-Aralik-2020-37378>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

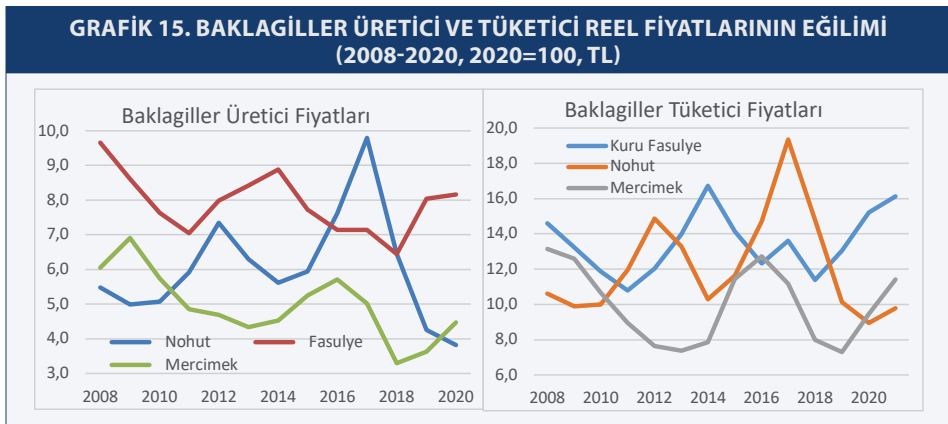
Seçilen hayvansal ürünlere ait 2020=100 reel fiyatları Grafik 14'te verilmiştir. 2008-2010 arasında yükselen kırmızı et fiyatları dalgalanarak düşen bir seyir takip etmiştir. Beyaz et fiyatları dalgalanma göstermeden istikrarlı bir şekilde düşerken benzer istikrarlı reel fiyat düşüşü ham süt fiyatlarında da görülmüştür (Grafik 21). Tüm hayvansal ürün fiyatları (2009, 2010 ve 2019'daki artan yönde hareketlenme dışında) genel eğilim olarak azalma göstermiş ve üreticileri olumsuz etkilemiştir. Dana eti ve kuzu eti tüketici fiyatları daha keskin dalgalanmaya rağmen çok az artmış, tavuk eti tüketici fiyatları daha belirgin bir düşüş yaşarken balık fiyatla-

rı sürekli artmıştır. Bu karşılaştırma et ürünlerinde pazarlama marjının arttığına işaret etmektedir.



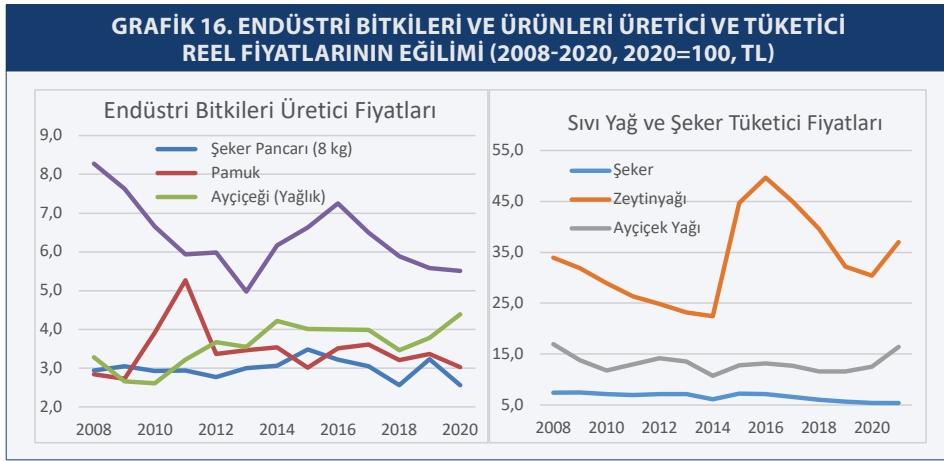
**Kaynak:** “Bitkisel Ürün Fiyatları ve Üretim Değeri, 2019”, TÜİK, 5 Mart 2020, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Bitkisel-Urun-Fiyatlari-ve-Uretim-Degeri-2019-33713>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

Önemli baklagillere ait reel üretici fiyatları Grafik 15’te verilmiştir. Fasulye ve mercimek fiyatları ciddi dalgalanmalarla genel eğilim olarak düşerken nohut fiyatları ise son iki yıldaki (2019, 2020) düşüş dışında dalgalanmalarla artış göstermiştir. 2019’da ortaya çıkan gıda fiyat artışları fasulye ve mercimekte üreticiye yansırken nohutta ise üretici fiyatına yansımamış hatta keskin düşüş olmuştur. Baklagiller tüketici fiyatlarının üretici fiyatlarıyla benzer bir eğilim gösterdiği ancak fasulye tüketici fiyatlarının dönem boyunca az da olsa artış eğiliminde olduğu görülmektedir. Baklagillerde de –nohut biraz yavaş olmakla beraber– 2019’dan sonra tüketici fiyatlarında çok keskin bir artış söz konusudur.



**Kaynak:** “Tüketici Fiyat Endeksi Ocak 2021”, TÜİK, 3 Şubat 2021, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Fiyat-Endeksi-Ocak-2021-37379>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

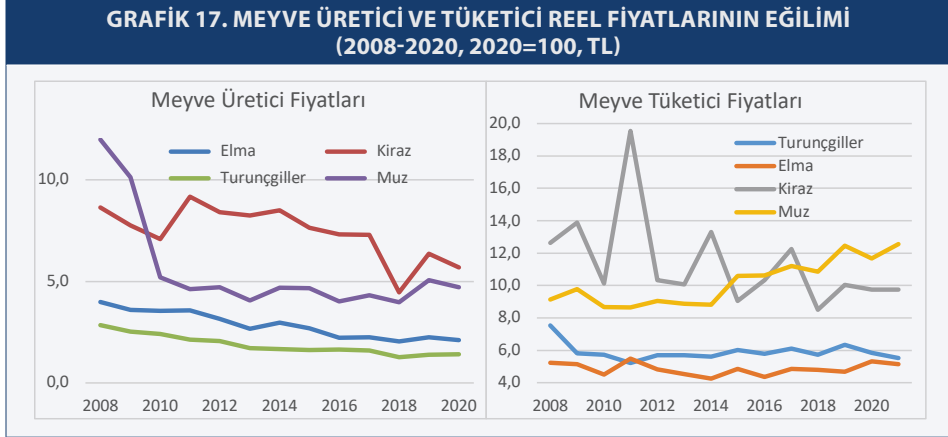
Endüstri bitkileri reel fiyatları Grafik 16'da verilmiştir. Yağlık zeytin fiyatları 2013'e kadar sert bir düşüş gösterirken bu yıldan 2016'ya kadar artış ve sonrasında ise düşüş sergileyerek tüm dönemde genel eğilim olarak düşmüştür. Diğer taraftan şeker pancarı reel fiyatı küçük dalgalanmalara rağmen aynı kalırken pamuk fiyatlarının daha küçük boyutlarda, ayçiçeği fiyatlarıyla birlikte az da olsa bir yükseliş eğilimi içinde olduğu söylenebilir. Bu sonuçlarla gıda fiyat artışlarının yağlık zeytin hariç endüstri bitkileri fiyatlarını az da olsa olumlu yönde etkilediği söylenebilir. Tüketici fiyatlarında ise genel eğilim olarak ayçiçeğinin fiyatı çok değişmezken şeker tüketici fiyatlarında düşüş, zeytinyağı fiyatlarında ise –dalgalanmayla beraber– önemli bir artış söz konusudur. Her iki sıvı yağın tüketici fiyatları 2019'dan sonra artmaya başlamıştır.



**Kaynak:** "Tüketici Fiyat Endeksi Ocak 2021", TÜİK, 3 Şubat 2021, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Fiyat-Endeksi-Ocak-2021-37379>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

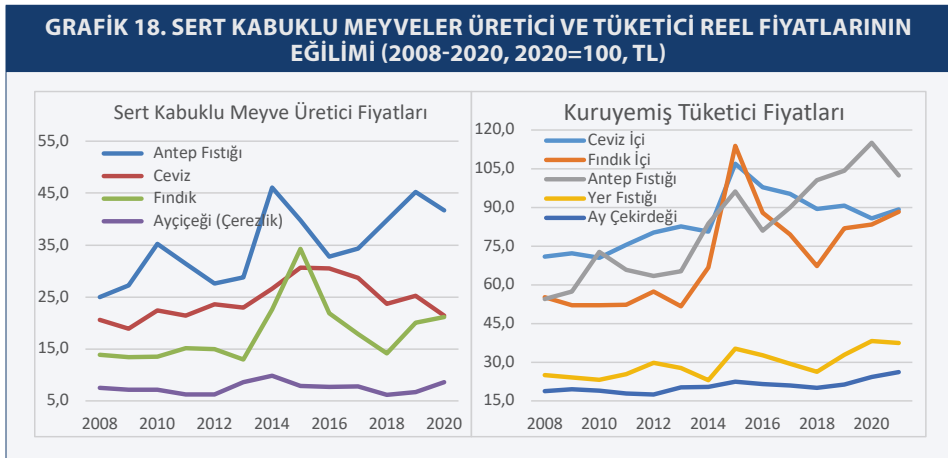
Çiftçi eline geçen reel meyve fiyatlarının tümünde (Grafik 17'de görüldüğü gibi) önemli düşüşler olmuştur. En çok üretilen meyveler olan elma ve turunçgillerin (portakal, mandalina ve limon) çiftçi eline geçen reel fiyatları 2008'den 2019'a kadar yüzde 50 düşüş göstermiştir. Muzun 2008 ve 2009'daki anormal fiyatları dikkate alınmadığında 2010-2019 döneminde üreticinin eline geçen fiyatların yüzde 25'lik bir düşüş gösterdiğini söyleyebiliriz. Önemli bir ihracat ürünü olan kiraz üretici fiyatları da dalgalanmalarla beraber 2019'a kadar yüzde 50'ye yakın düşüş göstermiştir. Tüketicinin ödediği meyve fiyatlarına bakıldığında muzun fiyatı 2008-2019 döneminde yüzde 30 civarında artış gösterirken kiraz fiyatları büyük oynaklık göstererek üretici fiyatlarına paralel olarak azalmıştır. Elma ve turunçgillerin fiyatları değişmemiş ancak ilginç bir şekilde üretici fiyatlarının tam tersine turunçgillerin fiyatları elma fiyatlarının 1-2 lira

üzerinde olmuştur. Bu durum turuncgiller pazarlama marjının yüksekliğine işaret etmektedir.



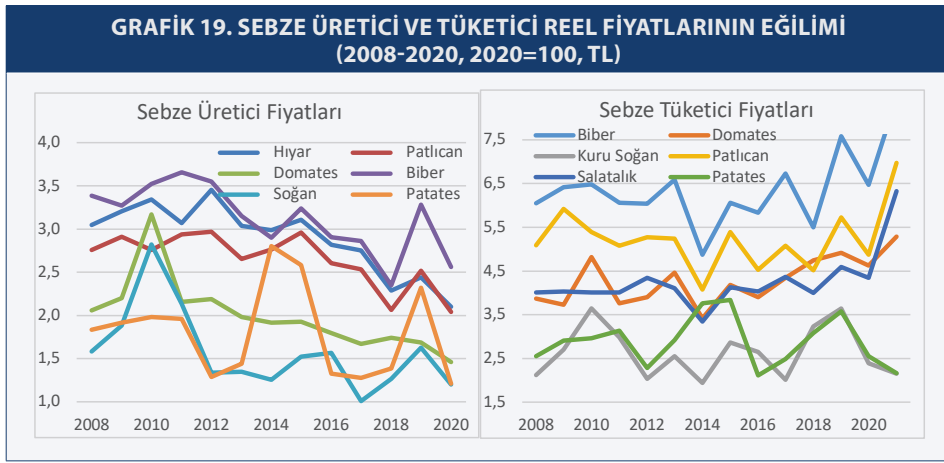
Kaynak: "Bitkisel Ürün Fiyatları ve Üretim Değeri 2019", TÜİK, 5 Mart 2020, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Bitkisel-Urun-Fiyatları-ve-Uretim-Değeri-2019-33713>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

Grafik 18'de görüleceği üzere sert kabuklu meyvelerin üretici fiyatları yıllık önemli dalgalanmalar yaşamakla birlikte on üç yıl boyunca sürekli bir artış eğilimi göstermiştir. Ayçiçeğinin reel fiyatlarında -küçük oynaklıklara rağmen- değişme olmamıştır. Üretici fiyatlarında olduğu gibi sert kabuklu meyvelerin tüketici fiyatlarında da benzer şekilde dalgalı ancak hızlı bir artış olmuştur. Özellikle Antep fıstığı reel tüketici fiyatları on iki yılda yüzde 100'den daha çok artış göstermiştir. Daha düşük hızla ve daha az oynaklıkla yer fıstığı ve ay çekirdeği fiyatları da önemli ölçüde artmıştır. Sert kabuklu meyvelerin diğer ürün gruplarıyla kıyaslandığında hem üretici hem de tüketici fiyatlarının en hızlı artan gıda gruplarından biri olduğu net bir şekilde görülmektedir.



Kaynak: "Tüketici Fiyat Endeksi Ocak 2021", TÜİK, 3 Şubat 2021, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tüketici-Fiyat-Endeksi-Ocak-2021-37379>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

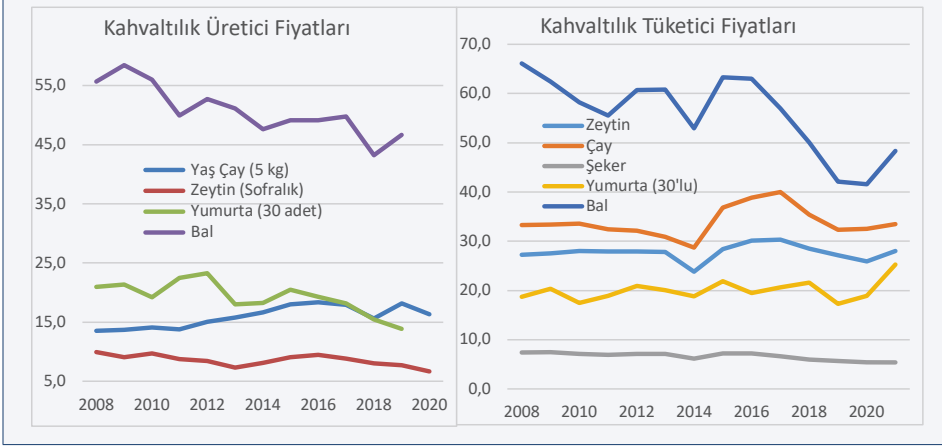
Tüm gıda maddeleri içinde sebzeler hem en düşük pazarlama ameliyesine maruz kalan hem de en çok fire veren ürünlerdir. Patates ve soğan hariç yıllık dalgalanmalarla beraber 2012'den sonra sebze üretici fiyatları düşerken tüketici fiyatlarının 2014'ten itibaren hep arttığı Grafik 19'da net biçimde görülmektedir. Patates ve soğanda diğer sebzelerden farklı olarak dalgalanmalar yıllık değil iki yıllık dönemlerde olurken reel üretici fiyatları diğer sebzeler gibi düşmüş, reel tüketici fiyatları ise dalgalanmalara rağmen son on üç yılda değişmemiştir. Bu fiyat eğilimleri patates ve soğan dışındaki sebzelerde daha yüksek olmak üzere pazarlama marjlarının önemli ölçüde arttığına yani çiftçinin payının düştüğüne işaret etmektedir.



**Kaynak:** "Bitkisel Ürün Fiyatları ve Üretim Değeri 2019", TÜİK, 5 Mart 2020, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Bitkisel-Urun-Fiyatlari-ve-Uretim-Degeri-2019-33713>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

Kahvaltılık gıdalar grubunda yer alan ürünlerden sadece yaş çay üretici fiyatları biraz artarken zeytin, bal ve yumurta üretici fiyatlarının az da olsa düşüş eğiliminde olduğu Grafik 20'nin ilk grafiğinde görülmektedir. Balın reel tüketici fiyatı da önemli oynaklıklarla beraber hızla düşme eğilimindeyken yumurta ve zeytin reel tüketici fiyatları pek değişmemiş, çay fiyatlarında ise hafif artış olmuştur. Son iki yılda (2019-2020) kahvaltılık tüketici fiyatlarının yükseldiği görülmektedir. Tüm bu eğilimler kahvaltılık ürünlerde pazarlama marjının farklı eğilimlerde olacağına işaret etmektedir.

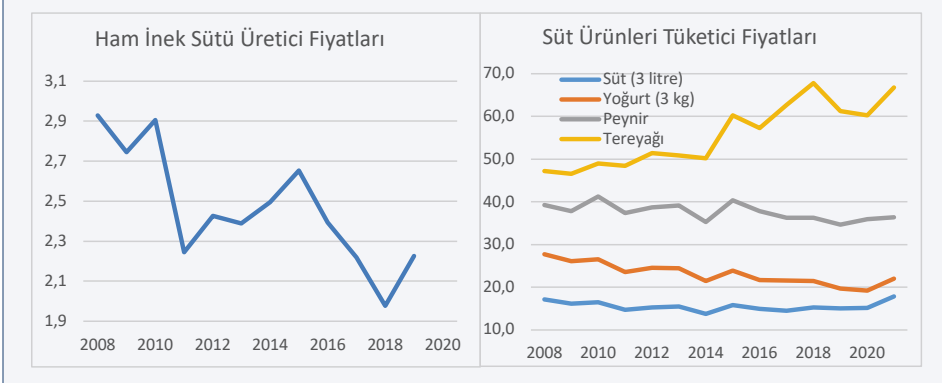
**GRAFİK 20. KAHVALTILIK ÜRÜNLER ÜRETİCİ VE TÜKETİCİ REEL FİYATLARININ EĞİLİMİ (2008-2020, 2020=100, TL)**



**Kaynak:** "Tüketici Fiyat Endeksi", TÜİK, 3 Şubat 2021, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Fiyat-Endeksi-Ocak-2021-37379>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

Grafik 21'deki ilk grafikte ham süt üretici fiyatı, ikinci grafikte süt ürünleri tüketici fiyatları verilmektedir. Ham süt reel fiyatlarının yıldan yıla gösterdiği dalgalanmayla beraber yüzde 30 civarında düştüğü görülmektedir. Hayvancılığın en önemli gelir kaynağının fiyatındaki bu düşüşün süt üreticisini zora soktuğu söylenebilir. Diğer taraftan süt ürünlerinden tereyağı tüketici fiyatları önemli ölçüde artarken peynir ve yoğurt fiyatlarının ise aksine azaldığı görülmektedir. İçme sütü fiyatları ise 2014'e kadar düşmüş ve sonrasında çok değişmemiştir.

**GRAFİK 21. SÜT VE SÜT ÜRÜNLERİ ÜRETİCİ VE TÜKETİCİ REEL FİYATLARININ EĞİLİMİ (2008-2020, 2020=100, TL)**



**Kaynak:** "Tüketici Fiyat Endeksi Aralık 2020".

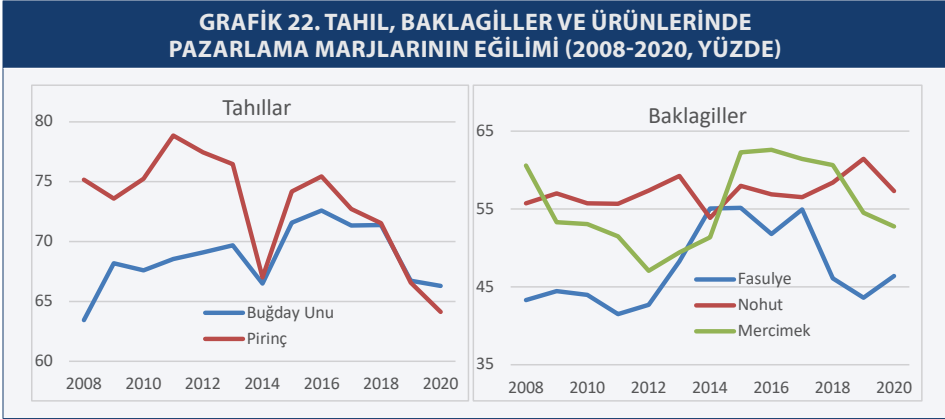


## TARIM VE GIDA ÜRÜNLERİNİN PAZARLAMA MARJI VE EĞİLİMLERİ

Tarım ve gıda ürünlerinin üretimden tüketime yolculuğunda (Şekil 6) pazarlama marjındaki eğilimleri, ürünlerin ilgili yıla ait nominal (cari) üretici ve tüketici fiyatlarını kullanarak hesaplamak ve sonuçları yorumlamak bize daha net ve detaylı çıkarımlar sağlayacaktır. Bunun için dokuz ürün grubundaki ürünlerin pazarlama marjları ve eğilimleri yakın ilgili gruplarla birlikte ikili grafikler ve-rilerek değerlendirilmiştir.

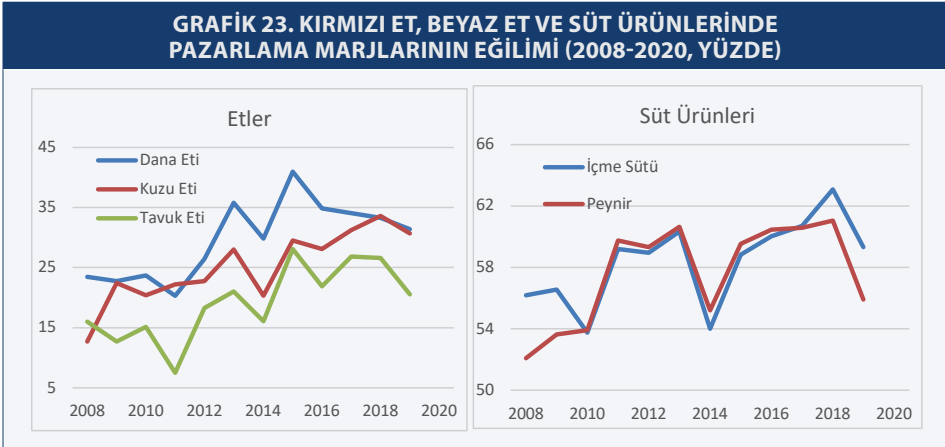


Grafik 22'de tahıl ve baklagillere ait ürünlerin pazarlama marjları ve eğilimleri verilmiştir. Tahıllar içinde yer alan pirinç çeltikten, buğday unu buğdaydan doğrudan üretildiği ve kepek gibi yan ürünler uygun fiyattan değerlendirildiği için herhangi bir eş değeri kullanılmamış yani randıman dikkate alınmamıştır. Dalgalanmalarla beraber çeltik/pirinç pazarlama marjı yaklaşık beş puan düşerek ve buğday/buğday unu pazarlama marjı yaklaşık beş puan artarak 2018 ve 2019'da birlikte ortalama yüzde 72'den yüzde 68'e düşmüştür. Baklagillerde pazarlama marjı yüzde 50-55 civarında genel olarak artış gösterirken 2015-2020 döneminde fasulye ve mercimeğin pazarlama payı yaklaşık on puan düşmüş, nohutun pazarlama payı ise sekiz puan artmıştır. Yani çiftçi fasulye ve mercimekte nohuta göre daha fazla pay almıştır.



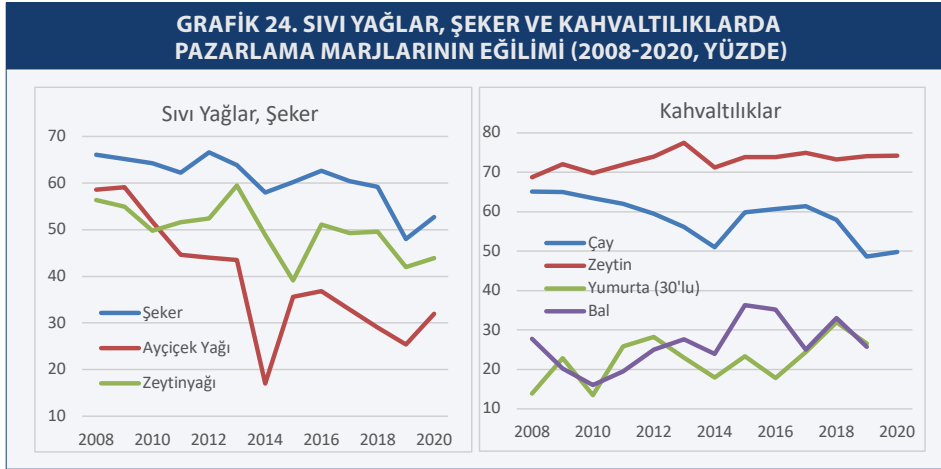
Kaynak: TÜİK verileri kullanılarak gerçekleştirilen yazarın kendi hesaplamaları

Grafik 23'ün birinci grafiğinde etler, ikinci grafiğinde süt ürünleri olmak üzere hayvansal ürünlere ait pazarlama marjları ve eğilimleri verilmiştir. Kuzu, dana ve tavuk etlerinin pazarlama marjları dalgalanmalarla beraber on iki yıl boyunca artış eğiliminde olmuştur. En istikrarlı artış pazarlama marjı büyüklük olarak ortada seyreden kuzu etinde olurken pazarlama marjı en yüksek olan dana etinin ve en düşük olan tavuk etinin pazarlama marjlarında 2015-2019 döneminde yaklaşık on puan düşüş görülmüştür. Kuzu etinin pazarlama marjında ise sadece 2019'da düşüş yaşanmıştır. Süt ürünlerinden peynirin pazarlama marjı hesaplanırken peynirin ham süt eş değeri (8 litre) kullanılmıştır. Ham süt/içme sütü ve peynir pazarlama marjında dalgalanmalarla beraber beş puanın üzerinde bir artış olurken 2019'da dört-beş puanlık bir düşüş olmuştur. Hem süt hem de ette son yıllardaki bu eğilim üretici açısından olumlu bir gelişme olarak görülebilir.



Kaynak: TÜİK verileri kullanılarak gerçekleştirilen yazarın kendi hesaplamaları

Bir anlamda endüstri ürünleri olan şeker pancarı, ayçiçeği ve yağlık zeytinin sırasıyla şekere ve sıvı yağlara dönüşmesindeki ameliyeler nedeniyle pazarlama marjlarının yüksek olması öngörülür. Ancak Grafik 24'ün ilk grafiği incelendiğinde bu ürünlerin pazarlama marjları 2008'deki yüzde 55-65 bandından yüzde 25-45 bandına gerilemiş yani ortalama yirmi puanlık bir düşüş yaşanmıştır. Bu durum üreticilere biraz yansımış olsa da Grafik 16'daki üretici ve tüketici fiyatları dikkate alındığında bu ürünlerin piyasasında rekabetçiliğin pazarlama marjını düşürdüğü söylenebilir. Kahvaltılık ürünlerde ise bal ve yumurta fiyatlarının özellikle üretici fiyatlarındaki düşüşün, Grafik 20'deki üretici reel fiyatlarının tüketici reel fiyatlarından daha hızlı düşmesinden kaynaklandığı söylenebilir. Sofralık zeytin reel üretici fiyatlarındaki düşüş pazarlama marjını artırırken yaş çay üretici fiyatlarındaki artış ve belki de çay piyasasında yaşanan rekabet çay pazarlama marjını düşürmüştür görünmektedir.

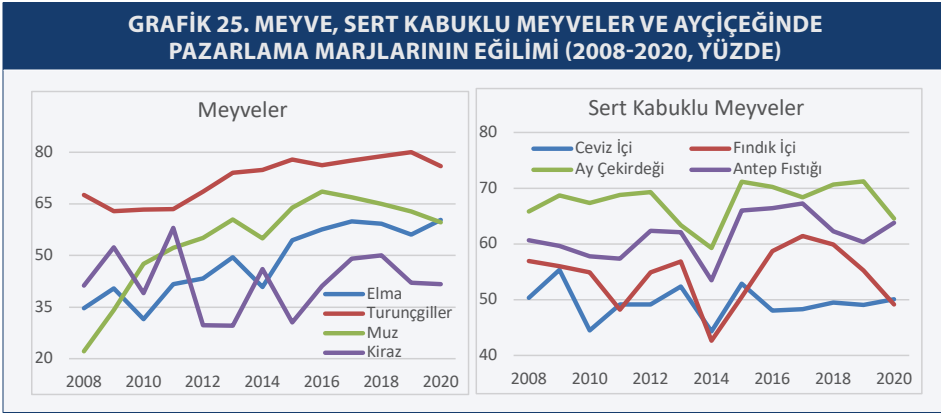


Kaynak: TÜİK verileri kullanılarak gerçekleştirilen yazarın kendi hesaplamaları

Tarım ve gıda ürünleri enflasyonunun gerekçesi olarak en fazla gündeme gelen yaş meyve ve sebzelerin pazarlama marjları üç açıdan önemlidir: Birincisi fazla pazarlama ameliyesine muhatap olmamaları, ikincisi gıda harcamalarında önemli bir yer tutmaları ve üçüncüsü de Türkiye'de diğer dünya ülkeleriyle kıyaslandığında tüketimlerinin fazla olmasıdır. Tüm bunlardan hareketle meyve ve sebze pazarlama marjlarındaki büyüklük ve eğilimlerin, gıda enflasyonu ile ilgili çıkarımlar yapmada daha fazla öne çıkacağı ve daha değerli bilgiler vereceği öngörülmektedir.

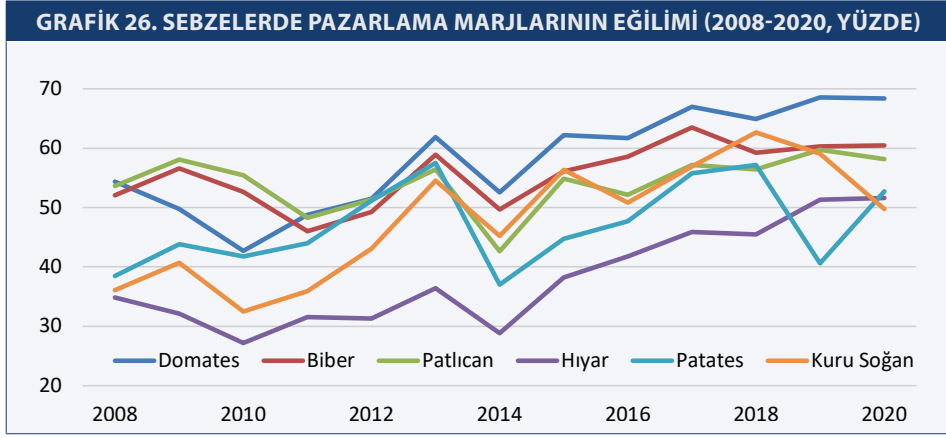
Yaş meyvelerin pazarlama marjlarının (kiraz hariç) benzer şekilde çok ciddi bir artış eğiliminde olduğu Grafik 25'in birinci grafiğinde görülmektedir. Kira-

zın pazarlama marjının çok önemli dalgalanmalara karşılık yüzde 40 civarında –2012’den sonra biraz da düşerek– seyrettiği söylenebilir. Kirazın diğer meyvelerden farkı çok kısa dönemlik ve büyük ölçüde dış piyasalara bağlı olmasıdır. Turunçgiller hariç pazarlama marjlarının artışının 2016’da yavaşlayıp 2017 ve 2018’de düştüğü görülmektedir. Bu yıllarda üretici fiyatlarının biraz hareketlenmesi, üretim fazlalığından dolayı ortaya çıkan satış rekabetinden kaynaklanmış olabilir. Çok fazla pazarlama ameliyesi olmayan turunçgillerde pazarlama marjının yüzde 80’e ulaşması üretici açısından çok olumsuz ve müdahil olunması gereken bir durumdur. Sert kabuklu meyvelerde 2015’e kadar düşüş gösteren pazarlama marjları ani bir durgunluk yaşadıktan sonra özellikle 2018-2020 arasında düşüş kaydetmiştir.



Kaynak: TÜİK verileri kullanılarak gerçekleştirilen yazarın kendi hesaplamaları

Meyvelere göre hem tüketimdeki payı daha yüksek hem de pazarlama ameliyeleri daha az olan sebzelerdeki pazarlama marjlarının gıda enflasyonu ve dolayısıyla genel enflasyon açısından etkisi daha önemlidir. Sebzelerin pazarlama marjlarının genel olarak 2014’e kadar daha büyük zikzaklarla daha yavaş arttığı 2015-2020 döneminde ise daha hızlı yükselişe geçtiği Grafik 26’da görülmektedir. Bu hareketin belirgin olarak Grafik 19’daki reel üretici fiyatlarının düşmesi ve tüketici fiyatlarının artmasından kaynaklandığı söylenebilir. Pazarlama marjlarının yüzde 35-50 aralığından yüzde 48-67 aralığına yükselmesi bunu göstermektedir. Bu artışlarda domatesin pazarlama marjı en yüksek olurken patatesinki ise en düşük olmuş; 2019 ve 2020’de soğanın pazarlama marjı düşerken patatesinki 2019’da düşmüş ve 2020’de ise artmıştır.



Kaynak: TÜİK verileri kullanılarak gerçekleştirilen yazarın kendi hesaplamaları

# İLGİLİ POLİTİKA EYLEMLERİ VE ÖNGÖRÜLER

---

## YENİ HAL YASASI<sup>22</sup>

Tarlardan sofraya ulaşana kadar yaş meyve ve sebze yüzde 15-20 arasındaki fire oranı normal kabul edilebilir. Fakat Türkiye’de 2020’de 55 milyon ton civarında olan yaş meyve ve sebze üretimi için fire oranının<sup>23</sup> sahada yüzde 25-30’a kadar çıktığı ifade edilmektedir. Hem oluşun zayıfatı azaltmak hem de üretici ve tüketiciyi koruyacak bir mekanizma ile sistemi kayıt altına almak 2021 sonuna kadar TBMM’ye sunulması planlanan<sup>24</sup> Yeni Hal Yasası’nın da temel hedefidir. Üretici birliklerinin hallerde yer alması için teşviklerin getirilmesi ile birlikte komisyoncuların tüccar statüsüne alınması da tartışılmaktadır. Yasa, çiftçilerin birlikleri aracılığıyla ürettiğinin ticaretinde olmasının ve dolayısıyla yeter sürdürülebilir gelir elde etmesinin önünü açabilir.

Üretici ve tüketici bölgelerinde soğuk hava depoları, soğuk zincir ve ambalaj standardının yanında elektronik ticaret platformunun oluşturulması planlanmaktadır. Ayrıca ürün toplama merkezlerinde sebze ve meyve ile sınırlı kalınmaması; et ve süt ürünleri, kanatlı hayvan, süs bitkileri ve gerekirse diğer gıda ürünlerinin yer alması gündemdedir. Yeni Hal Yasası taslağında hal hakem heyetlerinin kontrol ve

22 Fahri Yavuz ve Şerif Dilek, *Türkiye Tarımına Yeniden Bakış*, (SETA Rapor, İstanbul: 2019), s. 139.

23 “Bitkisel Üretim İstatistikleri”, TÜİK, 28 Aralık 2020, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Bitkisel-Uretim-Istatistikleri-2020-33737>, (Erişim tarihi: 15 Şubat 2021).

24 “Ekonomide Reform Takvimi Açıklandı”, Haber7, 23 Mart 2021.

denetimlerinin daha etkin yapılması da yer almaktadır. Her ne kadar kooperatif ve üretici birliklerinin güçlendirilmesiyle daha etkin, hızlı ve kapsamlı bir uygulama düşünülse de bunun gerçekleşmesi zaman alacaktır. Çünkü mevcut mevzuata göre hallerde üretici birliklerinin yüzde 20 kontenjanı bile doldurulamamaktadır.

Mevcut yapıda hal komisyoncuları üreticiler için finansman, planlama ve pazarlama fonksiyonlarını yerine getirmekte ve bu yapının alternatifi oluşturulmadan kaldırılması durumunda ise üreticinin üretimden uzaklaşmasına kadar varacak yeni sorunların oluşabileceğine dikkat çekilmektedir. Mevcut sistemde komisyoncular üreticinin temsilcisi rolünü üstlenmektedir. Üretici birliklerinin bu görevi yerine getirmekte zorlanması halinde üreticiler, ürünlerinin pazarlanması başta olmak üzere işlerini gerçekleştirmede daha fazla sıkıntı yaşayacaktır. Özellikle küçük üreticinin fiyatta rekabet edebilmesi için komisyoncuların yerine geçecek üretici birliklerinin rollerini başarabilmeleri çok büyük önem taşımaktadır. Dolayısıyla Yeni Hal Yasası sil baştan bir anlayışla değil mevcut yapıdaki kazanım ve birikimlerden yararlanılarak ve eksiklikler giderilerek tamamlanmalıdır.

Yeni Hal Yasası kapsamında dikkate alınması gereken diğer bir konu mevcut durumda ürünlerin yalnızca yüzde 30'luk bir kısmının hallerden geçmesidir. Ürünlerin geriye kalan önemli bir kısmının kayıt dışı olarak piyasaya girdiği dikkate alındığında tüm satışların yasal bir şekilde hallerden yapılarak kayıt altına alınması ve bu sayede izlenmesi önem taşımaktadır. Bu şekilde gerçek bir borsa oluşturulması durumunda arz-talep dengesi korunarak dengesizliğin önlenmesi ve fiyatların normale dönmesi mümkün olabilecektir.

Çiftçilerin ürettiği farklı bitkisel ürünlerin yüzde 59'unu tüccarlara sattığı, kooperatif veya diğer kurumlar üzerinden pazarlayanların oranının ise sadece yüzde 16 olduğu görülmektedir. Ayrıca ürünlerini doğrudan tüketiciye ulaştırıcıların oranının yüzde 11 ile sınırlı kaldığı ve ürününü hal üzerinden satışa sunanların ise yüzde 7 olduğuna dikkat çekilmektedir. Yasa bu ve benzeri veriler de dikkate alınarak tamamlanmalı ve benzer hedefleri güden lisanslı depoculuk, Dijital Tarım Pazarı ve Gıda ve Tarımsal Ürün Piyasaları Analiz Müdürlüğü ile koordineli bir sistem dahilinde uygulamaya sokulmalıdır.

## LİSANSLI DEPOCULUK<sup>25</sup>

Birçok ülkede tercih edilen lisanslı depoculuğun geniş bir kullanım alanı mevcuttur. Lisanslı depoculuk sistemi arz-talep dengesizliğinin giderilmesi ve fiyat

25 Yavuz ve Dilek, *Türkiye Tarımına Yeniden Bakış*, s. 139.

istikrarının sağlanmasında önemli bir etkiye sahiptir. Ürün ihtisas borsaları ile lisanslı depoculuk alanında kapasitenin geliştirilmesi ve buradaki ürünlerin elektronik ortamda elektronik ürün senedi (ELÜS) ile ticaretinin mümkün kılınması hedeflenmektedir. Lisanslı depoculuk özellikle çiftçinin yeterince kar edemediği bir ortamda yeni bir arz-talep dengesi sağlayan ve üreticiye daha fazla gelir getiren bir sistemdir. Kanada, ABD, Avrupa ve Rusya'da tarım sektöründe lisanslı depoculuk önemli bir piyasa dengeleyicidir.

Türkiye'de lisanslı depoculuk faaliyetlerinin temelini 2005'te çıkarılan Tarım Ürünleri Lisanslı Depoculuk Kanunu oluşturmaktadır. Bu kanunun uygulanmasına yönelik yönetmelikler ve tahıl, baklagiller, yağlı tohum, pamuk, fındık, zeytin, zeytinyağı ve kuru kayısı gibi ürünler bazında tebliğler çıkarılmıştır. 2020 sonu itibarıyla çoğunluğu Konya'da olmak üzere 36 ilde yaklaşık 7 milyon ton kapasiteli 184 lisanslı depo bulunmaktadır. Bu kapasitenin 10 milyon tona ulaşması hedeflenmektedir.

Sürdürülebilir çiftçi refahının sağlanabilmesi için kritik öneme sahip olan lisanslı depoculukta dikkat çeken nokta çiftçiler açısından finansman ve depolama konularında sorunların bulunmasıdır. Lisanslı depoculuk iznine sahip şirketlerin azlığı sektörün gelişmesinin önündeki önemli engellerden biridir. Lisanslı depoculukta çiftçilerin zaman zaman zarar ettiği ancak verilen desteklerle bu zararın bazen kara dönüştüğü bazen ise bu desteğe rağmen çiftçinin zararının devam ettiği belirtilmektedir. Dolayısıyla mevcut uygulamalarla ilgili problemlerin tespit edilerek giderilmesi önem arz etmektedir.

Türkiye'de lisanslı depoculuğun karşılaştığı sorunlar arasında finansman ihtiyacı ve tarım sektöründeki üretim ölçeği düşüklüğü ön plana çıkmaktadır. Ayrıca çiftçinin ürün fiyatlarına karşı duyarlılığı konusu lisanslı depoculuk uygulamasının karşılaştığı zorluklar arasındadır. Küçük aile işletmeleri olarak yapılan Türkiye'deki tarım sektörü, lisanslı depoculuk için bir diğer önemli sorun olarak gösterilmektedir. Zira depoda muhafaza edecek kadar elinde ürünü kalmayan, düşük ve düzensiz şekilde üretim yapan çiftçilerin yeteri kadar finansmana sahip olamaması maliyetlerin daha fazla artmasına yol açmaktadır. Tüm bunlardan hareketle geliştirilecek sistemde bu sorunların dikkate alınması gerekmektedir. Lisanslı depoculuk politikasına yönelik etki analizleri de yapılmalıdır.

## DİJİTAL TARIM PAZARI<sup>26</sup>

Tarım ve Orman Bakanlığı tarafından hayata geçirilen Dijital Tarım Pazarı (DİTAP) sayesinde çiftçilerin ürünlerine pazar bulabilmesi, tüketici ve esnaf-

26 "Dijital Tarım Pazarı", DİTAP, <https://ditap.gov.tr/ditap-nedir.html>, (Erişim tarihi: 23 Şubat 2021).



ların ise aradıkları kalitede ürünü tedarik edebilmesi amaçlamaktadır. DİTAP sayesinde çiftçinin pazarlama ve tüketicinin de makul fiyattan kaliteli ürün alma imkanı bulması öngörülmektedir. DİTAP tarladan çatala kadar olan gıda tedarik zincirinin takip edildiği, üretim ve tedarikin sağlandığı, planlı üretimin yapıldığı pazar olma yolunda ilerlemektedir. DİTAP ile bitkisel ve hayvansal ürünler yanında su ürünlerinin doğrudan satışına imkan sağlanabilmektedir. Ayrıca sözleşmeli üretim sayesinde fiyatların sezon öncesi öngörülebilir olmasıyla ihracat pazarları genişlemekte, üretim ve tüketim bölgeleri arasında mesafenin kısılmasıyla maliyet açısından avantaj sağlanmaktadır.

Coğrafi işaretli ürünler başta olmak üzere işlenmiş ürünlerde markalaşmaya katkı vermesi, yöresel ürünlerin hem ulusal hem uluslararası pazarlara ulaşması, arz-talep dengesinin oluşması, sözleşmeli üretim ve tarımsal planlama sayesinde gıda arz güvenliğinin güçlenmesi DİTAP'ın hedefleri arasındadır. Diğer taraftan girdi finansman kolaylığıyla tohum, gübre ve ilaç gibi girdilerin tedarikine katkı sağlayacağı, planlı tarımsal üretim sayesinde ürünlerin yüksek katma değerle iç ve dış pazarda yer bulacağı, çiftçilerin ürününü satacağı kişiyi, yeri, fiyatı ve koşulları bileceği öngörülmektedir. Ayrıca yeni iş kolları ve istihdam oluşturmaya, fiyat dalgalanmalarına karşı koruma sağlamaya ve planlı üretimin altyapısını oluşturmaya katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Sisteme yeni kazandırılan Tarımsal Arazi Kiralama Modülü ile çiftçilerin arazilerini DİTAP üzerinden kiraya verebileceği de belirtilmektedir.

DİTAP'ta alıcı olmak isteyenler sisteme Esnaf ve Sanatkarlar Bilgi Sistemi (ESBİS) veya Merkezi Sicil Kayıt Sistemi (MERSİS) ile kayıt olabilmektedir. Satıcı olmak isteyenlerin ise mutlaka Çiftçi Kayıt Sistemi (ÇKS) başta olmak üzere Bakanlık sistemlerine kayıtlı olmaları gerekmektedir. Alıcı ve satıcı olarak ayrılan gerçek veya tüzel kullanıcılar kendilerine ayrılmış özel sayfalar aracılığıyla talep ve teklif oluşturabilmekte ve bunun yanında doğrudan satış ilanları da verebilmektedir. Alıcılar tarafından oluşturulan talepler bölgede yer alan üreticiler tarafından kolaylıkla görülebilmekte ve bu taleplere teklif verilebilmektedir. Oluşturulan talebe birden fazla üreticiden teklif gelebilmekte ve alıcı istediği teklifi değerlendirebilmektedir. Alıcı ile satıcı arasında yapılacak sözleşmede miktar, fiyat, üretim tipi, nakdi/aynı avans, üretim yeri, sipariş tarihi, teslimat tarihi, nakliye, paketleme vs. gibi tüm detaylar önceden belirlenmekte ve her iki taraf da güvenle ticaretini yapabilmektedir.

DİTAP, devreye alındığı 29 Nisan 2020'den itibaren gerçek veya tüzel kişiler tarafından yoğun bir şekilde kullanılmakta ve üretici/alıcı pozisyonlarında gerçek

kişiler, özel kurumlar ve kamu kurumları tarafından tercih edilmektedir. Türkiye genelinde birçok büyük marka ile merkez birlikler ve kooperatifler de DİTAP'ı kullanarak sisteme dahil olmuştur. Aralık 2020'de satıcı üreticiler ve alıcı tüccarlarla yapılan görüşmelerden hareketle yapılan bir haberde<sup>27</sup> DİTAP'ın faaliyet alanını ve hacmini büyüttüğü, çiftçilerin kazançlarını yüzde 20 civarında artırdığı, alıcıların da DİTAP üzerinden gıda tedarikinin kazançlı olduğu ve sistemin daha da geliştirilmesi gerektiği belirtilmiştir.

## GIDA VE TARIMSAL ÜRÜN PİYASALARI ANALİZ MÜDÜRLÜĞÜ<sup>28</sup>

Birçok çalışmada, 3. Tarım Orman Şurası'nda ve Cumhurbaşkanlığı Bilim, Teknoloji ve Yenilik Politikalar Kurulu (BTYPK) Gıda Arz Güvenliği Çalışma grubunda "Tarım ve Gıda Piyasaları İzleme Kurumu"nun kurulması önerilmiştir. Bu öneriler paralelinde ve Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankasının (TCMB) organizasyon yapısına ilişkin ihtiyaçlar göz önünde bulundurularak Yapısal Ekonomik Araştırmalar Genel Müdürlüğü bünyesinde 3 Şubat 2021'de "Gıda ve Tarımsal Ürün Piyasaları Analiz Müdürlüğü" kurulmasına karar verilmiştir. Gıda ve Tarımsal Ürün Piyasaları Analiz Müdürlüğü'nün görevi; fiyat istikrarı açısından kritik önem arz eden gıda ve tarım ürünleri fiyatlarına dair verileri detaylı ve zamanlı olarak incelemek suretiyle erken uyarı fonksiyonu görmek, araştırma ve inceleme sonuçlarını para politikası sürecine katkı sağlayacak şekilde raporlamaktır. Ayrıca Gıda ve Tarımsal Ürün Piyasaları İzleme Komitesinin sekretarya görevini de yerine getirecektir. Bu yeni yapılanmanın gıda fiyatları dalgalanmalarının önlenmesi ve enflasyona etkisinin azaltılması amacıyla 30 Eylül 2021'e kadar kurulacak<sup>29</sup> olan erken uyarı sistemini de kullanarak gıda enflasyonunun olumsuz etkilerinin azaltılmasına katkı sağlayacağı öngörülmektedir.

27 "Aracılar Ortadan Kalktı, Üreticinin Yüzü Dijital Tarım Pazarı ile Güldü", TRT Haber, 16 Aralık 2020.

28 "Merkez Bankası İdare Merkezi Bünyesinde Yeni Kurulan Müdürlüklere İlişkin Basın Duyurusu", TCMB, <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB%20TR/Main%20Menu/Duyurular/Basin/2021/DUY2021-08>, (Erişim tarihi: 3 Mart 2021).

29 "Ekonomide Reform Takvimi Açıklandı".



# SONUÇ VE ÖNERİLER

---

## SONUÇLAR

Dünya gıda fiyat endekslerinde 2003-2011 döneminde (2009'daki düşüş hariç) meydana gelen artışla endeks 58'den 130'a çıkmış ve sonrasında ise 2016'da 90'a düşmüştür. Son beş yılda ise 2020'de daha hızlı olmak üzere gıda fiyat endeksi 113'e yükselerek gıda fiyat enflasyonunun görünür olmasına neden olmuştur. Türkiye'de zincirleme gıda fiyat endeksinin (2003=100) 2009'dan itibaren genel TÜFE'nin hep üzerinde olması ve özellikle 2019'dan sonra daha hızlı artması gündemdeki gıda fiyat enflasyonunu tanımlamaktadır.

Temelde enflasyona neden olan faktörler gıda enflasyonunun da gerekçesi olmaktadır. Gıda arzında çeşitli nedenlerle meydana gelen azalma, ani ve dönemsel talep artışları, gıda tedarik zincirindeki problemler, yükselen dünya fiyatları, spekülatif faaliyetler ve farklı nedenlerle oluşan krizler gıda fiyatlarının artmasına yol açmaktadır. Bu sebeplerden birkaçı birbirini etkileyen ve/veya tetikleyen bir etkileşimle gıda enflasyonuna neden olabilmektedir. En son 2020'de artan gıda enflasyonunun oluşmasının temelinde koronavirüs salgınının etkisiyle gıda arz, talep ve tedarikinde meydana gelen olumsuzlukların yanı sıra dünya fiyatlarındaki yükselmeler ve spekülatif faaliyetlerin etkisinin de olduğu söylenebilir.

Gıda tedarik zincirinin etkin bir şekilde işlevini yerine getirememesi özellikle koronavirüs salgınıyla gündeme daha çok gelmeye başlamıştır. Bu olumsuzluk tüketicinin ödediği ile üreticinin aldığı fiyatlar arasındaki farkın yükselmesine,

pazarlama marjının artmasına ve dolayısıyla üreticinin değer zincirindeki payının azalmasına neden olmuştur. Üretici payının düşük olmasının en önemli nedeni çiftçinin ürettiğinin ticaretinde yeterince olamaması, diğeri de pazarlama zincirinin gereğinden fazla uzaması ve gıdanın tarladan çatala serüvenindeki maliyetlerin yükselmesidir. Örneğin pazarlama marjı meyve ve sebze de 2008-2020 döneminde yaklaşık yüzde 40'dan yüzde 55'e yükselerek önemli miktarda artmıştır.

Yurt dışı fiyatlar –ticaret politikalarına bağlı olarak– az veya çok yurt içi fiyatları etkilediği için dünya fiyatlarındaki artışlar ülke içindeki fiyatların artmasında yani gıda enflasyonunun oluşmasında büyük öneme sahiptir. Örneğin yurt içi mısır fiyatları Eylül 2020'ye kadar yurt dışı fiyatların üzerinde iken bu tarihten sonra çok hızlı artan dünya mısır fiyatları yurt içi fiyatlarındaki hareketliliği etkilemiştir. Bu etkileşim, politikalarda serbest ticaret eğilimi yer aldıkça daha fazla olacaktır. Spekülatif faaliyetlerin 2019'un ilk çeyreğinde ve 2020'nin son çeyreğindeki etkileri kamuoyunda gündeme gelmiş ve hükümet tarafından alınan bazı tedbirlerle giderilmeye çalışılmıştır. Bu ve benzeri spekülatif faaliyetler gıda fiyatlarını artırdığı gibi ekstra kar elde etmek için stok yapanları zaman zaman zarara sokmuştur.

Gıda enflasyonunun ve tarım ürünleri fiyatlarındaki aşırı dalgalanmaların izahını, ekonomi teorisindeki ilgili prensipleri kullanarak yapmak mümkündür. Bu prensiplerin en temeli, tarımsal üretimin yapısı ve tarım ve gıda ürünlerinin kendilerine has özelliklerinden dolayı tarım ve gıda ürünlerinin arz ve talebinin fiyat esnekliklerinin düşük olmasıdır. Tarım ve gıda ürünlerinin bu özelliği rekoltede veya ürün talebinde meydana gelen değişimlerde fiyatların hızlı yükselmesine veya düşmesine neden olmaktadır. Diğer taraftan King Kanunu bol ürün yıllarında fiyatların aşırı düşmesinden dolayı çiftçilerin zarar edebileceklerini, kıt ürün yıllarında ise fiyatların çok hızlı yükselmesiyle daha kazançlı olabileceklerini izah etmektedir. Örumcek Ağı Teoremi ise tarım ve gıda ürünleri arz-talep uyumsuzluğunun fiyat devri dalgalanmalarına neden olacağını ifade etmektedir. Örneğin soğan ve patates fiyatlarının oynaklıklarında bu devri dalgalanmaları görmek mümkündür.

Tüketici fiyatları, gıda enflasyonunun asıl göstergesi olsa da üretici ve girdi fiyatlarının da maliyet yönüyle gıda enflasyonunda önemli etkileri vardır. Dolayısıyla gıda TÜFE'yi, tarımsal ÜFE ve tarımsal GFÜ ile beraber değerlendirmek resmi tam olarak görmek açısından yararlı olacaktır. Genelde zincirleme gıda ÜFE, genel ÜFE ile aynı seviyede benzer eğilim gösterirken siyasi kriz yıllarının şokuyla 2014-2018 arasında gıda ÜFE belirgin bir şekilde genel ÜFE'nin üzerinde seyretmiştir. Yıllık endekslerde ise genel ÜFE'nin gecikmeli olarak gıda

ÜFE'yi etkilediği ve kabaca dört yıllık devri dalgalanmaların olduğu izlenmektedir. Tarımsal GFE'nin bazı aylar hariç 2017'nin ikinci yarısı ile 2019'un ilk yarısında gıda ÜFE'nin üzerine çıkarak fiyat-maliyet sıkışmasına neden olduğu ancak 2020'nin ikinci çeyreğinden sonra özellikle motorin fiyatlarındaki düşme nedeniyle gıda ÜFE'nin altına düşerek çiftçiyi rahatlattığı söylenebilir. Zincirleme gıda TÜFE 2009'dan sonra dünya ekonomik krizinin, 2014'ten sonra siyasi krizlerin ve 2020'de ise koronavirüs salgınının etkisiyle giderek daha büyük farkla genel TÜFE'nin üzerine çıkmıştır. Tüm bu değerlendirmelerle tarımsal GFE'nin tarımsal ÜFE'yi, tarımsal ÜFE'nin de gıda TÜFE'yi krizlerin de tetiklemesiyle etkilediği ve nihayetinde gıda enflasyonuna neden oldukları tespiti yapılabilir. Bu süreçlerden etkilenen fiyat endeksi eğilimleri 2015'ten sonra pazarlama marjının giderek büyümesine de neden olmuştur.

Gıda enflasyonunu daha yakından ve ürün bazında görebilmek için benzer ürün grupları halinde tarım ve gıda ürünlerinin reel üretici ve tüketici fiyatları ve eğilimleri karşılaştırılmıştır. Pirinç dışında tahıl reel üretici ve tüketici fiyatları (2019 ve 2020'deki yükselme hariç) düşerken benzer şekilde reel et üretici fiyatları (2019 ve 2020 hariç) dalgalanmalar göstererek düşmüştür. Tüketici et fiyatları ise (tavuk etindeki düşüş hariç) az da olsa yükselme eğilimi göstermiştir. Baklagillerde çok önemli dalgalanmalara rağmen (mercimek üretici fiyatlarındaki düşme hariç) fiyat eğilimlerinde 2008-2020 döneminde çok belirgin bir yükselme ve düşme görülmemiştir. Endüstri bitkileri reel üretici ve tüketici fiyatlarında dalgalanmalara rağmen artma veya azalma eğilimi pek söz konusu olmamıştır. Meyve üretici fiyatlarında net bir düşüş, tüketici fiyatlarında ise (kirazdaki düşüş hariç) muz başta olmak üzere belirgin bir artış olmuştur. Sert kabuklu meyvelerin hem reel üretici hem tüketici fiyatları çok belirgin bir artış eğiliminde olmuştur. Sebze reel üretici fiyatlarının tümü belirgin bir şekilde düşüş eğiliminde iken patates ve soğan tüketici fiyatları değimezken yaş sebze fiyatları özellikle 2014'ten sonra belirgin bir artış eğiliminde olmuştur. Yaş çayda artış olurken bal, yumurta ve sofralık zeytin reel üretici fiyatları düşüş eğiliminde olmuş; bal reel tüketici fiyatları düşerken çay, yumurta ve zeytin reel tüketici fiyatları (2019 ve 2020'deki artış hariç) çok değişmemiştir. Ham süt üretici reel fiyatı zikzaklarla hızlı bir düşüş eğiliminde olurken tereyağındaki artan talebe bağlı çok hızlı artış dışında peynir, içme sütü ve yoğurt reel tüketici fiyatları az da olsa düşüş eğiliminde olmuştur. Tüm bu eğilimler gıda enflasyonunun en önemli müsebbibinin yaş sebzeler, sert kabuklu meyveler/kuru yemişler ve yaş meyveler olduğu sonucuna işaret etmektedir.

Tüketicinin ödediği ile üreticinin elde ettiği cari fiyatlar arasındaki farkın tüketicinin ödediği fiyata oranı olan pazarlama marjı bu raporda seçilen ürünler için hesaplanmıştır. Pazarlama marjının büyüklüğünün yanında 2008-2020 dönemindeki artış veya azalış eğilimi de fiyat enflasyonun tanımlanması açısından önem arz etmektedir. ABD'de tüm gıda ürünleri değer zinciri ortalamasında çiftçilerin payının yüzde 18, yaş meyve sebze ve baklagiller gibi pazarlama ameliyeleri az ürünlerde ise yüzde 41 olduğu dikkate alınırsa pazarlama marjı büyüklüğünün tarım ve gıda ürünlerinin özellikle işleme ameliyesinin olup olmamasına bağlı olarak yaklaşık yüzde 60-80 arasında olması normal görülmektedir. Türkiye'deki pazarlama marjı büyüklüklerinin bu aralıkta ve hatta çoğunlukla altında olduğu, beklenmedik şekilde sadece turunçgillerin pazarlama marjınının 2019 ve 2020'de yüzde 80'e ulaştığı gözlenmektedir. Bunun yanında pazarlama marjı büyüklüğünün sofralık zeytin, muz, ay çekirdeği, Antep fıstığı, domates ve biberin yanında buğday unu, pirinç, mercimek ve nohutta nispeten yüksek olduğu ancak çiftçi payının ise düşük olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan sıvı yağlar, şeker, çay ve pirinç pazarlama marjında düşme eğilimi hariç bu rapor için seçilen tüm tarım ve gıda ürünleri pazarlama marjları 2008-2020 döneminde yükselme eğilimi göstermiştir. Yükselme eğiliminin en belirgin ve hızlı olduğu ürün grubu başta sebzeler olmak üzere etler ve meyvelerdir. Hemen tüm ürünlerde son on üç yıllık dönemde hızlı artan pazarlama marjı eğilimi, bu dönemde çiftçinin gıda değer zincirindeki payını olumsuz etkilediği gibi özellikle fiyatları hızla yükselen bazı tarım ve gıda ürünlerinin gıda enflasyonuna neden olduğu güçlü bir şekilde ifade edilebilir.

Hem tarım ve gıda ürünleri fiyat dalgalanmalarının hem de gıda enflasyonunun olumsuz etkilerini azaltmak için alınan önlemler çerçevesinde lisanslı depoculuk yıllar önce, Dijital Tarım Pazarı 2020'de, Gıda ve Tarımsal Ürün Piyasaları Analiz Müdürlüğü 2021'de faaliyetlerine başlamıştır. Yeni Hal Yasası çalışmaları ise tamamlanmak üzeredir. Ancak tüm bu yapılanmalar henüz yeni başlamış olması veya lisanslı depoculukta olduğu gibi sahip olduğu problemler nedeniyle işlevlerini tam yerine getirmemiş olabilirler. Yeni Hal Yasası ile ilgili çalışmalar ise gerek uzun yıllardan beri oluşmuş bir yapıyı değiştirmenin zorluğu gerekse çalışmanın çok kapsamlı olması nedeniyle uzamış, bir süre rafa kaldırılmış ancak son zamanlarda yoğun olarak gündeme gelen gıda enflasyonu ile tekrar ele alınarak tamamlanması hızlandırılmıştır.

## ÖNERİLER

- Gıda enflasyonu ile ilgili değerlendirmeler yapılırken, politikalar üretilirken ve tedbirler alınırken gıda enflasyonuna neden olan çok sayıda faktörü birlikte dikkate almak gerekir. Dolayısıyla belirlenecek ihtiyaçlar, üretilecek çözümler ve önerilecek politikalar da çok yönlü olmalıdır.
- Tarım ürünleri ve gıda fiyatlarındaki ani artışlar ve dalgalanmalarla ilgili iktisat teorilerinden hareket ederek gıda enflasyonuna yönelik öngörüler, değerlendirmeler ve çıkarımlar yapmak doğru olacaktır. Çünkü bu teoriler fiyatlardaki ani değişimlerin gerekçelerini ortaya koymaktadır.
- Gıda enflasyonu çiftçinin gıda değer zincirindeki payını azaltması, genel enflasyonu artırması ve dar gelirli tüketicileri geçim sıkıntısına sokması gibi olumsuz etkileri azaltılabildiği takdirde gıda arz güvenliğinin sağlanmasında tetikleyici bir rol oynayabilir.
- Üretim potansiyeli ve verimlilik istenen düzeye çıkarılırsa gıda enflasyonu düşürülebilir ve/veya olumsuz etkilerinin oluşması engellenebilir. Üretim faktörlerinde atıl kapasitenin en aza indirilmesi ve tüm üretimlerde verim açığının giderilmesi öncelikli politikalar olmalıdır.
- Mevcut sulama suyu potansiyelini en etkin kullanan basınçlı sulama sistemlerini vahşi sulama yöntemleri aleyhine yaygınlaştırıp sulama alanlarını artırarak tarımsal kuraklık nedeniyle oluşabilecek rekolte düşüşlerinin ve dolayısıyla gıda fiyatlarındaki yükselmelerin önüne geçilebilir.
- İyi tarım uygulamalarının yaygınlaştırılması yoluyla girdi kullanımını azaltmaya ve arazi toplulaştırması faaliyetlerinin artırılması aracılığıyla üretimde etkinliği artırmaya yönelik politikalarla tarımsal üretim kaynaklarının daha etkin kullanımı sağlanarak maliyetlerin düşürülmesi de gıda enflasyonunun azalmasına katkı verebilir.
- Örtü altı üretim hızlı arttığı halde mevsim dışı tarım ürünleri fiyatlarının halen iki, üç kat yüksek olması mevsim dışı tüketimin daha hızlı arttığına göstergesidir. Örtü altı üretimin termal kaynaklar da kullanılarak artırılması fiyatlardaki bu anormal yükselişi azaltabilir.
- Tarımsal dış ticaret politikaları dinamik bir yöntemle dengeli ve etkin bir şekilde yürütülürse dünya piyasalarındaki tarım ve gıda ürünleri yüksek fiyatlarının Türkiye'deki gıda enflasyonunu artırıcı etkileri düşürülebileceği gibi aşırı fiyat düşüşlerinde de çiftçiler korunabilir.



- Gelişmişlik seviyesi arttıkça işleme ve paketleme gibi pazarlama ameliyelerinin artması sonucu pazarlama marjı giderek yükselmesine rağmen gıda tedarik zincirinde gereksiz olan ameliyeleri kaldırmak gıda enflasyonunun düşürülmesine yardımcı olabilir.
- Tarımsal üretimde öngörülebilirliği artırmak, tarım ürünleri için piyasa garantisi sağlamak, fiyat dalgalanmalarını azaltmak, gıda değer zincirini kısaltmak ve çiftçinin ürettiğinin ticaretinde olmasını teşvik için sözleşmeli çiftçiliği geliştirmek ve yaygınlaştırmak gerekir.
- Gıda ÜFE ve gıda TÜFE'nin dört yıllık dönemler halinde seyreden rutin oynaklığından yararlanılarak oluşturulabilecek “erken uyarı sistemi” ile fiyat yükselmeleri ve düşmelerini azaltmak ve dolayısıyla fiyat dalgalanma aralığını daraltmak için tedbirler alınabilir.
- Çok önemli fiyat yükselmelerinin olduğu sert kabuklu meyveler, yaş sebzeler ve turunçgiller başta olmak üzere meyveler, zeytinyağı ve tereyağı gibi tarım ve gıda ürünlerinin tedarik zincirlerini daha yakından inceleyip gerekli politika eylemlerinin üretilmesi gerekebilir.
- Örneğin ABD'ye kıyasla Türkiye'deki pazarlama marjlarının çok yüksek olmadığı söylenebilir. Bu nedenle pazarlama marjlarının büyüklüğünden ziyade zaman içerisinde pazarlama marjlarındaki artan eğilimlerin nedenlerinin daha yakından incelenmesi gerekli olabilir.
- Faaliyetlerine yeni başlayan Dijital Tarım Pazarı'nın sahadaki uygulama eksiklerini giderip ortaya çıkan problemlerini çözerek daha etkin ve yaygın hale gelmesi sağlanabilir. Bunun için de uluslararası benzer iyi uygulama örneklerinin yakından takibi gerekebilir.
- Bir süredir yapılan öneriler doğrultusunda kurulan Merkez Bankası Gıda ve Tarımsal Ürün Piyasaları Analiz Müdürlüğü'nün faaliyetleri ile gıda enflasyonu ile mücadelede önemli katkılar vereceği öngörülmektedir. Ayrıca benzer hedefleri olan daha özerk yapılanmalar da kurulabilir.
- Lisanslı depoculuk ise finansman, depolama, lisanlı depoculuk iznine sahip şirketlerin azlığı, çiftçilerin bu sistemde zaman zaman zarara uğraması, küçük tarımsal işletmeler ve yetersiz örgütlenme gibi sorunlar giderilerek geliştirilmeli ve şartlara göre yaygınlaştırılmalıdır.
- Yakında çıkması beklenen Yeni Hal Yasası çiftçilerin ürettiğinin ticaretinde olmasını ve dolayısıyla gıda değer zincirinden daha çok pay almalarını sağ-

layacak çiftçi örgütlerini de içermelidir. Yasa sil baştan değil mevcut yapısını iyileştirecek bir anlayışla çıkarılmalıdır.

- Raporda yer verilen piyasa düzenlemelerine yönelik politika eylemleri ve yapılanmalar faaliyet alanları itibarıyla temelde benzer hedefleri gütmektedir. Dolayısıyla bu uygulamalar bir elden yakın takip edilerek faaliyetleri birbiriyle koordineli olarak yürütülmelidir.



# KAYNAKLAR

---

DİTAP, “Dijital Tarım Pazarı”, <https://ditap.gov.tr/ditap-nedir.html>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

Ditta Trade Academy, <https://www.dittotrade.academy>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

Ezekiel, M., “The Cobweb Theory”, *The Quarterly Journal of Economics*, Cilt: 52, Sayı: 2, (1938).

FAO, “FAO Food Price Index”, <http://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

Friedman M. (1989) Quantity Theory of Money. In: Eatwell J., Milgate M., Newman P. (eds) Money. The New Palgrave. Palgrave Macmillan, London. [https://doi.org/10.1007/978-1-349-19804-7\\_1](https://doi.org/10.1007/978-1-349-19804-7_1)

Haber7, “Ekonomide Reform Takvimi Açıklandı”, 23 Mart 2021.

Kaldor N., “A Classificatory Note on the Determinateness of Equilibrium”, *The Review of Economic Studies*, Cilt: 1, Sayı: 2, (1934).

Kuhns, A., R. Volpe, E. Leibtag ve E. Roeger, *How USDA Forecasts Retail Food Price Inflation*, TB-1940, (U.S. Department of Agriculture, Economic Research Service, Washington DC: 2015).

Shankar, R. S., “Food Inflation and Its Adverse Effects on the Economy”, *Journal of the Royal Statistical Society*, Cilt: 78, Sayı: 2, (1995).

TCMB, <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Temel+Faaliyetler/Para+Politikasi/Fiyat+Istikrari+ve+Enflasyon/Neden>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

TCMB, <https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB%20TR/Main%20Menu/Duyurular/Basin/2021/DUY2021-08>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

Thompson, J. G., “The Nature of Demand for Agricultural Products and Some Important Consequences”, *Journal of Political Economy*, Cilt: 24, Sayı: 2, (1916).

TOB, *Ürün Masalları Kasım Bülteni*, (Tarım ve Orman Bakanlığı, Ankara: Kasım 2020).

Topcu, Y., “Gıda Ürünlerinde Pazarlama Marjı ve Cebirsel Analiz”, *Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, Cilt: 34, Sayı: 2, (2003).

TRT Haber, “Aracılar Ortadan Kalktı, Üreticinin Yüzü Dijital Tarım Pazarı ile Güldü”, 16 Aralık 2020.

TÜİK, “Canlı Hayvan ve Hayvansal Ürün Fiyatları ve Üretim Değeri, 2019”, 20 Mart 2020, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Canli-Hayvan-ve-Hayvansal-Urun-Fiyatlari-ve-Uretim-Degeri-2019-33714>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

TÜİK, “Bitkisel Ürün Fiyatları ve Üretim Değeri, 2019”, 5 Mart 2020, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Bitkisel-Urun-Fiyatlari-ve-Uretim-Değeri-2019-33713>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

TÜİK, “Bitkisel Üretim İstatistikleri, 2020”, 28 Aralık 2020, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Bitkisel-Uretim-Istatistikleri-2020-33737>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

TÜİK, “Tarımsal Girdi Fiyat Endeksi, Kasım 2020”, 21 Ocak 2021, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tarimsal-Girdi-Fiyat-Endeksi-Kasim-2020-37269>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

TÜİK, “Tüketici Fiyat Endeksi, Ekim 2020”, 3 Kasım 2020, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Fiyat-Endeksi-Ekim-2020-33871>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

TÜİK, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Fiyat-Endeksi-Aralik-2020-37378>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

TÜİK, “Tüketici Fiyat Endeksi, Aralık 2020”, 4 Ocak 2021, <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Tuketici-Fiyat-Endeksi-Ocak-2021-37379>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

TÜİK, “Tüketici Fiyat Endeksi (TÜFE)”, [https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1014](https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1014), (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

TÜİK, “Yurt İçi Üretici Fiyat Endeksi (Yİ-ÜFE)”, [https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt\\_id=1076](https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1076), (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

TÜİK, “Tarım”, <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=Tarim-111>, (Erişim tarihi: 4 Ocak 2021).

Yavuz, F., “Tarımsal Kuraklık: Öngörüler, Önlemler, Öneriler”, *Kriter*, Cilt: 5, Sayı: 53, (2021).

Yavuz, F., “Tarıma Koronavirüs Etkisi”, *Kriter*, Cilt: 5, Sayı: 46, (2020).

Yavuz, F. ve Ş. Dilek. *Türkiye Tarımına Yeniden Bakış*, (SETA Yayınları, İstanbul: 2019).

Yavuz, F., *Tarım Politikası Ders Notları*, (Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları, Erzurum: 2015).

Yavuz, F. ve T. Ayyıldız, “Meyve-Sebze Fiyatları ve Düşündürdükleri”, *Hasad: Aylık Teknik Dergi*, (Ekim 1995).

Yule, G. Udny, “Crop Production and Price: A Note on Gregory King’s Law”, *Journal of the Royal Statistical Society*, Cilt: 78, Sayı: 2, (1915).

## FAHRİ YAVUZ

1964'te Erzurum'un İspir ilçesinde doğdu. İlk ve ortaokulu İspir'de, liseyi Rize Öğretmen Lisesi'nde yatılı, üniversiteyi Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü'nde okudu. Lisansüstü eğitimini Amerika Birleşik Devletleri (ABD) Ohio Devlet Üniversitesi'nde beş yılda tamamlayarak 1994 yılında Ekonomi ve Tarım Ekonomisi alanlarında iki yüksek lisans, Tarım Politikası alanında bir doktora diplomasıyla Türkiye'ye döndü. Aynı yıl Atatürk Üniversitesi'nde yardımcı doçent olarak göreve başlayan Yavuz 1996'da doçent, 2003'te profesör oldu. 2001-2002'de Fulbright, 2011'de Yükseköğretim Kurulu (YÖK) bursuyla yine ABD'de ziyaretçi öğretim üyesi olarak bulundu. 2003-2005 yıllarında Tarım ve Köyişleri Bakanı'na danışmanlık yaptı. 2004-2011 yıllarında "Erzurum İli Büyükbaş Hayvan Islahı Projesi"ni koordine etti. Erzurum'daki "İspir Pazaryolu Kültür, Yardımlaşma ve Kalkındırma Derneği'nin" 2007 yılından beri yönetim kurulu başkanlığını yürütmektedir. 2008-2016 yılları arasında Atatürk Üniversitesi Dış İlişkiler Ofisi Koordinatörlüğü ve Rektör Danışmalığı görevlerini yürüttü. YÖK tarafından koordine edilen Avrupa Birliği (AB) destekli Bologna Süreci Uygulama Projesinin Ulusal Takımı'nda Bologna Uzmanı olarak 2009'dan bu yana görev yapmaktadır. 2011-2014 yılları arasında TÜBİTAK TOVAG Danışma Kurulu ve Üniversitele-rarası Kurul Doçentlik Üst Komisyonu üyeliği yaptı. 2016'dan beri Yükseköğretim Kalite Kurulu'nda Dış Değerlendirici olarak çalışmaktadır. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü Başkanlığını 2006-2018 arasında üç dönem yürüttü.

AB, UNDP ve JICA destekli uluslararası projeler yanında TÜBİTAK destekli ulusal ve Kalkınma Ajansı, Özel Sektör ve BAP destekli bölgesel projeler yürüttü. Ekonomi, Tarım Ekonomisi, Tarım Politikası, Uluslararası Tarım Ticareti, Ekonometri, Ekonomi Matematiği ve Ekonomi İstatistiği dersleri verdi. Türkçe ve İngilizce 100'ün üzerinde kitap, ders kitabı, proje raporu, basılı bildiri ve makalesi bulunan Yavuz, 41 ülkeye 85 defa kısa ve uzun süreli eğitim, akademik toplantı, iş ve özel amaçlı ziyaretlerde bulundu. Çok sayıda sempozyum ve çalıştayın düzenlenmesini de yürütmüş olan Yavuz, tarım, ekonomi, tarım politikası, eğitim ve toplumsal konular üzerine 2016-2018 yıllarında bölgesel bir gazetede 64 köşe yazısı yazdı. Evli ve dört çocuk babasıdır.

# TÜRKİYE'DE GIDA ENFLASYONU TARLADAN ÇATALA SORUNLARIN BİR GÖSTERGESİ

FAHRİ YAVUZ

Gıda enflasyonu Türkiye'nin son yıllarda karşılaştığı en çetin ekonomik sorunlardan bir tanesi. Koronavirüs salgını ve iklim değişikliği gibi problemlerin neden olduğu arz-talep uyumsuzlukları gıda enflasyonunu bir kez daha gündeme getirdi. Son yaşananlar bunun sadece Türkiye'nin değil bütün dünyanın problemi olduğunu gösterdi. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) tarafından açıklanan Küresel Gıda Fiyat Endeksi geçtiğimiz aylarda son altı yılın zirvesini gördü.

Gıda enflasyonunun tek başına para politikası araçlarıyla düşürülemeyeceği iktisatçıların üzerinde mutabık kaldıkları bir gerçek. Özellikle dar gelirli vatandaşlarımızı etkileyen bu problemi kalıcı olarak çözebilmek için yapısal politikalara ihtiyacımız var. Ekonomi yönetimi bir süredir bu doğrultuda attığı adımları hızlandırdı. Yeni reform paketinde gıda enflasyonu ile mücadeleyle yönelik olarak da belli bir politika setinin olduğunu görüyoruz.

*Türkiye'de Gıda Enflasyonu: Tarladan Çatala Sorunların Bir Göstergesi* başlıklı rapor gıda fiyatlarında yaşanan artışların ve dalgalanmaların nedenlerini ürün bazlı olarak incelemektedir. Veri odaklı bir anlayışla kaleme alınan bu rapor Türkiye'de gıda enflasyonu ile mücadele noktasında yapılabilecekler için kapsamlı ve gerçekçi politika önerileri sunmaktadır.