

AGREEN
KARADENİZ HAVZASINDA İKLİME DUYARLI YEŞİL TARIM İÇİN SINIRÖTESİ ORTAKLIK
Destek Sözleşme No. BSB 1135



REHBER KİTAP

Karadeniz Havzasında İklim Duyarlı Tarım için Girişimcilik

Ortak sınırlar. Ortak çözümler.



AGREEN

KARADENİZ HAVZASINDA İKLİME DUYARLI YEŞİL TARIM İÇİN SINIRÖTESİ ORTAKLIK

Destek Sözleşme No. BSB 1135

REHBER KİTAP

Eğitim kursu

“Karadeniz Havzasında İklim Duyarlı Tarım için Girişimcilik”

2022

Karadeniz Havzasında İklim Duyarlı Yeşil Tarım için Sınır Ötesi İşbirliği (AGREEN), Ref. No. BSB 1135, Avrupa Komşuluk Aracı altında "Karadeniz Havzası 2014-2020" Sınır Ötesi İşbirliği Ortak Operasyonel Programı tarafından, Öncelik 1.2 "Tarım ve ilgili sektörlerin ticaret ve modernizasyonu için sınır ötesi fırsatların artırılması kapsamında finanse edilmektedir.

İçindekiler:

Önsöz.....	5
Modül 1: İDT kavramı ve yaklaşımı / KH'da İDT	7
1.1 Hava, iklim ve iklim değişikliği.....	7
1.2 KH'de iklim değişikliğinin tarımsal üretime etkisi.....	8
1.3 İklim değişikliği, gıda güvencesi ve zorluklar	9
1.4 İklim Duyarlı Tarımın (İDT) Tanımı	9
1.5 İDT kapsamında sürdürülebilir üretim.....	10
1.6 İklim değişikliği etkilerine adaptasyon stratejileri.....	10
1.7 İDT kapsamında tarım sektöründe rekabet gücünü artırmaya, sürdürülebilirliği sağlamaya ve iklim değişikliğini azaltmaya yönelik yaklaşımlar.....	15
1.8 İklim Duyarlı Tarım uygulamasının kurumsal yönü.....	16
Kaynaklar.....	17
Modül 2: İklim dayanıklı tarımsal gıda değer zincirleri.....	19
2.1 Değer zinciri kavramının özü ve temel parametreleri.	19
2.2 Değer Zinciri yapıları (aşamalar/ortaklar) oluşturma prensipleri.....	19
2.3 Değer zinciri türleri ve bileşimleri	21
2.4 Değer Zincirlerinin etkinliğini değerlendirme prensipleri (aşamalar, hacimler ve kârlılık, SWOT analizi).....	23
2.5 Sonuçların ölçülmesi ve ince ayar.....	24
2.6 Vaka çalışması.....	24
Kaynakça:.....	29
Modül 3: Sürdürülebilir çiftlikleri yönetmek.....	30
3.1 SÇY'nin pratik bir bileşeni olarak biyoçeşitliliğin artırılması.....	30
3.2 SÇY'de doğa kaynaklarının korunmasının faydaları.....	33
3.3 Aile tarafından kontrol edilen çiftliklerin sürdürülebilirliği, ekonomik uygulanabilirlik ve insan refahı.....	41
3.4 Sürdürülebilir Çiftlik Yönetimi (SÇY) uygulamalarının tarım işletmeciliğine entegrasyonu.....	42
3.5 Sürdürülebilirlik kontrol listesi.....	44
3.6 Sürdürülebilir bir çiftliğin vaka çalışması.....	1

Kaynaklar	46
Modül 4: İDT faaliyetlerinin finansmanı	48
4.1 Uygulamada geliştirilmesine ve uygulanmasına bir katkı olarak İDT'nin finansmanı.	48
4.2 İDT finansmanı alanındaki mevzuat	49
4.2.1 Uluslararası	49
4.2.2 Avrupa	50
4.3 Finansman kaynakları	50
4.3.1 Sübvansiyonlar ve hibeler	50
4.3.2 Yatırım finansmanı	53
4.3.3. Banka finansmanı	56
4.4 İş Planları ve İş Bütçelendirme	57
4.5 Finansmanın maliyetleri ve etkileri	62
Kaynaklar ve ek okuma kaynakları	63
Modül 5: Sürdürülebilir tarımsal ürünler için pazarlama	65
5.1 Pazarlamanın tanımı ve amacı	65
5.2 Pazarlama ve Tarım Sektörü	71
5.3 Sürdürülebilir Tarım Ürünleri için Pazarlama Stratejileri	73
5.4 Tarımsal Pazarlama Planı	75
5.5 Sonuçları Ölçme ve İnce Ayar	78
5.6 Vaka Çalışmaları	79
Kaynaklar	79
Modül 6: Uluslararası ticaret ve işbirliği	80
6.1 Tarım ticaretinin önemi	80
6.2 Modern Ticaret modelleri	81
6.3 Gıda fiyatları ve fiyat dalgalanmaları	83
6.4 Kurumsal düzenleyici ve yasal çerçeve	83
6.5 Gümrük vergileri ve döviz kurları	89
6.6 Malların uluslararası nakliyesi	94
6.7 Taşımacılık için ilgili uluslararası düzenlemeler	95
Kaynaklar	96

REHBER KİTAP

Önsöz

Bu Rehber Kitap, AGREEN Eğitim kursu “Karadeniz Havzasında İklim Duyarlı Tarım için Girişimcilik” öğrencileri için bir eğitim materyali olarak tasarlanmıştır.

Kurs, KARADENİZ HAVZASI'NDA İKLİM DOSTU VE YEŞİL TARIM İÇİN SINIR ÖTESİ İTTİFAK (AGREEN), Ref. Numara. BSB 1135 projesi kapsamında "Karadeniz Havzası 2014-2020" Avrupa Komşuluk Aracı Öncelik 1.2 "Tarım ve ilgili sektörlerin ticareti ve modernizasyonu için sınır ötesi fırsatların artırılması" başlığı altında Sınır Ötesi İşbirliği Ortak Operasyonel Programı tarafından finanse edilmekte olup orta veya üçüncü kademede örgün eğitimi takiben, tarım ve iklim araştırmalarında çalışan genç çiftçiler, profesyoneller ve öğrenciler için tasarlanmıştır.

Eğitim kursunun genel amacı, genç girişimcileri sürdürülebilir tarım ve organik tarımla uğraşmaları için desteklemek, becerilerini geliştirmek ve teşvik etmek ve genç girişimcilerin ve çiftçilerin iş başındayken kapasitelerini geliştirmektir.

Mevcut kurs, harmanlanmış değişim eğitimine uygun bir eğitim olarak tasarlanmıştır ve uzaktan veya harmanlanmış öğrenme formatında verilebilir. Kursun yapısı, sonraki bölümlerde sunulan 6 eğitim ünitesinden (modül) oluşmaktadır.

Eğitim kursunun çevrimiçi versiyonu (bu Rehber Kitap ve eğitim içerikleri dâhil olmak üzere) İngilizce ve tüm ortak dillerde (Bulgarca, Rumence, Gürcüce, Ermenice, Türkçe ve Yunanca) proje internet platformunun e-öğrenme bölümünde bulunmaktadır: <https://agreen-platform.com>.

Kullanılan kısaltmaların listesi:

AGREEN	“KARADENİZ HAVZASI’NDA İKLİM DOSTU VE YEŞİL TARIM İÇİN SINIR ÖTESİ İTTİFAK” Projesi
KH	Karadeniz Havzası
İDT	İklim Duyarlı Tarım
AEB	Avrasya Ekonomik Birliği
AET	Avrupa Ekonomi Topluluğu
EFET	Yunan Gıda Güvenliği Kurumu
FAO	Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü
İTU	İyi Tarım Uygulamaları
GHG	Sera Gazları
Cİ	Coğrafi İşaretler
GPS	Küresel Konumlandırma Sistemi
HEI	Yüksek Öğretim Kurumları
IoT	Nesnelerin interneti
IPCC	Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli
EZY	Entegre Zararlı Yönetimi
JOP	Ortak Operasyonel Program
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
OT	Organik tarım
BTA	Bölgesel ticaret anlaşmaları
ŞÇY	Sürdürülebilir Çiftlik Yönetimi
KOBİ	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler
SPS	Sıhhi ve Bitki Sağlığı Tedbirleri
TBT	Ticaret Anlaşmalarının Önündeki Teknik Engeller
UNCTAD	Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı
UNEP	Birleşmiş Milletler Çevre Programı
UNFCCC	Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi
USDA - APHIS	ABD Tarım Bakanlığı - Hayvan ve Bitki Sağlığı Denetim Hizmeti
VSS	Gönüllü Sürdürülebilirlik Standartları
DSÖ	Dünya Sağlık Örgütü
DTÖ	Dünya Ticaret Örgütü

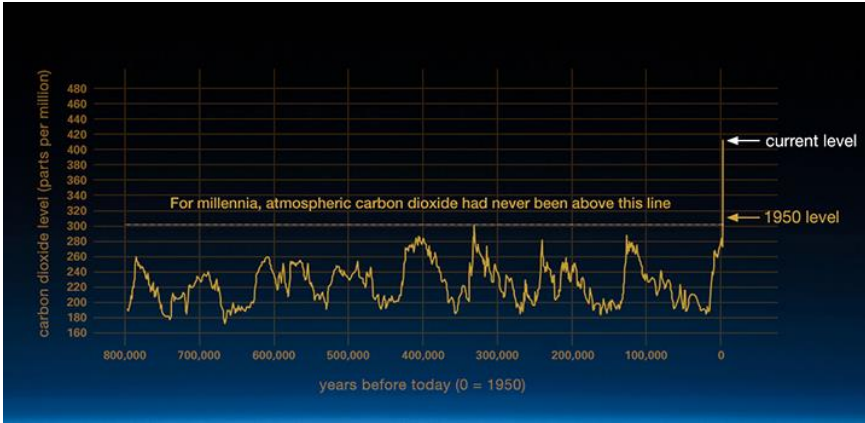
Modül 1: İDT kavramı ve yaklaşımı / KH'da İDT

1.1 Hava, iklim ve iklim değişikliği

Hava durumu, dakikalardan saatlere veya günlere kadar kısa sürelerde yerel olarak meydana gelen atmosferik koşulları ifade etmektedir. Yağmur, kar, bulutlar, rüzgarlar, sel veya gök gürültülü fırtınalar bilinen hava olayları arasındadır. İklim ise mevsimler, yıllar veya on yıllar boyunca sıcaklık, nem ve yağış rejimlerinin uzun vadeli bölgesel ve hatta küresel ortalamasını ifade etmektedir.

İklim değişikliği, dünyanın yerel, bölgesel ve küresel iklimlerini tanımlamaya başlayan ortalama hava modellerinde uzun vadeli bir değişikliktir. Bu değişiklikler, terimle eşanlamlı olan çok çeşitli gözlenen etkilere sahiptir.

Sera gazları (GHG'ler), atmosferi daha sıcak hale getirerek dünyanın iklim sistemini kontrol eder. Sera gazları olmasaydı, dünya, dünyanın mevcut ortalama sıcaklığından yaklaşık 30 °C daha düşük, sürekli bir buzul çağında olurdu. Bu sera gazları dünya üzerinde bir örtü oluşturur, dünya yüzeyinden gelen ısıyı tutarlar. Bu ısı aslen güneşten görünür ışınlar şeklinde gelir ve dünya yüzeyinden kızılötesi radyasyon şeklinde yeniden yayılır. Aksi takdirde, bu ısı atmosferden geçecek ve uzaya kaybolacaktır. En etkiliden en az etkiliye doğru sıralanan sera gazları karbondioksit (CO₂), metan (CH₄), ozon (O₃), su buharıdır.



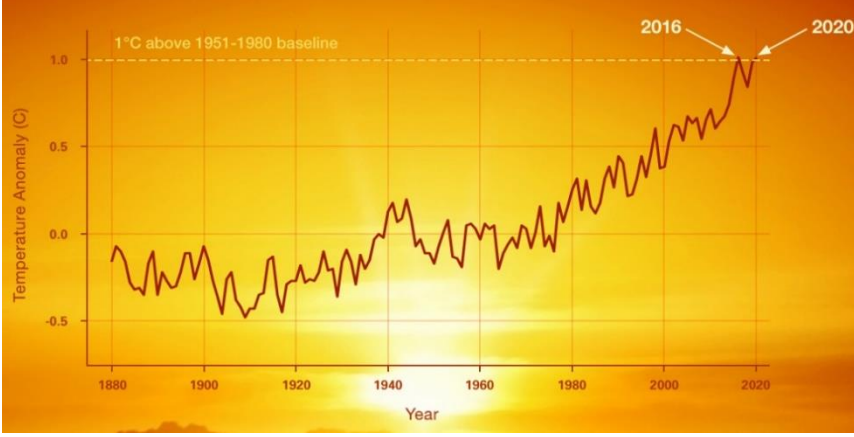
Şekil 1: Son birkaç on yılda karbondioksitin amansız yükselişi (Kaynak: <https://climate.nasa.gov>)

20. yüzyılın başlarından bu yana dünyanın ikliminde gözlemlenen değişiklikler, öncelikle insan faaliyetlerinden, özellikle de atmosferdeki ısıyı hapseden sera gazı seviyelerini artıran ve dünyanın ortalama yüzey sıcaklığını yükselten fosil yakıtların yakılmasından kaynaklanmaktadır. İnsan kaynaklı bu sıcaklık artışlarına genel olarak küresel ısınma denir. İç değişkenlikler (örneğin, El Nino, La Niña ve Pasifik Decadal salınım gibi döngüsel okyanus kalıpları) ve dış zorlamalar (örneğin, volkanik aktivite, güneşin enerji çıkışındaki değişiklikler, dünyanın yörüngesindeki değişiklikler) gibi doğal süreçler de iklim değişikliğine katkıda bulunabilir (Kaynak: <https://climate.nasa.gov>).

Sanayi öncesi dönemden bu yana, insan faaliyetlerinin dünyanın küresel ortalama sıcaklığını yaklaşık 1 santigrat derece artırdığı tahmin ediliyor; bu değer şu anda her on yılda 0.2 santigrat derece artıyor. İnsan etkisinin atmosferi, okyanusu ve toprağı ısıttığı kesindir (Kaynak: <https://climate.nasa.gov>).

Bilim adamları, geçmiş, şimdiki ve gelecekteki iklim değişikliğini izlemek ve incelemek için teorik modellerle birlikte yerden, havadan ve uzaydan gelen gözlemleri kullanmaktadırlar. İklim veri kayıtları, küresel kara ve okyanus sıcaklık artışları, yükselen deniz seviyeleri, dünyanın kutuplarında ve dağ buzullarındaki buz kaybı, kasırgalar, sıcak hava dalgaları, orman yangınları,

kuraklık, sel ve yağış gibi aşırı hava koşullarındaki sıklık ve şiddet değişiklikleri, ve bulut ve bitki örtüsü değişiklikleri iklim değişikliğini kanıtlayan temel göstergelerden sadece bazılarıdır.



Şekil 2: 1951-1980 ortalama sıcaklıklarına göre, küresel yüzey sıcaklığındaki değişim, 2020 ve 2016 yılları kaydedilen rekor en sıcak yıllar olarak dikkat çekiyor (Kaynak: [NASA's Goddard Institute for Space Studies, https://climate.nasa.gov](https://climate.nasa.gov))

1.2 KH'de iklim değişikliğinin tarımsal üretime etkisi

Tarımsal üretime uygunluk azalacaktır: Türkiye'de Karadeniz bölgesi hariç, sıcaklık ve evapotranspirasyondaki artışa bağlı olarak ilkbahar ve yaz yağışlarındaki azalmalar ayçiçeği, mısır, çeltik, fasulye, nohut, mercimek, şeker pancarı, pamuk, sebze ve meyveler gibi yazlık ürünlerin yanında yonca ve meraların verim ve ekiliş alanlarında düşüşlere yol açacaktır. Bu durum halihazırda baklagiller, yem bitkileri ve yağ bitkilerinde açığı olan ülkemizde üretim açığını daha da artıracaktır. İklim değişikliğinin 2050 yılına kadar Türkiye için stratejik öneme sahip bazı ürünlerin veriminde (buğdayda %8,18, arpada %2,24, mısırdan %9,11, pamukta %4,53 ve ayçiçeğinde %12,89) düşüşe neden olacağı tahmin edilmektedir (Dellal ve ark. 2011; Kadioğlu ve ark. 2017).

Su kaynakları azalacak, sulama suyu talebi ve su stresi artacaktır: İklim değişikliği nedeniyle ihtiyaç duyulan sulama suyu miktarı günümüze göre iki katına çıkabilir. Sulama ile bile çiçeklenme ve dane dolum döneminde bitkiler daha yüksek ve aşırı sıcaklıklara maruz kalacağından yaz bitkilerinin veriminde düşüş olması beklenmektedir. Sıcaklık artışlarının ve yağışların azalmasının yanı sıra ürün yetiştirme mevsiminin uzaması, don günlerinin azalması, ürün yetiştirme mevsiminde toprak su eksikliği, özellikle Karadeniz kıyı şeridinde sel olaylarının sıklık ve şiddetinin artması, bitkisel üretimi ve biyolojik çeşitliliği olumsuz yönde etkileyecektir (Kadioğlu et al. 2017; Konukcu 2019).

Mevsim kaymalardan kaynaklanan hasarlar: Kışa girişte veya erken ilkbaharda sıcaklıkların beklenenin üzerinde seyretmesi bitkilerin, özellikle meyvelerin, erken çiçek açmasına ve sonrasında yaşanacak don olayı ile verim ve kalite kaybına neden olacaktır. Soğuk kışların kontrol edememesi nedeniyle bazı hastalık ve zararlılar hayatta kalabilir, hatta her yıl daha fazla çoğalarak salgınlara neden olabilir. Sıcaklık ve nem koşulları değiştikçe, yeni hastalıklar ve zararlılar daha önce görülmemiş alanlarda hasara neden olabilir. Sıcaklığın artması, yağışların azalması, mevsimlerin kayması, atmosferde CO2 miktarının artmasıyla birlikte hastalık ve zararlıların artacağı, kültür bitkilerine göre daha rekabetçi olan yabancı ot popülasyonlarında artışlar yaşanacağı, bitkilerde meydana gelen morfolojik değişimler sonucu daha fazla kimyasal ilaç kullanma zorunluluğu doğacağı, bu ise ürün kalitesini olumsuz etkilediği gibi insan ve çevre sağlığını da olumsuz etkileyeceği belirtilmektedir (Amare, 2016).

Aşırı iklim olayları nedeniyle risk artacaktır: uzun süreli kuraklıklar yangın mevsimini uzatacak ve yangın riskini artıracaktır. Beklenmeyen şiddetli yağışlar ve artan nem, ürün

Ortak sınırlar. Ortak çözümler.

kalitesinin düşmesine, hatta bazen tamamen kaybolmasına, tane durgunluğuna ve toprak erozyonuna neden olacaktır. Aşırı sıcaklıklar ürün kalitesinde ve verimde düşüşe neden olurken, dolu yağışı büyük bir ekonomik kayba neden olabilir.

1.3 İklim değişikliği, gıda güvencesi ve zorluklar

Artan nüfusu beslemek için, yıllık dünya gıda üretiminin önümüzdeki otuz yılda yüzde 60 artması gerekmektedir (Bruinsma 2009). Bununla birlikte, sıcaklık artışları, yağış rejimindeki değişiklikler, daha şiddetli ve sık görülen aşırı iklim olayları, ekosistem hizmetleri ve biyolojik çeşitlilikte kayıp ile kendisini gösteren iklim değişikliğinin etkileri, özellikle yoksulluk, açlık ve yetersiz beslenmenin yaygın olduğu gelişmekte olan ülkelerdeki tarımsal üretim sistemlerini ve gıda sistemlerini baltalayacaktır (FAO 2013). Tarım sektörleri (bitkisel üretim, hayvancılık, ormancılık, balıkçılık ve su ürünleri yetiştiriciliği) de küresel sera gazı salınımına önemli bir katkıda bulunmaktadır. FAO tahminlerine göre, 2010 yılında tarım, ormancılık ve diğer arazi kullanımı sektöründen kaynaklanan salınım, toplam küresel salınımın doğrudan yüzde 22'sini oluşturmaktadır (FAO 2013). Bu nedenle, tarım ve gıda sistemleri gıda güvencesini garanti altına almak için iklim değişikliğine ve doğal kaynak baskılarına uyum sağlamalı ve iklim değişikliğinin azaltılmasına katkıda bulunmalıdır. Birbiriyle bağlantılı olan bu zorluklar, aynı anda ele alınmalıdır.

Bu nedenle, iklim değişimi sürecinde tarım sektörü iç içe geçmiş üç zorluğun aşmak zorundadır (FAO 2010):

- küresel gıda talebini karşılamak için tarımsal verimliliği sürdürülebilir şekilde artırmak;
- iklim değişiminin etkilerine uyum sağlamak; ve
- atmosferdeki sera gazı birikiminin azaltılmasına katkıda bulunmaktır.

Bu amaçları gerçekleştirmek için FAO, İklim Duyarlı Tarım (İDT) kavramını geliştirmiş ve desteklemiştir.

1.4 İklim Duyarlı Tarımın (İDT) Tanımı

FAO tarafından 2010 yılında Lahey Tarım, Gıda Güvenliği ve İklim Değişikliği Konferansı'nda tanımlandığı ve sunulduğu şekliyle İDT, sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşılmasına katkıda bulunmaktadır. Gıda güvencesi ve iklim zorluklarını ortaklaşa ele alarak sürdürülebilir kalkınmanın üç boyutunu (ekonomik, sosyal ve çevresel) bütünleştirmektedir. İDT' nin üç önemli sacayağı vardır (FAO, 2010):

- **Verimlilik/sürdürülebilirlik/gıda güvencesi:** İDT, çevre üzerinde olumsuz bir etki yaratmadan tarımsal üretkenliği ve bitkisel üretim, hayvancılık ve balıkçılıktan elde edilen gelirleri sürdürülebilir bir şekilde artırmayı amaçlar. Bu da gıda ve beslenme güvencesini artıracaktır. Verimliliği artırmayla ilgili anahtar kavram, sürdürülebilirlik üzerine yoğunlaşmaktır.
- **Adaptasyon:** İDT, çiftçilerin kısa vadeli risklere maruz kalmasını azaltmayı ve aynı zamanda şoklar ve uzun vadeli stresler karşısında uyum sağlama ve gelişme kapasitelerini geliştirerek dayanıklılıklarını güçlendirmeyi amaçlar. Ekosistemlerin çiftçilere ve diğerlerine sağladığı ekosistem hizmetlerinin korunmasına özel önem verilmektedir. Bu hizmetler, üretkenliği korumak ve iklim değişikliklerine uyum sağlama yeteneğimiz için gereklidir.
- **İklim değişimini önleme:** Mümkün olan her yerde ve her zaman İDT, sera gazı (GHG) salınımlarının azaltılmasına ve/veya ortadan kaldırılmasına yardımcı olmalıdır. Bu, ürettiğimiz her kalori veya kilo gıda, lif ve yakıt için emisyonları azalttığımız, tarımdan

kaynaklanan ormansızlaşmadan kaçındığımız ve toprakları ve ağaçları karbon yutağı olarak hareket etme ve atmosferdeki CO₂'yi absorbe etme potansiyellerini en üst düzeye çıkaracak şekilde yönettiğimiz anlamına gelir.

İklim duyarlı tarım, sürdürülebilir kalkınmayı desteklemek ve iklim değişikliği altında gıda güvenliğini sağlamak için tarımsal üretim sistemlerini ve gıda değer zincirlerini dönüştürmeye ve yeniden yönlendirmeye yarayan bir yaklaşımdır. Bu, her uygulamanın tüm bölgelerde, bu üç hedefin her biri için olumlu sonuçlar veren 'üçlü kazanç' ürettiği anlamına gelmez. Bunun yerine İDT yaklaşımı, karar vericiler yerel, ulusal ve küresel düzeyde iklim değişimi ile ilgili ele alınacak kısa ve uzun vadeli stratejiler hakkında kararlar verirken hedefleri göz önünde bulundurarak tavizleri azaltmayı ve sinerjiyi teşvik etmeyi amaçlar.

İDT, ekosistem ve sürdürülebilir arazi ve su yönetimi ve peyzaj analizi ilkelerini ve tarımsal üretim sistemlerinde ve gıda sistemlerinde kaynak ve enerji kullanımına ilişkin değerlendirmeleri kullanarak sürdürülebilir tarım yaklaşımları üzerine kuruludur. Bu, özellikle tarımsal büyümenin genellikle birinci öncelik olduğu gelişmekte olan ülkelerde önemlidir.

1.5 İDT kapsamında sürdürülebilir üretim

Her bir bitkinin üretimi için verimi sürdürülebilir şekilde artıracak ve üretimin zararlı çevresel etkilerini en aza indirebilecek çok sayıda iklim değişikliğine uyum ve azaltma seçeneği vardır. Bu seçenekler, baş edebilme ve uyum sağlama mekanizmalarına bağlı olarak, her çiftçi ailesi için farklılık göstermektedir. İklim değişikliğine uyum ve etkilerini hafifletme yöntemleri, direkt uyum faaliyetleri ile üretim risklerini ve emisyonları azaltma konusunda uygulamaları içerir. Bitkisel üretime özel iklime duyarlı yaklaşımlar şunları içerir:

- **Tarımsal ekosistemde çeşitliliğin artırılması** farklı zamansal ve mekansal ölçekte bitkilerin sayısını veya çeşitlerin sayısını artırma şeklinde olabilir;
- **Toprak ve arazi yönetiminin sürdürülebilir şekilde iyileştirilmesi** (örneğin, arazi kullanımı değişikliğinden kaynaklanan karbon depolama kaybını azaltmak için ekilen alanların ve otlakların genişlemesinin dikkatli bir şekilde kanalize edilmesi);
- **Enerji kullanım verimliliğini artırmak**; sürdürülebilir mekanizasyonu teşvik etmek (örneğin, çeşitli tarımsal ve özellikle toprak işleme faaliyetlerinden kaynaklanan sera gazı emisyonlarını azaltmak için uygun tarımsal yönetimle birlikte uygun makinelerin mevcudiyetini artırmak); ve
- Basit ve sağlam bilimsel araçlar geliştirmek; çiftçilerin karar verme süreçlerine mevsimlik ve uzun vadeli olarak rehberlik edecek basit ve güvenilir bilimsel araçlar geliştirmektir.

İDT kapsamında sürdürülebilir üretim konusuna ilişkin ayrıntılı bilgi Modül 3: Tarımda Sürdürülebilir Yönetimde verilmiştir.

1.6 İklim değişikliği etkilerine adaptasyon stratejileri

İklim değişikliğine uyum, uygun düzenlemeler ve değişiklikler yaparak iklim değişikliğinin olumsuz etkilerini azaltmak (veya olumlu olanlardan yararlanmak) için doğru önlemleri almayı gerektirir. Hükümetler arası İklim Değişikliği Paneli (IPCC 2007), adaptasyonu, zararı azaltan veya faydalı fırsatlardan yararlanan mevcut veya beklenen iklimsel uyarılara veya etkilere yanıt olarak doğal veya beşeri sistemlerde yapılan düzenlemeler olarak tanımlar. Aynı zamanda, meydana gelen iklim değişikliğine uyum sağlamak için insanlar, ülkeler ve toplumlar tarafından gerçekleştirilen eylemleri ifade eder. Uyumun üç olası hedefi vardır: zarar riskine maruz kalmayı azaltmak, kaçınılmaz zararlar başa çıkma kapasitesini geliştirmek ve yeni fırsatlardan yararlanmak (Akinngabe ve Irohibe 2014).

Ortak sınırlar. Ortak çözümler.

Karadeniz Havzasında iklim değışikliğı etkisine uyum için alınabilecek önlemler şu şekilde sıralanabilir:

- Bitki çeşidi/tür seçimi veya ıslahı
- Ürün çeşitlendirme
- Bitki deseninde değışiklik
- Ekim takviminde değışiklik
- Karışık ekim
- Su ve sulama yönetiminde iyileştirme
- Toprak, toprak suyu ve enerji koruma önlemlerinin uyarlanması

Bitki çeşidi/tür seçimi veya ıslahı:

İklim değışikliğinin olumsuz etkilerine karşı adaptasyon için en kolay yol, olumsuz iklim koşulları (sıcak hava dalgası, kuraklık), hastalık ve zararlılara dayanıklı tür ve çeşitleri seçmektir. Karadeniz Havzasında iklim değışikliğine bağılı olarak buğday verimini ve kalitesini düşüren aşırı yağış sonucu yatma, nemli koşullarda paslanma ve sıcak hava dalgası altında ısı stresi sık karşılaşılan sorunlardır. Mevcut tahıl çeşitleri arasında daha kısa saplı (yatmaya karşı dayanıklı), sıcak hava dalgasına ve hastalıklara dayanıklı çeşitler seçilebilir. Ancak seçilen dayanıklı yeni çeşitler her zaman öncekiler gibi yüksek verimi garanti etmeyebilir. Karadeniz Havzası için bir diğeri stratejik ürün olan ayçiçeğine gelince, kuraklığa ve yüksek ısıya dayanıklı ve özellikle erkenci çeşitlerin seçimi düşünülebilir.

Diğeri bir alternatif ise kuraklığa dayanıklı bitki türlerinin tercih edilmesidir. Örneğin buğday, kurakçıl çeltik veya mısra kıyasla çok daha az sulama suyuna ihtiyaç duyar. Yaz yağışlarının azalması ve artan sıcak hava dalgalarına karşı buğdayın mısra, kanolanın ayçiçeğine vb. tercihi gibi yaz bitkileri yerine kış bitkileri önerilebilir.

Yerel genetik kaynaklar ve bu alanda gelişen teknolojiler kullanılarak, aşırı iklim koşullarının (yüksek sıcaklık, kuraklık, don vb.) yanı sıra hastalık ve zararlılara dayanıklı çeşitler geliştirilmelidir. Bu konuda Tarımsal Araştırma Enstitüleri ve Üniversitelere özel görevler verilmelidir. Kamu-özel sektör işbirliği sağlanmalıdır.

Ürün çeşitliliğini artırmak:

Ürün çeşitliliğini artırmak iklim değışikliğinin akut hale gelmesi ve gelecekte daha da şiddetli olması beklenen aşırı sıcaklık, sık ve yoğun sel, siklon ve diğeri doğal afetler altında etkili bir uyum seçeneğı olabilir. Ürün çeşitliliğini artırmak doğal biyoçeşitliliğı koruyarak agroekosistemin tepki verme yeteneğini güçlendirmekte; çevre kirliliğini, toplam ürün kaybı riskini, hastalık zararlı ve yabancı ot sorunlarının görülme sıklığını azaltmakta; gıda tedarik fırsatlarını güvence altına almakta ve ayrıca üreticilere alternatif gelir elde etme yolları sağlamaktadır. Gıda güvencesi için daha iyi koşullar sağlamak ve çiftçilerin piyasada satılmak üzere fazla ürünleri yetiştirmelerine ve böylece aile bireylerinin refahı ile ilgili diğeri ihtiyaçları karşılamak için daha fazla gelir elde etmelerine olanak tanımaktadır. İklim değışiminden etkilenmiş alanlarda çiftçilerin entegre tarım sistemleri (ürün rotasyonu ve ara mahsuller dahil) ve iklime dayanıklı üretim teknikleri hakkında bilgi ve beceri kazanmaları gerekmektedir. Ürün çeşitliliğini artırma çok farklı şekilde ve ölçekte uygulanabilir ve çiftçilerin hem dayanıklılığı artıran hem de ekonomik fayda sağlayan bir strateji seçmesine olanak tanır.

Ürün çeşitliliğini artırmak, iklim değışiminin etkilerine karşı dayanıklılığı iki şekillerde artırabilir. Birincisi, iklim senaryolarında şiddetlenecek hastalık ve zararlı salgınlarını bastırmak

Ortak sınırlar. Ortak çözümler.

ve hastalık bulaşmasını azaltma kabiliyeti sağlayabilir. İkincisi, üretimini daha büyük iklim değişkenliği ve aşırı olayların etkilerine karşı tamponlayabilir. Bu tür faydalar, dayanıklılığı artırmak için ürün çeşitliliğinin benimsemenin bariz değerine işaret etmektedir ancak benimsemesi yavaş olmaktadır (Lakhran ve diğerleri, 2017).

Yüksek değerli ürünlere yönelik çeşitlendirme, orta ve uzun vadede mümkündür. Ürün çeşitliliği, hem sulanan hem de sulanmayan alanlarda yüksek öncelikli bir uyum önlemidir. Karadeniz Havzasında iklim değişikliği projeksiyonu göz önüne alındığında, kuraklığa ve sıcaklığa dayanıklı alternatif bakliyat, yem bitkileri ve yağ bitkileri ürün çeşitliliğine dahil edilmelidir.

Bitki deseninde değişiklik:

Tarımsal sistemler, yıldan yıla dönüşümlü olarak yetiştirilen daha az ürün türü ile giderek daha basit hale gelmektedir. Ancak çeşitli rotasyonlar, özellikle düşük yağış ve yüksek sıcaklıkların olduğu yıllarda, sürekli monokültür ile karşılaştırıldığında daha yüksek verim sağlamaktadır. İsveçli, Polonyalı ve İtalyan araştırmacılar bu durumu, güneyden kuzey Avrupa'ya uzanan uzun vadeli tarımsal deneylerinden toplanan tahıl verimi verilerini analiz ederek ortaya koymuşlardır. Ürün rotasyonlarının çeşitlendirilmesi, daha sıcak ve daha kurak bir iklime uyum sağlamak için ortaya çıkmaktadır. Ürün rotasyonu veya çeşitlendirme, toprak verimliliğinin artırılması, faydalı toprak mikroorganizmasının iyileştirilmesi ve yabancı ot, zararlı ve hastalık oluşumunun baskılanması yoluyla, olumsuz iklim koşullarından kaynaklanan verim kaybı risklerini azaltmak ve verimi sürdürmek için genel bir strateji olarak önerilmiştir. Ancak dünya çapındaki büyük üretim sistemlerindeki eğilim, tahılların giderek daha kısa rotasyonlarda ve hatta bazı yerlerde sürekli monokültürde yetiştirilmesidir. Birden fazla mahsul türünün yıldan yıla rotasyonla yetiştirilmesi, sürekli bir monokültüre kıyasla her zaman daha yüksek verim sağlamıştır. Kışlık ve yazlık ekilen tahıllarda rotasyonla ortalama verim kazancı sırasıyla 860 ve 390 kg/ha olmuştur. Kışlık hububatta, deneylerin başlangıcından bu yana 50-60 yıllık bir dönemde rotasyonun faydası 500 kg/ha'lık bir kazanıma ulaşmıştır. İklim değişikliği ile daha sık yaşanacağı tahmin edilen sıcak ve kurak yıllarda farklı rotasyonun faydası daha güçlü olmuştur (<https://www.slu.se/en/ew-news/2020/11/crop-rotation-a-promising-way-to-improve-food-security-under-a-changing-climate/>).

Karadeniz Havzasında, Trakya Bölgesinde uygulandığı gibi, ekim nöbetinde toprak örtücü bitki olarak yem bitkilerine (korunga, fiğ gibi) yer verilip, ayçiçeği ekiminden önce sürülerek toprağa karıştırılıp organik madde içeriği zenginleştirilebilir veya yem için hasat edilirse sonrasında ikinci ürün mısır ekilebilir.

Ekim takviminde değişiklik:

Ekim tarihleri yağıştan etkin bir şekilde yararlanmak, kuraklıktan ve hastalık/zararlılardan kurtulmak için dikkatlice ayarlanmalıdır. Trakya'da sarı cüce hastalığını önlemek için ekim zamanının Kasım ayına kaydırılması, yağışlardan en yüksek düzeyde faydalanmak için erken ilkbaharda ayçiçeğinin ekim zamanının iyi ayarlanması bu önlem için güzel örneklerdir.

Karışık ekim:

Karışık ekim, aynı tarlada birbirine yakın iki veya daha fazla mahsulün yetiştirilmesini içerir. Tipik olarak baklagillerin ve tahılların veya yumrulu bitkilerin bir karışımı olan karma ekim, ışık ve su gibi büyüme faktörlerinin tamamlayıcı kullanımı dahil olmak üzere marjinal agroekolojik ortamlarda hastalık ve zararlıları azaltma, toprak erozyonunu önleme, daha fazla toplam biyokütle üretimi, istikrar ve gıda güvenliği sağlama gibi çeşitli işlevleri yerine getiren yaygın bir uygulamadır. Ayrıca, karışımlar, yağışların geç veya erken başlaması veya toprakların verimliliğinin farklı olması gibi koşullarda esneklik sağlar. Karadeniz havzası ülkelerinde, meyve bahçesi ağaçları arasına gençken yıllık ürünler ekilebilir.

Su ve sulama yönetiminde iyileştirme:

Yenilenebilir tatlı su kaynaklarının %70'inden fazlası sulama amaçlı kullanılmaktadır. Sulama suyunda yaklaşık %15 tasarruf, evsel su ihtiyacına eşittir. Dünyadaki ortalama su kullanım verimliliği %40 ve Türkiye'de %35 olup, çok düşüktür. Su kullanım randımanı ve ekonomik değeri yüksek bitkilerin seçilmesi, kuraklık ve tuzluluk stresi çalışmalarına ağırlık verilmesi, su iletiminde yüksek verimli borulu sistemlerin ve sulama sistemleri (mümkünse damlama) tercih edilmesi kısıntılı sulama tekniğinin uygulanması ile verim her durumda %10-50 oranında artırılabilir.

Kısıntılı sulama, bir ürüne uygulanan sulama suyunun tam bitki su gereksinimlerini karşılamak için gerekenden daha az olması ve dolayısıyla evapotranspirasyonun (ET) maksimum ürün ET değerinden daha az olması durumudur. Bir bitki için, vejetatif büyümeyi azaltmak, meyve kalitesini ve değerini artırmak, olgunluğu teşvik etmek, hasadı kolaylaştırmak gibi istenen bitki tepkilerini yakalamak için sulama miktarı kasıtlı olarak azaltılmaktadır. Bununla birlikte, çoğu durumda, kısıntılı sulama, verim ve brüt gelirin azalmasına neden olur. Su dağıtımı veya uygulama kısıtlamaları veya sulama programlarındaki hatalar nedeniyle yetersiz sulama meydana gelebilir veya yetersiz veya pahalı su temini koşulları altında net geliri maksimize etmek kasıtlı bir yönetim uygulaması olabilir (Trout ve Martin, 2020).

Su kaynaklarının sınırlı veya pahalı olması durumunda, üretim hedefini birim alan başına maksimum verim ve brüt gelir yerine, su temini kısıtlamaları dahilinde ekonomik getirileri maksimize edecek verimleri tercih edebilir.

Su temini sınırlamaları uzun vadeli, öngörülebilir veya kısa vadeli, öngörülemez olabilir. Kısıtlı sulama yönetimi için planlama, mevcut seçenekleri belirler. Uzun vadeli sınırlamaların farkında olmak, üreticinin su kaynağına uygun arazi ve altyapı yatırımları yapmasına olanak tanır. Mevsimsel sınırlamalar bilindiğinde, tarlaların hazırlanması ve ekim için yıllık yatırım yapılmadan önce işletme maliyetleri beklenen su temini için ayarlanabilir. Yağış eksikliği, su kaynağının fazla tahmin edilmesi veya su dağıtım sistemlerinin arızalanması nedeniyle sezon boyunca beklenmeyen su temini kısıtlamaları meydana gelebilir. Beklenmeyen sezon içi tedarik kıtlığı, üretim maliyetlerini ayarlama yeteneğini sınırlar, ancak yine de, ekili alanları veya tarla bölümlerini terk ederek, kalan arazide sulama suyunu yoğunlaştırmak gibi, ürünler ve alanlar arasında su kaynağının yeniden dağılımına izin verir (Trout ve Martin 2020).

Rasyonel kısıntılı sulama yönetimi için bir bitkinin suya tepkisini bilmek gerekir. Bitki su üretim fonksiyonu, bitki verimi veya değeri ile kullanılan su miktarı arasındaki ilişkiyi tanımlar. Temel su üretim fonksiyonu, üretilen biyokütleyi bitki terlemesiyle ilişkilendirir. Bilimsel çalışmalar, bitki biyokütlesinin buharlaşan su miktarıyla neredeyse orantılı olarak arttığını göstermektedir. Su üretim fonksiyonu bitki ve çeşide, iklime, toprağa ve yönetim uygulamalarına göre değişir. Karadeniz Havzası ülkelerinde yetiştirilen başlıca bitkiler (veya alternatif bitkiler) için bitki su kullanım verimliliği ve değişken maliyet sonrası getiri, Karar Destek Sistemi-Üretim Sistemi Modeli kullanılarak simüle edilmiş verim temelinde değerlendirilebilir. En karlı ürünler, kıt ve tam sulama koşullarında belirlenmelidir. Kısıtlı sulama ile net geliri maksimize etmek için su üretim fonksiyonları ekonomik parametrelerle birlikte kullanılır. Kısıntılı sulama, sulama suyu kaynakları sınırlı veya pahalı olduğunda net geliri en üst düzeye çıkarabilir (Trout ve Martin 2020).

%15'e varan sulama suyu kayıplarının çoğu, düşük iletim kapasiteli açık kanallardan kaynaklanan sızma ve buharlaşma kayıplarından kaynaklanmaktadır. Bu kanalların en kısa zamanda su iletim kayıplarını en aza indiren borulu sisteme dönüştürülmesi gerekmektedir. Tasarruf edilen su başka sektörlerde de kullanılabilir veya fazladan tarım arazilerinin sulanabilir. Aksi takdirde su kayıpları, tuzlanma ve yeraltı suyu sorunlarına neden olmaya, toprakların verimliliğini düşürmeye, yeraltı ve yüzey sularını kirletmeye devam edecektir.

Ortak sınırlar. Ortak çözümler.

Öte yandan, uygulanan sulama yöntemi, kaybedilen su miktarı üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Farklı sulama yöntemlerine göre su kayıpları; yüzey sulamada % 20-70, yağmurlama sulamada % 20-35, merkezi pivot sulamada % 10-20 ve damla sulamada % 5-15'tir. Türkiye'de mevcut sulama sistemlerinin %82'si yüzey sulama, %16'sı yağmurlama sulama ve sadece %2'si damla sulamadır.

Geleneksel yüzey sulama sistemleri yerini yüksek verimli basınçlı sulama (damla ve yağmurlama) sistemlerine bırakırken, bu sistemlerin enerji gereksinimleri de dikkate alınmalı, sürdürülebilir enerji kaynakları olan rüzgar ve güneş enerjisi tercih edilmelidir.

Toprak, toprak suyu ve enerji koruma önlemlerinin uyarlanması:

İyi bir anız yönetimi ve malçlama teknikleri, toprak işlemez veya minimum toprak işlemeli tarım ve artan toprak organik maddesi, toprak suyu ve enerji koruma önlemleri arasındadır.

Bitki kalıntısı, saplar, yapraklar ve kökleri gibi bitki kısımları yanında taneler ve genellikle bitkiler hasat edildikten sonra tarlada kalan yabancı otlar olarak tanımlanır. Bitki kalıntısı, çiftçi için hayvan yemi olarak doğrudan parasal bir değere sahip olabileceği gibi, çevreye göre büyük ölçüde değişen toprak ve verim iyileştirme değerine de sahip olabilir. Ek olarak, bitki kalıntısını tarlada bırakma, işlemez veya minimum toprak işleme ve ürün rotasyonu ile birlikte korumalı tarımının (conservation agriculture, CA) bileşenlerinden biridir (Anderson ve Siddique, 2015); erozyon kontrolünde ve toprak organik karbonunun (SOC) artırılmasında öneme sahip olduğu varsayılır (Anderson ve Siddique 2015); toprak verimliliğinin artırılmasında ve sürdürülebilirliğinde ve dolayısıyla uzun vadede bitki veriminin artırılmasında ve sürdürülebilirliğinde büyük role sahiptir.

Teorik olarak, daha iyi bir kalıntı altında, toprağa giren suyun artırılması, malçlama ile buharlaşmanın azaltılması diğer sınırlayıcı faktörlerin yokluğunda organik madde geri dönüşünün artmasına ve böylece bitki veriminin artmasına neden olacaktır (Anderson ve Siddique, 2015; Schwilch et al. 2013). Hasattan sonraki nadas döneminde toprakta sınırlı miktarda düşen yağışın depolanması, bir sonraki ürünün erken aşamalarında toprağın tavını koruması, tohumun çimlenmesi ve çıkışı için çok önemli olabilir (Sommer et al. 2012).

Anız tutma özelliğine sahip toprak işlemez sistemlerin geleneksel toprak işlemeye kıyasla toprak organik maddesini artırdığına dair bilimsel kanıtlar (Loss ve ark. 2015) vardır. Topraktaki organik maddenin artması toprağın fiziksel özelliklerini iyileştirir ve yağmur suyunun toprağa sızmasını hızlandırır. Ayrıca toprakların su tutma kapasitesini artırarak kök bölgesinin altına su sızmasını engeller ve bu nedenle mahsuller sınırlı yağmur suyundan etkin bir şekilde faydalanır. Türkiye'deki iklim değişikliği tahmini, yağış karakteristiğinin değişeceğini, yani ardışık kurak günlerin sayısının artacağını ve bir seferde çok şiddetli yağışların meydana geleceğini gösteriyor. Bu koşullar altında toprak organik maddesinin artması, bu düzensiz yağıştan maksimum fayda sağlamakta ve toprak erozyonunu önemli ölçüde önlemektedir.

Kalıntının bitki verimini olumsuz etkilediğini gösteren araştırma sonuçları olmakla birlikte (Scott ve ark. 2010), genel olarak arttığı belirtilmektedir (Schwilch ve ark. 2013). Farooq ve ark. (2011), koruyucu tarımın (hem sıfır toprak işleme hem de kalıntı tutma dahil) ürün verimi üzerindeki etkisinin, özellikle daha düşük yağışlarda çoğunlukla olumlu olduğunu bulmuş, ancak koruyucu tarımda bitki veriminin geleneksel sistemlere göre düşük olmasından yabancı otlar ve hastalıklar sorumlu tutulmuştur.

Minimum toprak işleme ve doğrudan tekim uygulamaları, enerji tasarrufuna, dolayısıyla çevrenin korunmasına ve iklim değişikliğinin azaltılmasına da önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır.

Türkiye'nin Trakya bölgesinde yaklaşık son 10 yıldır 3.000 ha alanda buğday, arpa, fiğ veya bezelye hasadı yapıldıktan sonra, toprak suyunun muhafazası, organik maddenin artırılması, ekim maliyetinin azaltılması ve zamanın etkin kullanılması için yazlık silajlık mısırın ikinci ürün olarak doğrudan ekilmektedir. Yerli firmalar pnömatik direkt ekim makinası üretimine başlamıştır. Doğrudan mısır ekimi her geçen gün artarken, yakın gelecekte doğrudan ayçiçeği ekiminin yaygınlaşması beklenmektedir (Şekil 3).



Şekil 3: Trakya bölgesinde buğday hasadından sonra silajlık ikinci ürün olarak doğrudan yazlık mısır ekimi (Fotoğraflar Ekmen Tarım A.Ş. sahibi Ziraat Yüksek Mühendisi İrfan Ekmen'den alınmıştır)

1.7 İDT kapsamında tarım sektöründe rekabet gücünü artırmaya, sürdürülebilirliği sağlamaya ve iklim değişikliğini azaltmaya yönelik yaklaşımlar

Tarımla ilgili önceki araştırmalar sadece ekonomik etkilere odaklanmıştı ancak günümüzde tarımsal sistem performansı çok boyutlu olarak ele alınmakta olup, ekonomik, çevresel ve sosyal boyutları ve bu boyutlar arasındaki etkileşimi de dikkate almaktadır. Teknolojik gelişmeler, çevresel sürdürülebilirlik ve rekabet, geleneksel tarım yanında organik tarım ve iyi tarım uygulamaları, hassas tarım, iklim duyarlı tarım, dijital tarım, dikey tarım uygulamalarının ortaya çıkışına neden olmuştur.

OT ve İTU uygulamaları:

Organik tarım, insan sağlığını koruyan ve ekosistemin devamlılığını sağlayan bir üretim sistemi olarak ifade edilmektedir. Bu sistem, olumsuz etkileri olan girdilerin kullanımından ziyade ekolojik süreçlere, biyolojik çeşitliliğe ve yerel koşullara uyarlınmış döngülere dayanmaktadır. İyi tarım uygulamalarında kimyasal girdi uygulamaları söz konusu olsa da bu uygulamalar insan sağlığına ve çevreye zarar vermeyecek şekilde uygulanmaktadır. Dünyada çevre sorunlarının

Ortak sınırlar. Ortak çözümler.

önlenmesinde sürdürülebilir tarım sistemlerinin geliştirilmesi öncelikli hedef olarak görülmektedir. Organik ve iyi tarım uygulamaları çevresel sürdürülebilirlik yanında iklim değişimini önlemede katkı sağlamaktadır. Ülkemizde özellikle iyi tarım uygulamaları kısa süre içinde çok yaygın hale getirilebilir.

Hassas tarım:

Tarımsal üretim ve gelişen teknolojiyi bir araya getirerek daha düşük maliyet, değişken girdi kullanımı, maksimum gelir beklentisi ve çevreyi koruma ilkelerini hedefleyen, her açıdan yüksek verim elde etme amacına sahip, yenilikçi bir tarım türüdür. Gübre ve herbisit verimliliği/tasarrufu sağlamaktadır. Drone, GPS ve IoT gibi farklı teknolojilerden faydalanarak planlama, ekme, sulama, hasat süreçlerini minimum insan gücü ve minimum kaynak kullanımıyla sürdürebilmektedir ve böylece maksimum ürün verimliliği yaratmaktadır. Hassas tarımın Türkiye’de yaygın olarak kullanılması için tarımsal işletmelerin orta ve büyük işletmelere dönüştürülmesi ve çiftçilerin eğitim düzeylerinin artırılması gerekmektedir.

Dikey tarım:

Dikey katmanlarda ürün yetiştirme uygulamasıdır. Hidroponik, aquaponik ve aeroponik gibi topraksız tarım tekniklerini ve bitki yetiştirmeyi en uygun yapmayı hedefleyen kontrollü-ortam tarımını birleştirmektedir. Dikey tarım daha az birim arazi ihtiyacı ile birlikte daha çok ürün alınabilmektedir. Ayrıca, ürünler iç mekanda olduklarından aşırı veya beklenmedik hava olaylarında daha az kayba uğrar. Dikey tarım teknolojileri geleneksel çiftliklere kıyasla büyük başlangıç maliyetine sahiptirler. Enerji ihtiyacı fazladır. Güneş veya rüzgar enerjisi kullanılmaması durumunda geleneksel tarıma göre daha fazla çevreye zarar verir ve iklim değişikliğine neden olabilir.

Akıllı seralar:

Güneş, rüzgar ve jeotermal enerji kullanarak veya sanayi üretiminde açığa çıkan sıcak sular tam otomatize edilmiş hidroponik akıllı seraların ısıtılmasında kullanılabilir. Bu sayede iklim koşullarına bağlı kalmadan daha uzun dönem tarımsal üretim yapma fırsatı doğar.

Organik tarım ve iyi tarım uygulamaları, hassas tarım, iklime duyarlı tarım, dijital tarım, dikey tarım, akıllı seralar gibi uygulamalarının yaygınlaşması, Türkiye’nin tarımsal üretimde rekabet gücünün artırması, çevrenin korunması, iklim değişiminin olumsuz etkilerine karşı uyum ve iklim değişikliğinin önlenmesi gibi faydaları yanında, bu sistemlerle ilgili yeni sanayi kollarının gelişmesine, istihdamın artmasına, sürdürülebilir sosyoekonomik kalkınma ve gıda güvencesinin sağlanmasına da katkıda bulunabilir.

1.8 İklim Duyarlı Tarım uygulamasının kurumsal yönü

Kurumlar İDT’yi nasıl destekleyebilir?:

Kurumlar, çiftçileri, özellikle küçük toprak sahiplerini, İDT’nin uygulanmasında üç hayati alanda destekleyebilir (FAO 2013):

- **Teknik bilgi üretmek ve paylaşmak:** Nispeten kaynakları kısıtlı küçük ölçekli çiftçiler için, İDT’yi uygulamaya koymak bilgi ve destek gerektirmektedir. Çiftçiler, yenilikçi İDT uygulamalarının temelini oluşturan bilgilere daha kolay ve daha uygun maliyetli erişime ihtiyaç duymaktadır. Bilgi üreten, paylaşan ve insanların bu bilgileri eyleme dönüştürmesine yardımcı olan kurumlar esastır.
- **Finansal hizmetler, kredi ve piyasalara erişim sağlamak:** İDT’nin benimsenmesiyle elde edilen faydaların fark edilmesi genellikle zaman alır. Bu arada, çiftçiler işçilik, arazi ve nakit olarak maliyetleri karşılamak zorundadır. Sonuç olarak, krediye ve piyasalara erişimi olmayan yoksul çiftçiler bu teknikleri benimseyememektedir. Bu nedenle,

Ortak sınırlar. Ortak çözümler.

tarımsal piyasaları, finansman mekanizmalarını ve sigorta ihtiyaçlarını desteklemek için kurumları güçlendirmek, İDT'nin başarısı için kritik öneme sahiptir.

- **Eylem için işbirliklerini desteklemek:** İşbirlikleri, ortak ormanları ve meraları yönetmek ve işlem maliyetlerini düşürmek için kritik öneme sahiptir. Birçok İDT faaliyeti, ancak insanlar birlikte çalışırsa (örneğin, su veya mera yönetiminin iyileştirilmesi) uygulanabilir ve uygun maliyetlidir. Grupların verimli ve etkin bir şekilde çalışmasını sağlayan kurumsal düzenlemelere ihtiyaç duyulmaktadır. Daha büyük ölçekte, kuruluşlar ve sektörler arasında (örneğin ağlar ve bilgi paylaşım platformları aracılığıyla) koordinasyonu kolaylaştırmak için kurumsal düzenlemelere de ihtiyaç vardır.

İDT girişimleri için kilit kurumlar:

Tarımsal uygulamalarda, teknolojilerde veya politikalarda başarılı değişiklikler, farklı bilgi türlerine sahip, üreten veya tüketen tüm paydaşlar arasında diyalog ve işbirliği teşvik edildiğinde mümkündür. Etkili girişimler, araştırmacıların, ilgili paydaşların, özel sektör aktörlerinin ve politika yapımcıların çözmeyi amaçladıkları sorunları ortaklaşa tanımlamalarına olanak tanır (FAO 2013).

Değişen iklim koşullarında, iki tür tavsiyeye ihtiyaç vardır: birincisi, çiftçilik ve geçim sistemlerini uyarlamaya yardımcı olmak için mevcut seçenekler (örneğin teknoloji ve pazar) hakkında bilgi; ikincisi ise, hava tahminleri, mevsimsel tahminler ve uzun vadeli iklim eğilimleri şeklinde iklimin kendisi hakkında bilgilerdir. Kuraklık, sel vb. afetlerde çözüm bulmak yerine erken uyarı ve erken müdahale girişimleri tercih edilmelidir (FAO 2013).

Kamu kurumlarının, sivil toplumun, sivil toplum kuruluşlarının, üniversitelerin ve araştırma kurumlarının, medyanın, özel sektörün, bireysel çiftçilerin, üretici kooperatiflerinin, ulusal ve uluslararası tarım işletmelerinin, ticari danışmanların, bankaların, kredi ve tasarruf kuruluşlarının, karbon kredisi alıcılarının hizmet sağlayıcı veya paydaş olarak rolleri ve sorumlulukları tanımlanmalıdır.

Kurumsal aktörler arasında etkileşimin ve iletişimin kolaylaştırması için elverişli bir ortamın ve sinerjinin yaratılması gerekir. Bu 'kurumsal etkileşim' sadece aynı örgütsel düzeyde yer alan 'yatay' olmamalı, aynı zamanda geleneksel düzeyler ve hiyerarşiler arasındaki perspektifleri birleştirerek kurumları 'dikey olarak' bütünleştirmelidir (FAO 2013).

İDT girişimleri, ilgili kurumsal etkileşim nedeniyle, bilgi alışverişini ve ortaklık kurmayı desteklemek için güvenilir ağlara ihtiyaç duymaktadır. Eşitlik sorunları ve kültürel hususlar da dikkate alınmalıdır.

Kaynaklar

Akinagbe .M and Irohibe I. J (2014). Agricultural adaptation strategies to climate change impacts in Africa: a review. Bangladesh J. Agril. Res. 39(3): 407-418.

Amare, T. (2016). Review on Impact of Climate Change on Weed and Their Management. American Journal of Biological and Environmental Statistics. Vol. 2, No. 3, pp. 21-27. doi: 10.11648/j.ajbes.20160203.12.

Anderson, W.K and Siddique K.H.M (2015). The role and value of crop residues in dryland agriculture. Indian Journal of Agronomy 60 (3): 332-340.

Bruinsma, J. 2009. The resource outlook to 2050. Expert Meeting on How to Feed the World in 2050. FAO, Rome.



Project funded by
EUROPEAN UNION



Dellal, I., McCarl, B.A., Butt, T. (2011). The Economic Assessment of Climate Change on Turkish Agriculture, *Journal of Environmental Protection and Ecology*, Vol: 12, No: 1, 376-385.

Farooq, M. and Siddique, K.H.M. (2015). Conservation Agriculture: Concepts, brief history, and impacts on agricultural systems. (In) *Conservation Agriculture*, Farooq, M., Siddique, K.H.M. (Eds.), p. 3-17, Springer International Publishing Switzerland.

FAO. 2010. "Climate-smart" agriculture: policies, practices and financing for food security, adaptation and mitigation. Rome.

FAO. (2013). *Climate Smart Agriculture Sourcebook*. Rome.
<https://www.fao.org/climatechange/37491-0c425f2caa2f5e6f3b9162d39c8507fa3.pdf>. f

Intergovernmental Panel on Climate Change. (2014). *Climate change 2014: impacts, adaptation and vulnerability. Contribution of working group II to the fifth assessment report of the Intergovernmental Panel on Climate Change*. Cambridge, United Kingdom and New York, NY, USA: Cambridge University Press.

Kadioglu, M., Unal, Y, Ilhan, A. and Yuruk, C. (2017). Türkiye’de İklim Değişikliği ve Tarımda Sürdürülebilirlik. Türkiye Gıda ve İçecek Sanayii Dernekler Federasyonu Yayını.
<https://www.tgdf.org.tr/wp-content/uploads/2017/10/iklim-degisikligi-rapor-elma.compressed.pdf>.

Konukcu, F., Albut, S. Ve Altürk A. (2019). TR21 Trakya Bölgesinde İklim Değişikliğinin Etkileri ve Uyum Stratejileri. Namık Kemal Üniversitesi Yayınları No: 2.08-027-0030/A-I, 46-60.

Lakhran, H., Kumar, S., and Bajiya, R., (2017). Crop Diversification: An Option for Climate Change Resilience. *Trends in Biosciences* 10(2), 516-518, 2017.

Lal, R. (2010). A dual response of conservation agriculture to climate change: reducing CO2 emissions and improving the soil carbon sink. (In) *Proceedings of the European Congress on Conservation Agriculture-Towards Agro-environmental Climate and Energetic Sustainability*, Madrid, Spain, 4-7 October 2010. pp. 3-18.

Loss, S., Haddad, A., Khalil, Y., Alrijabo, A., Feindel, D. and Piggin, C. (2015). Evolution and adaptation of conservation agriculture in the Middle East. (In) Farooq, M., Siddique, K. H.M. (Eds.) *Conservation Agriculture*. Springer International Publishing Switzerland. pp. 197-224.

Schwilch, G., Laouina, A., Chaker, M., Machouri, N., Sfa, M. And Stroosnijder, L. (2013). Challenging conservation agriculture on marginal slopes in Sehoul, Morocco. *Renewable Agriculture and Food Systems*: available at <http://journals.cambridge.org/action/displayAbstract?fromPage=online&aid=9095422>.

Sommer, R., Piggin, C., Haddad, A., Hajdibo, P., Hayek, P. And Khalil, Y. (2012). Simulating the effects of zero tillage and crop residue retention on water relations and yield of wheat under rainfed semiarid Mediterranean conditions. *Field Crops Research* 132: 40-52.

Trout T.J, and Martin D.L. (2020). Deficit irrigation Strategies for the Western U.S. *American Society of Agricultural and Biological Engineers*. 63(6): 1813-1825.

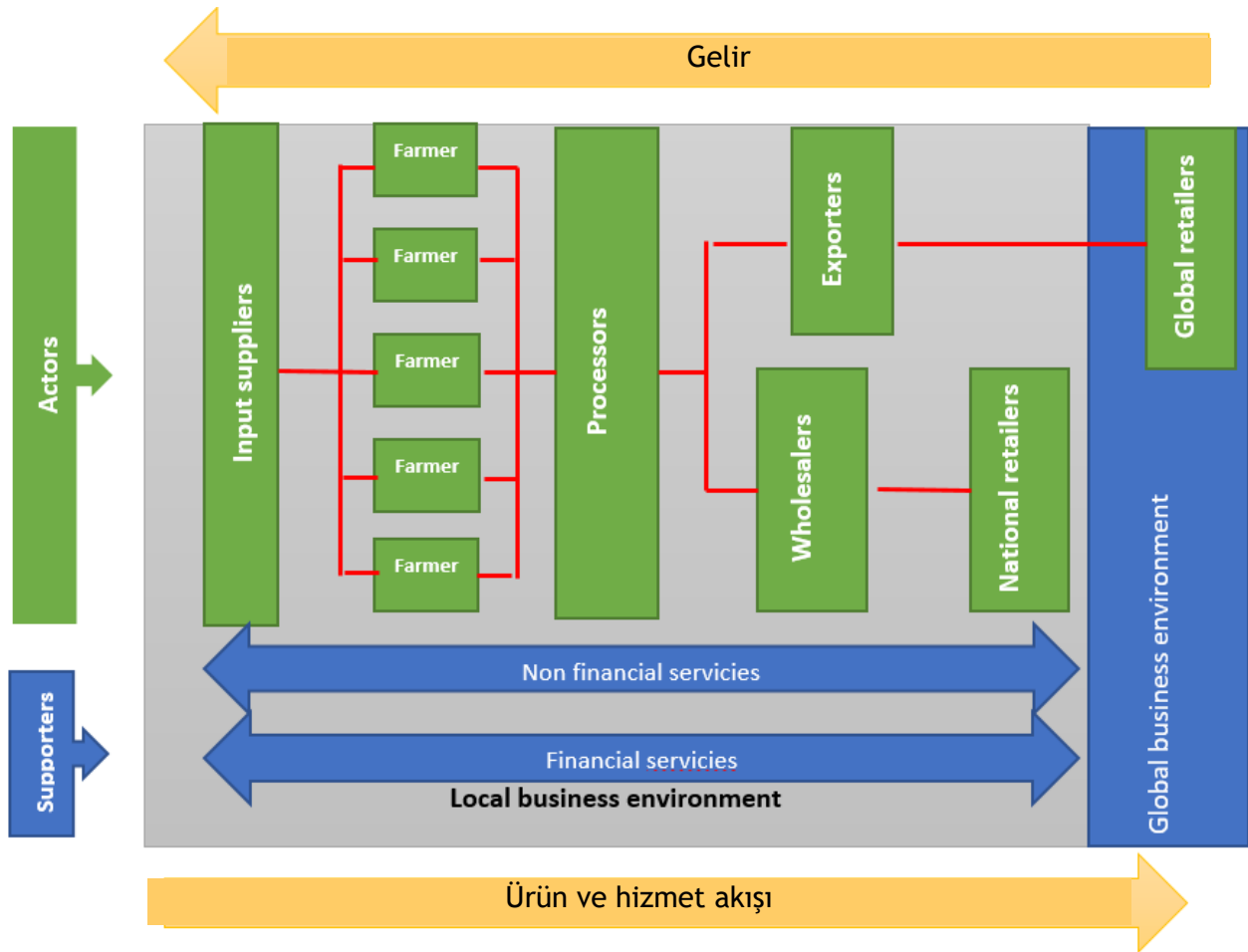


Modül 2: İklimle dayanıklı tarımsal gıda değer zincirleri

2.1 Değer zinciri kavramının özü ve temel parametreleri.

Değer zincirleri kavramının oluşumu ve hayata geçmesi, bir taraftan pazarın küreselleşmesinin, diğer taraftan da mümkün olan en düşük maliyetle en fazla değeri sunmak için iş verimliliğini artırma ihtiyacının bir sonucuydu.

Değer zinciri yaklaşımı, ilk olarak 1985 yılında Michael Porter tarafından kullanılmış olup, rekabet gücünün artırılmasına ve özellikle yüksek performans sonuçlarının elde edilmesine ve bunların sürdürülebilirliğinin sağlanmasına hizmet etmektedir. Bu yaklaşımın temel önermesi, bir ürün veya hizmetin oluşturulmasında, malzemelerin ilk kabulünden ve aradaki her şey dahil olmak üzere pazara teslimine kadar tüm iş faaliyetleri zincirini entegre etmektir.



2.2 Değer Zinciri yapıları (aşamalar/ortaklar) oluşturma prensipleri

Herhangi bir değer zincirinin yapısı, bazıları doğrudan bir ürün veya hizmet sunma işlevini yerine getiren ve "oyuncular" olarak adlandırılan birbirine bağlı oyuncuların oluşurken, diğerleri genel verimliliği etkileyen destekleyici bir işleve sahiptir ve "destek hizmeti sağlayıcıları" olarak adlandırılır.

Değer zinciri çalışması, bir ürün veya hizmet için değer yaratılması ve bu değer farklı aşamalarda artmasıyla sonuçlanan operasyonlar dizisinin incelenmesini içerir. Değer büyümesi, bu ürünün/hizmetin hazırlanmasında belirli bir safhaların katkısını ifade eder ve gelir ile gider

Ortak sınırlar. Ortak çözümler.

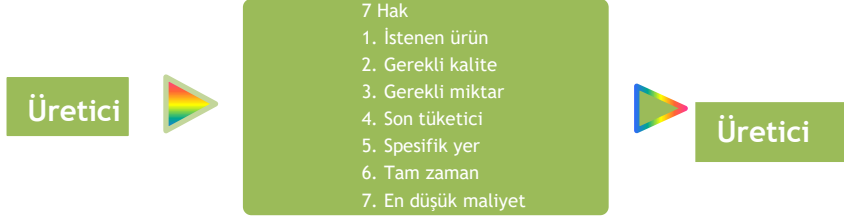
arasındaki farklılığı temsil eder. Unutulmamalıdır ki bu değer bir anda oluşmaz ve üretimin tüm aşamalarından geçtikten sonra elde edeceği birikmiş değeri temsil eder.

Bir değer zinciri yaklaşımını anlamak için, pazar sistemini bir bütün olarak incelemek, özellikle (ürün tedarikçileri ile başlayıp son kullanıcılar ile sona eren) bu sistemde ne tür oyuncuların temsil edildiğini, ne tür destekleyici kuruluşların faaliyet gösterdiğini (teknik, finansal ve diğer hizmetler), ve belirli segmentler etrafında genel iş ortamı (siyasi, sosyal, ekonomik, yasal vb.) tespit etmek gerekir.

Değer zincirlerinin rekabet gücünü belirleyen etkenler:

- **Nihai pazara odaklanma.** Belirli bir endüstrinin ne kadar kârlı olacağını ve ne kadar gelişebileceğini, ürün kalitesi için hangi gerekliliklere sahip olduğunu belirleyen nihai pazardır. Tipik olarak, bir değer zincirinin birkaç nihai pazarı olabilir ve talebi daha iyi karşılamak için pazarı segmentlere ayırmak önemlidir. Nihai pazarlar sürekli değiştiğinden, bunlarla ilgili bilgiler sürekli olarak güncellenmelidir;
- **Büyük oyuncular.** Değer zincirindeki kilit oyuncular, bu zincirin temelidir ve onun rekabet gücünü belirler. Önemli olan miktarları, finansal güçleri, üretim potansiyelleri ve nitelikleri ile birlikte coğrafi uzaklıkları ve muhtemelen değer zincirinin genelinin işlevini yerine getirebilmesini etkileyebilecek diğer ek özelliklerdir;
- **Değer zinciri yönetimi prensipleri.** Değer zinciri yönetimi prensipleri, belirli bir değer zincirinin faaliyet gösterdiği standartları ve zincirdeki oyuncular arasındaki ilişkilerin ne olduğunu belirler. Gücün ve kârın oyuncular arasında dağıtılması da bu prensibin ayrılmaz bir parçasıdır. Bir değer zinciri yönetimi modeli, bölgesel standartlara göre faaliyet gösteren bir değer zincirinin küresel pazara entegre edilmesinin mümkün olup olmadığını belirleyebilir;
- **Oyuncular arasındaki bağlantı.** Değer zincirlerinde yönetim prensibi, oyuncuları arasında koordineli eylemlere ihtiyaç duyulmasına yol açar. Bu sebeple, değer zincirindeki ilişkinin kalitesi büyük önem taşır ve karşılıklı yarar sağlayan ilişkilerin varlığını ima eden güvene ve işbirliği isteğine bağlıdır. Bu sebeple değer zinciri yaklaşımı, sadece belli üretim veya pazarlama problemlerini çözmeyi değil, aynı zamanda birlikte çalışmak, yeni koşullara uyum sağlamak ve rekabet gücünü sürdürmek üzere değer zincirinde yer alan oyuncuların ilişkilerini dönüştürmeyi de amaçlamaktadır;
- **İş çevresi.** Değer zincirleri, hem katılımcılarını hem de yapılarını etkileyen belli bir ortamda oluşturulur ve çalışır. İş ortamı yasal, ekonomik, politik, sosyal ve kültürel norm ve kuralların yanı sıra yol altyapısı ve benzeri gibi diğer yönleri de içermektedir. İş ortamının elverişsiz olması ve bunun düzeltilmemesi durumunda, tüm değer zincirinin tasfiye edilmesine ihtiyaç duyulabileceğine dikkat edilmelidir;
- **Destek hizmetleri.** Destek hizmetleri, daha önce de belirtildiği üzere finansal ve finansal olmayan hizmetlerden oluşur ve hem değer zincirinin hem de katılımcılarının güçlendirilmesinde büyük rol oynar. Bunlar resmi veya gayri resmi şirketler, hükümet temsilcileri, finans kurumları, araştırma enstitüleri, medya temsilcileri, bireyler ve benzeri olabilir.

2.3 Değer zinciri türleri ve bileşimleri

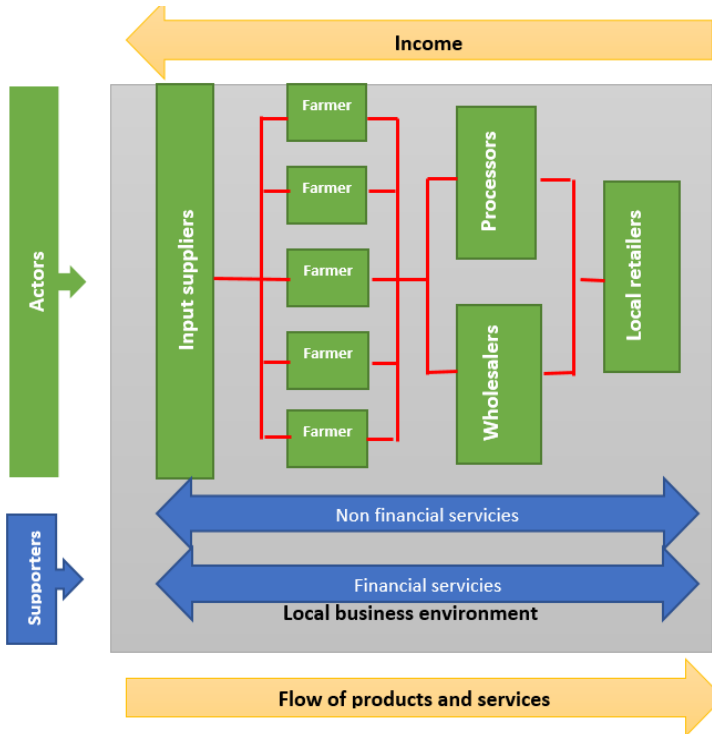


Belirli bir ürün için değer zinciri yapısı, ürünü belirli hedef pazarlara ulaştırmak için mevcut olan lojistik yeterliliklere bağlıdır ve göz önünde bulundurulması ve karşılanması gereken temel gereksinimleri de dikkate almalıdır. Lojistik, ürünü üreticiden müşteriye verimli bir şekilde teslim etme görevini belirler ve aşağıdaki tabloda açıklanan yedi görevi dikkate alır:

Değer zinciri yaklaşımı, bu görevlerin listesini genişletir ve halihazırda ürün planlama ile verimli ve uygun maliyetli üretim aşamalarını içerir.

Bu sebeple, aynı ürünün değer zincirleri satılmak istenen pazarlara göre değişiklik gösterebilir.

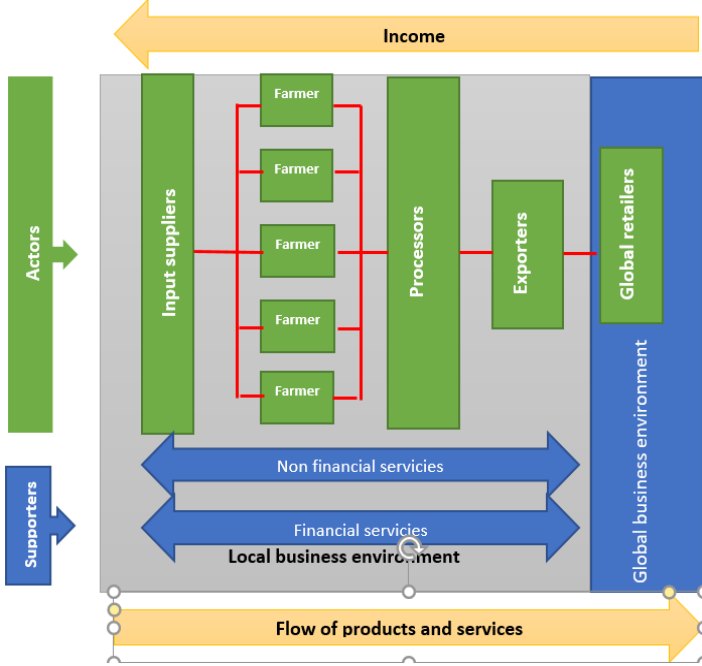
Yerel pazarlara ürün tedarik etmek için değer zinciri, o pazarın gereksinimlerini dikkate alarak aşağıdaki yapıya sahip olabilir.



Örneğin, gelişmekte olan ülkelerin iç pazarlarında ürün sertifikasyonu gerekmeyebilir ve ilgili Gıda Güvenliği veya Bitki Sağlığı Denetimi tarafından sağlanan belgeler yeterli olabilir. Bu sebeple, iç pazarlar için oluşturulan değer zinciri, ilgili kurumların uygunluk belgeleri gibi finansal olmayan hizmetlerin sağlanmasını içermelidir.

Uluslararası pazarlar için değer zincirleri, yerel pazarlardan farklı olarak, hem yerel iş ortamını hem de onun gerekliliklerini ve ayrıca ürünün teslim edilmesi planlanan ülkenin gerekliliklerini dikkate almalıdır. Bu sebeple, hedef pazarda farklı düzenlemeler varsa (örneğin, belirli bir belgenin gerekliliği, paketleme,

etiketleme, nakliye vb.), değer zinciri, bu gerekliliğin karşılanmasını sağlayan finansal olmayan hizmetlerin sağlanmasını içermelidir.



Kırsal nüfusun ve çiftçilerin yaşam standardı, bugün çiftçilere yeni fırsatlar sunan İklim Deyarlı Tarım da dahil olmak üzere tarımsal değır zincirlerinin etkin işleyişıyle doğrudan ilişkilidir. Geleneksel değır zincirleri zaten bir dereceye kadar yerleşik bir yapıya sahipse, bunlardan ikincisi, potansiyel katılımcılarının perspektifleri analiz etmek ve bu perspektifleri yeni yapı geliştirmek için kullanmak için stratejik planlama becerileri geliştirmesini gerektirir.

İklim Deyarlı Tarımda değır zincirleri oluştururken hangi hususlar dikkate alınmalıdır?

Dikkate alınması gereken hususlar:

- **Nihai pazar düzeyinde:** Pazar araştırmasının analizine dayanarak, son pazarlar önceliklendirilecek, ürün kalitesi, hacim ve tedarik açısından belirli pazarlar için gereksinimler;
- **Oyuncu düzeyinde:** İlk adım, pazar talebini karşılamak için ne tür ve kaç oyuncuya ihtiyaç duyulduğunu, niceliksel ve niteliksel talebi karşılamamanın ne ölçüde mümkün olduğunu, oyuncuların talebi karşılamak için hangi potansiyele sahip olduğunu ve değır zincirinin tüm aşamalarında ele alınması/ortadan kaldırılması gereken boşlukların neler olduğunu belirlemektir. Planlanan değır zincirinin hayata geçirilmesinden potansiyel olarak en fazla fayda sağlayacak ve motivasyonu en yüksek olan kilit oyuncuların belirlenmesi de bu aşamada önemlidir;
- **Değır Zinciri Yönetimi Prensibi düzeyinde:** Değır zinciri yönetimi Prensiplerinin oluşturulması sürecinde, ürün/hizmet için nihai pazar gereksinimlerinin dikkate alınması esastır. Bu gereklilikler hem niteliksel hem de niceliksel yönler için geçerli olabilir. Gereksinimler, değır zincirinin tüm aşamaları için formüle edilmeli, spesifik ve doğrulanabilir olmalıdır. Yönetim prensibi, değır zincirinin tüm aşamaları için talep üzerine kontrol mekanizmalarını da içermelidir;
- **Oyuncular arasındaki ara bağlantı düzeyinde:** Oyuncular arasında bağlantının kurulması tercihen sözleşmeye dayalıdır. Ancak, (gelişmekte olan ülkelerde genellikle tarım sektörünün çoğunluğunu oluşturan) küçük çiftçiler düzeyinde bu, uygulanamaz hale gelebilir. Alternatif olarak, tüm oyuncular tarafından kolayca erişilebilir olacak ve değır zincirinin tüm aşamalarında karşılanması gereken gereksinimlerin bir listesini yansıtacak olan değır zincirine katılım kuralları geliştirilebilir.

- **İş ortamı düzeyinde:** İş ortamını analiz etmek, herhangi bir işe başlayıp başlamamaya karar verme aşamasında en önemli sorunlardan biridir. Tarımsal işletme söz konusu olduğunda, yasal, politik ve sosyal konuların yanı sıra, tarım ürünleri için olmazsa olmaz olan doğal çevre-toprak ve iklim şartları dikkate alınmalı. Unutulmamalıdır ki, iş ortamında tek bir olumsuz ortam olsa bile, bir bütün olarak değer zinciri aşılamaz bir risk altında olabilir;
- **Destek hizmeti düzeyinde:** Destek hizmeti analizi, değer zincirinin bireysel safhaları ve tüm döngü için hangi dış yardımın mevcut olacağını belirlemeye imkân tanır. Ayrıca unutulmamalıdır ki, destek uygulanabilir ve etkin bir şekilde kullanılırsa, değer zinciri boyunca maliyetleri azaltmak mümkün olacaktır, ancak böyle bir desteğin olmaması, bir değer zinciri oluşumunun durdurulması için bir ön şart olamaz.
- **Kârlılık tahmini:** Kârlılık tahmini, hem bir bütün olarak değer zinciri hem de bireysel aşamaları için yapılması gereken ayrıntılı bir finansal tahmine dayanmalıdır. Dahil olan oyuncuların motivasyonunun bir göstergesidir. Ayrıca, tüm aktörlerin değer zincirine katılmakla ilgilenmesini sağlamak için, finansal analiz sonuçlarının oyuncular arasında kâr dağıtımını açısından değer zinciri yönetimi prensiplerine uyumlu bir şekilde entegre edilmesi gerektiği de unutulmamalıdır.

2.4 Değer Zincirlerinin etkinliğini değerlendirme prensipleri (aşamalar, hacimler ve kârlılık, SWOT analizi)

Değer zinciri analizinin ana hedefleri aşağıdaki konuları açıklığa kavuşturaktır:

- Değer zincirinin kilit oyuncular arasındaki ilişkiler ve bunların bu değer zinciri tarafından sağlanan ekonomik ve sosyal kârla ilişkisi;
- Motivasyon;
- Karar alma.

Bunu yapmak için, mevcut değer zincirini dikkatlice incelememiz veya yeni bir değer zinciri planlamamız ve süreçte aşağıdaki adımları dikkate almamız gerekir:

- Eylem sırasını çalışın ve karar noktalarını işaretleyin;
- Bu faaliyetleri yürüten katılımcıları çalışın;
- Her eylem için girdi ve çıktı verilerini (maliyetler, kaynaklar, gelirler, vb.) çalışın;
- Değer zincirine giriş ve çıkış kriterlerini tanımlayın (minimum üretim hacmi, standart gereklilikleri karşılama yeteneği, uygunluk kuralları vb.);
- Farklı aktörlerin birbirleriyle nasıl ilişki kurduğunu çalışın;
- Süreç boyunca bilgi akışlarını çalışın;
- Değer zinciri ile ilgili kural ve düzenlemeleri öğrenin;
- Değer zincirindeki süreçlerin nicel göstergelerini (adım sayısı, her adım için gereken süre ve finansal göstergeler) çalışın.

Değer zinciri analizi için farklı yöntemler vardır ve bunların çoğu yüksek nitelikli uzmanların ve hatta özel bir şirketin katılımını gerektirir, ancak kendi çabalarıyla ve küçük maliyetlerle hızlı bir analiz yapmak da mümkündür. Bu yöntem aşağıdaki eylemleri içermektedir:

- Değer zincirinin tüm adımlarında birkaç paydaşın sorgulanması;
- Değer zincirinin farklı adımlarındaki katılımcılar için grup toplantıları düzenlemek.

Bireysel araştırmalar ve grup toplantıları sırasında, değer zincirindeki bireysel bağlantıların ekonomik ve zaman maliyetleri, katılımcılar arasındaki ilişkiler, değer zincirine katılım için normlar ve kuralları vb. hakkında bilgi toplanmalıdır. Araştırmadan sonra, değer zinciri şematik olarak veya bir diyagram olarak sunulur ve bunun üzerinde hem girdi hem de çıktı nicel verileri

ile zaman maliyetleri ve ilişkileri belirtilir. Bu, tüm paydaşların mevcut durumu anlamasını kolaylaştırır.

Ayrıca çalışmadan elde edilen sonuçların yansıtılacağı tüm değer zincirinin SWOT analizi hazırlanmalıdır. Paydaş araştırmasının, bireysel araştırma sonuçlarının analizinden sonra yapılması ve onlara bireysel araştırmalar sırasında belirlenen sürecin kritik noktalarını/adımlarını tartışma fırsatı verilmesi arzu edilir.

Değer zinciri katılımcılarının araştırması sırasında, yanıtlayanlar arasında rakiplerinizin (örneğin, aynı ürünü üreten farklı çiftçiler) veya farklı aşamalarda karşıt katılımcıların (hammadde tedarikçileri ve işleyiciler) olabileceğini ve dolayısıyla da sağlanan bilgilerin birbiriyle ilişkili olmayabileceğini ve hatta birbiriyle çelişebileceğini unutmamalıyız. Bu tür durumların varlığı doğrudan değer zincirindeki aşağı ilişkilere işaret etmekte ve ayrı bir çalışma ve analiz gerektirmektedir.

2.5 Sonuçların ölçülmesi ve ince ayar.

Analiz sonucunda elde edilen bilgilere dayanarak, finansal ve zaman maliyeti en yüksek olan adımların, net bir şekilde kurulmuş ilişkilerin olmadığı ilişkilerin öne çıkarılması ve bu aşamaların ayrı ayrı tartışılması ve analiz edilmesi gerekir. Böylece, finansal maliyetlerin nasıl ve ne ölçüde azaltılabileceği (teknolojik yeniden donatım, süreç yönetimindeki değişiklikler vb.); Tüketilen zamanı azaltmak nasıl mümkün olabileceği, ne derece mümkün olduğu ve maliyeti (süreç dizisindeki değişiklik, sorumlulukların yeniden paylaşımı, teknolojik yeniden donatım vb.) ve araştırma sonuçlarına göre bu ilişkilerin net bir şekilde tanımlanmamış olduğu ya da ihtiyaçlara uygun olmadığı yerlerde ne tür ilişkiler kurulabileceği belirlenebilir.

Değer zincirinin analizinden elde edilen bilgiler, değer zincirinin hangi adımında işin bir bütün olarak gelişmesini engelleyen bir boşluk olduğunu ve hangi adımların yeniden gözden geçirilmesi ve iyileştirilmesi gerektiğini değerlendirmemize imkan sağlar. Değer zincirini yeniden organize etmek gerektiğinde, danışman şunları daima akılda tutmalıdır:

- Değişiklikler veya teklifler herkes tarafından anlaşılır ve kabul edilebilir olmalıdır;
- Tüm katılımcıların değer zincirine katılmak konusunda finansal bir çıkarı olmalıdır;
- Katılımcılara yüklenen yükümlülükler yürütülebilir nitelikte olmalıdır.

Bu prensip ve yaklaşımları kullanarak bir değer zinciri analizi yapmak, paydaşların verimliliği korumak veya iyileştirmek için periyodik olarak ve düşük maliyetle analiz yapmalarını ve zamanında düzeltici önlemler almalarını sağlar.

2.6 Vaka çalışması

Lütfen verilen örnekleri vaka çalışmaları olarak inceleyiniz ve görevleri talimatlara göre yürütünüz.

Vaka çalışması 1 - Belirli bir Değer Zinciri türünün planlanması

İlk durumun açıklaması:

Organik şarap üretimi, her biri farklı türde organik şaraplar üreten on küçük organik şarap üreticisi tarafından başlatıldı. Şarap mahzenleri ülkenin farklı bölgelerinde yer almaktadır ve bu tür ürünlerin pazarı büyük bir şehirde bulunmaktadır. Uzmanlar, şaraplarının kalitesini çok takdir ediyor. Tüm şarap mahzenlerinin üretim hacmi küçük. Mağazaların eklediği fiyat çok yüksek, bu sebeple nihai fiyat önemli ölçüde yükseliyor ve satışlar düşüyor.

Danışmanın görevi satış büyümesini sağlamak.

Değer zinciri analizi ve planlama süreci

Ortak sınırlar. Ortak çözümler.

SWOT analizi, aşağıdaki temel zorlukları ve fırsatları belirledi:

<i>Etkin faktörler</i>	<i>Engelleyici faktörler</i>
Tüketici, endüstriyel olandan farklı, kaliteli şarap satın almakla ilgileniyor.	Organik şarap dağıtım şirketi yok.
Organik şarap pazarı mevcut ve ana kısmı büyük bir şehirde (ülkenin başkentinde) bulunuyor.	Mağazalar, sınırlı ürün yelpazesine sahip küçük girişimcilerle işbirliği yapmakla ilgilenmiyor ve düzenli ve küçük hacimli ürünleri şart koşuyor.
Uzmanların şarabın kalitesiyle ilgili sonucu olumlu.	Şarap mahzenleri, ürünlerin pazara sunulmasını zorlaştıran ve maliyetini artıran bölgelerde yer alıyor.

SWOT analizi sonuçları, tüm üreticilerin sorunlarının sebebinin verimsiz dağıtım ve lojistik olduğunu açıkça göstermektedir.

Değer zinciri geliştirme potansiyeli ve beklenen sonuç:

Danışmanın görevi, belirlenen sorun temelinde üreticilere en uygun değer zinciri geliştirme stratejisini sunmaktır ve bu farklı durumlarda farklılık gösterebilir:

- Başka bir ürün segmenti geliştirmek için mevcut bir şarap dağıtım şirketi ile işbirliğine dayalı bir ilişki kurmak;
- Sadece organik ürünlerin piyasaya arzı ile ilgilenecek ortak bir dağıtım şirketinin oluşturulması;
- Ana pazarda müştereken sahip olunan bir satış noktasının kurulması.

Bahsedilen stratejilerin hepsinin hem avantajları hem de dezavantajları vardır, bu sebeple bu stratejilerin detaylı kalkınma planları ve finansal analiz de dahil olmak üzere sektör temsilcileriyle tartışılması gerekmektedir.

Gerekçelendirme sürecinde danışmanın dikkat etmesi gereken hususlar:

- Geniş bir ürün yelpazesinde artan pazar ilgisi;
- Lojistik merkezi ana pazara yakın olduğunda satışları artırmak (siparişlerin hızlı teslimi);
- Her girişimci için maliyet indirimi (lojistik/depo, nakliye, reklam vb.).

Katılımcıların sorumluluklarının ve haklarının net bir şekilde dağıtıldığı ortak faaliyetlerin planlanması hususi dikkat ve itina gerektirmektedir.

Başarı hikayeleri:

- Mevcut bir şarap dağıtım şirketinde organik şarap segmenti oluşturmaya iyi bir örnek, <https://8000vintages.ge/> ve <https://ka-ge.facebook.com/VinothecaGe/> gibi Gürcistan'daki organik şarap üreticilerinin şarap dükkanları/showroomları ile yapılan işbirliğidir;
- Organik ve agro-ekolojik standartlara uygun olarak üretilmiş ürünler sunan organik çiftçiler derneğinin www.ecomart.ge çevrimiçi mağazası, ortak bir dağıtım şirketi oluşturmaya örnek teşkil edebilir;

- Birkaç küçük organik şarap mahzeninden oluşan ortak şarap tadım mahzeni. Daha sonra “doğal” şarap standardına göre üretilen şaraplarla yelpazesini genişletti: <https://kage.facebook.com/VinoUnderground/>; <http://vinoge.com/degustacia/Rvino-underground-saqarTvelos-Rvinis-barebis-da-maRaziebis-megzuri-3>

Vaka çalışması 2 - Spesifik ek şartlara göre bir Değer Zinciri oluşturun

İlk durumun açıklaması:

Özel bir standarda göre yapılan ürünlerin ihracatı, ihracatçıya ve üreticiye farklı yükümlülükler getirmektedir. Bir örnek, Gürcistan'dan AB ülkelerine organik bal ihracatıdır. Buradaki problem, ülkede bal konusunda organik bir sertifika almak için gerekli olan uygun bir akredite laboratuvarın olmamasıdır. Bu boşluk sebebiyle, belgelendirme kuruluşu, önemli mali maliyetlerle ilişkilendirilen bir ürün numunesini (belirli bir parti için) akredite bir Avrupa laboratuvarına göndermek zorunda kalmaktadır.

Asıl sorun, Gürcistan arıcılık sektörünün küçük üreticiler (10-100 kovan) tarafından temsil edilmesidir. Dolayısıyla, ihracat konsinyesi birçok arıcılık çiftliğinden toplanan ballardan oluşmaktadır. Bu sebeple risk yüksektir ve az miktarda kalitesiz bal bile toplamın içine karıştırılsa partinin tamamı reddedilecektir. Gürcistan'da arıcılık göçebe bir tarza dayandığından ve arıcının kontrolü dışındaki sebeplerle kazara kontaminasyon meydana gelebileceğinden, bu risk özellikle yüksektir.

Yerel ve ihracat pazarlarında bal toplama ve satışı için aktif olarak çalışan bal üreten kooperatif "Natural Products from Racha" bu sorunla karşı karşıya kaldı.

Danışmanın görevi ihracat değer zincirinin işleyişini sağlamaktır.

Değer zinciri analizi ve planlama süreci

SWAT analizi, aşağıdaki temel zorlukları ve fırsatları belirlemiştir:

<i>Etken faktörler</i>	<i>Engelleyen faktörler</i>
Uluslararası pazarda talep	Ülkede akredite bir laboratuvarın olmaması
İhracat durumunda ek gelir elde etme imkanı	Ülkedeki ilgili parametreler için ürünlerin kontrol edilememesi
Ürünlerin fiziksel varlığı	Yabancı laboratuvarlarda analiz fiyatının yüksek olması
Bir ihracatçının varlığı	Küçük çiftçiler ve küçük partiler
Paketleme firmasının varlığı	Arıcılıkta göçebelik
Bağış toplama fırsatları	

Değer zinciri geliştirme potansiyeli ve beklenen sonuç:

Durum analizine göre, bahsedilen sorunu önlemek ve ihracat değer zincirinin gerekliliklerini karşılamak için iki çözüm vardır:

- Tüm küçük partileri analiz edin;
- Birleştirilmiş balı küçük bal partilerinin kalitesini doğruladıktan sonra analiz etmek.

Birinci durumda, akredite bir laboratuvarda balın toplam miktarındaki tüm partilerin analizi o kadar maliyetlidir ki, ürünün maliyet fiyatı piyasa fiyatından yüksek kalır ve bu da ihracatı imkansız hale getirir. Birleştirilmiş bir bal partisinin analizi söz konusu olduğunda, riskler o kadar yüksektir ki, ürünün birleştirilmesi neredeyse imkansız hale gelir.

Bu sebeple, ihracat değer zincirini başlatmak için kooperatif bir risk azaltma stratejisi uygulamaya karar verdi. Bu stratejinin özü şuydu:

- Standart gerekliliklere uygun taşınabilir laboratuvar ekipmanı satın almak ve akreditasyon olmadan kendi laboratuvarını işletmek;
- Bal konsolidasyonu sürecinde, standart parametrelere uygunluk için tüm küçük partileri kendi laboratuvarında kontrol et. Bu, kontamine partinin toplanan ballara eklenmesini önleyecektir;
- Birleştirilmiş partinin akredite bir laboratuvar tarafından kontrol edilmesi ve yalnızca tek numune için ödeme yapılması.

Gerekçelendirme sürecinde danışmanın dikkat etmesi gereken hususlar:

Her şeyden önce, danışman aşağıdaki maddeleri değerlendirmelidir:

- Laboratuvar ekipmanı satın alma ihtimali ve bağış toplanmanın ne kadar gerçekçi olduğu;
- Laboratuvar cihazları ile çalışan personelde aranan nitelikler ve bu personelin mevcut olup olmadığı;
- Laboratuvarda yapılacak işin miktarı;
- Diğer ürünleri test etmek için laboratuvarı kullanma ihtimali ve gerekliliği ve bu pazarın potansiyeli;
- Bir laboratuvar analizinin maliyeti ve küçük çiftçilerin bu ücreti ödemeye istekli olup olmadığı (veya ihracat katma değerinin bu maliyeti ne derece karşıladığı).

Mevcut stratejiye uygun olarak, Natural Products from Racha kooperatifi uygun laboratuvar ekipmanı satın aldı, bir laboratuvar asistanı yetiştirdi ve bugün kooperatif üyelerinden ve diğer arıcılardan hem Avrupa Birliği'ne hem de diğer ülkelere başarılı bir şekilde bal ihraç ediyor.

Ayrıca satın alınan laboratuvarın diğer ürünlerin test edilmesi için gerekli fonksiyonlara sahip olduğu ve bölgede çok sayıda şarap mahzeninin bulunduğu da belirtilmelidir. Şarap yapımı sürecinde sürekli olarak kalite kontrolüne ihtiyaç duymaktadırlar. Bu sebeple, bir taraftan çok zaman alan, diğer taraftan finansal maliyetlerle ilişkilendirilen, ülkenin başkentindeki laboratuvarlara numune gönderiyorlar.

Vaka çalışması 3 - Belirli bir aktörün Değer Zincirine katılımını değerlendirin

İlk durumun açıklaması:

Gürcü fındığı en önemli ihraç ürünlerinden biridir ve ülke, fındık ihracatında Avrupa pazarında ikinci sırada yer almaktadır. İthalatçılardan Gürcü ihracatçılara uzanan organik ve UTZ sertifikalı fındık tedariki için bir talep söz konusu. Bunun yapılması için fındık üretimi organik veya UTZ sertifika sistemlerinin gerekliliklerine uygun olmalı. İthalatçılar, ihracatçılar için cazip olan organik fındık için yaklaşık 0,2 ABD Doları ve UTZ sertifikalı fındık için 0,08 ABD Doları civarında bir katma değer teklif etti.

Gürcistan'da fındık üretimi ile çoğunlukla küçük çiftçiler uğraşmaktadır. Arazi alanı yaklaşık 1 hektardır ve çok az yetiştirici 2 hektar veya daha fazla fındık tarlasında ekim yapmaktadır. Talep anında, organik üretim ilkelerine göre çalışan fındık tarlaları mevcut olmakla beraber sayıları sınırlıydı, bu sebeple de daha büyük oyuncuların eklenmesi sorunu ortaya çıktı.

Değer zincirine yeni fındık üreticileri eklemek için, maliyeti küçük bir çiftçi için kesinlikle kabul edilemez düzeyde olan çiftlik sertifikası gerekli ve 1 hektarlık bir fındık ekimi durumunda, ürünün maliyeti organik sertifikası için yaklaşık 0,60 USD/kg ve UTZ sertifikası için 0,3 USD/kg ve hatta daha küçük araziler için daha fazla olmak üzere artış gösteriyor.

Danışmanın görevi - ihracat değer zincirinin işleyişini sağlamaktır.

Değer zinciri analizi ve planlama süreci

SWOT analizi, aşağıdaki temel zorlukları ve fırsatları belirledi:

<i>Etken faktörler</i>	<i>Engelleyici faktörler</i>
Uluslararası pazarda talep	Küçük çiftçiler için yüksek sertifika fiyatı
Sertifikalı ürünlerin ihraç edilmesi durumunda ek gelir elde etme imkanı	Dönüşüm döneminin süresi - 3 yıl
Bölgedeki üretim potansiyeli	Küçük çiftçilerin ilgisini çekmek için yetersiz kalan katma değer
Toptan fiyatın küçük katma değerlere dahi hassas olması.	Küçük çiftçiler ve küçük partiler
İlgili bir bağışçının varlığı	

Değer zinciri geliştirme potansiyeli ve beklenen sonuç:

Spesifik değer zinciri standartlarının ve SWOT analizinin gerekliliklerine dayanarak, yeni oyuncuların dahil edilmesi için özel kriterler oluşturmak ve bu kriterlere adaptasyon için bir sistem geliştirmek gerekli hale geldi. Görüldüğü gibi, sertifikanın fiyatı çoğu çiftçi için kesinlikle kabul edilemez düzeydeydi ve büyük çiftçilerin sayısı o kadar azdı ki, ihracat için gerekli olan kritik ürün kütlesini elde etmek mümkün değildi.

Sertifikalı ürünler için değer zinciri oluşturmak ve çiftçileri cezbetmek amacıyla sertifika maliyetlerinin düşürülmesine önem verilmiş ve aşağıdaki çalışmalar hayata geçirilmiştir:

- Sertifikasyon maliyetlerini azaltma ihtimali tartışılmış ve bir grup sertifikalandırma modeli seçilmiştir. İhracat talebine göre çiftçinin belgelendirme ücretinden elde edebileceği fayda hesaplanmıştır. Hesaplamalar, yürürlükteki bir sertifika sistemi ile sertifika ücretinin %90 oranında düşürülebileceğini göstermiştir ve halihazırda garantili satışlar ve diğer teşvik mekanizmalarıyla birlikte çiftçi için ilginç bir paket olmuştur.
- Sertifikasyon sistemine dahil edilecek çiftçileri seçmek için ana kriterler oluşturulmuştur.
- Sertifikasyon sistemine dahil edilecek çiftçilerin seçilmesine yönelik ana kriterler belirlenmiştir.
- Sertifika alacak bir kuruluş ihdas edilmelidir;
- Grup sertifikasyonunda, karşılıklı sorumluluk prensibi geçerlidir ve bu ürünlerin toplanmasında (kontaminasyon durumunda) riskleri azaltmaya hizmet eder;
- Bir iç kontrol sistemi geliştirilmeli ve uygulanmalıdır;
- Maliyetlerin düşürülmesi için belirli sayıda çiftçinin müfettiş ve benzeri olarak yetiştirilmesi gerekmektedir.

Bu sebeple, çiftçileri sertifikalı fındık değer zincirine seçme ve kabul etme kriterleri aşağıdaki gibidir:

Ortak sınırlar. Ortak çözümler.

- Fındık ekim alanı en az 0,15 ha olmalıdır;
- Fındık tarlaları kirlilik kaynaklarının yakınına kurulmamalıdır;
- Fındık ekiminde bir tampon bölge tahsis edilebilmelidir;
- Çiftçi, organik tarımın prensiplerini dikkate almalıdır;
- Çiftçi hasadı kuruluşa teslim etmelidir;
- Çiftçi, arsasının denetlenmesine itiraz etmemelidir;
- Çiftçi, uzmanların ve müfettişlerin tavsiyelerini dikkate almalıdır;
- Çiftçi kayıt vb. tutmak zorundadır.

Görüldüğü gibi, belirli gereklilikler varsa, kilit oyuncularını seçmek için kriterler formüle etmek gerekli hale gelir ve aynı zamanda bu kriterlerin yerine getirilmesinin değerlendirilmesi sürecinde demokratik prensiplerin hayata geçirilmesi gerekli hale gelir.

Gerekçelendirme sürecinde danışmanın dikkat etmesi gereken hususlar:

Çiftçi birliğine yeni üyelerin katılması süreci, özellikle grup sertifikasyonu ve grup sorumluluğu açısından çok mesuliyetli bir süreçtir. Bu sebeple, danışman her şeyden önce potansiyel oyunculara aşağıdaki bilgileri sağlamalıdır:

- Sertifikalı ürünlerin üretilmesi durumunda (birim alan başına veya birim ürün başına) hangi süre için ne gibi ek kazançlar elde edilebilir;
- Çiftçinin (birim alan veya birim ürün başına) ödemesi gereken masraflar nelerdir;
- Sertifikasyon maliyetlerinin ve eklerinin tahsisi için şeffaf ve kabul edilebilir bir sistem geliştirilmelidir;
- Tüm katılımcıların görev ve hakları açıkça tanımlanmalıdır;
- Süreç yöneticilerinin ve personelin eğitime ve bu personelin işe alımına ve demokratik ilkeler ve mesleki beceriler temelinde yönetime yönelik şeffaf bir sistemin geliştirilmesine hususi önem verilmelidir.

Bu ilkeleri uygulayan Organik Fındık Yetiştiricileri Derneği bugün 700'den fazla üyeyi bir arada bulunduruyor, bunların 300'ü halihazırda sertifikalı ve geri kalanı ise geçiş sürecinde. Dernek şimdiden 2021 hasadı için sertifika aldı ve AB pazarında 100 tondan fazla kırılmış fındık içi sattı. 2022 yılında satış potansiyeli şimdiden 400 tonun üzerinde ve mevcut tüm üreticilerin sertifikalandırılması durumunda üretim potansiyeli 1.500 ton.

Kaynakça:

Training Manual “Trade Facilitation to Improve Access to Regional and Global Markets”, UNICEF <http://www.unece.org/trade/publications.html>

“Reducing Rural Poverty through a Value Chain Management Approach. “Local Market Development Project” ICCO Worldwide, Helvetas

“The structure of the value chain as a factor in assessing the competitiveness and investment attractiveness of an object” network scientific journal “Scientific and Practical Result”;

Value Chain Analysis - USAID <https://www.marketlinks.org/good-practice-center/value-chain-wiki/32-value-chain-analysis>

Manuals of Biological Farming Association “Elkana”: “Fundamentals of Marketing for Farmers”, “Value Chain in Agriculture”, “Strategic Business Planning”, “Agricultural Cooperatives and Planning of Their Activities”

Modül 3: Sürdürülebilir çiftlikleri yönetmek

Sürdürülebilir çiftlik yönetimi, dünya nüfusu için yeterli miktarda sağlıklı, çeşitli ve güvenli gıdaya erişim sağlarken, çevre üzerindeki etkiyi sınırlandırır ve iklim değişikliğiyle başa çıkar ve gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermez.

Bütün Çiftlik Yaklaşımı'nda çiftlik, tüm unsurların birbirini desteklediği, malzeme ve enerji döngülerinin tamamlandığı bütüncül bir sistem olarak ele alınır. Bu çiftlikler verimli, kârlı olmalı, doğal kaynakların kalitesini ve bolluğunu artırmalı ve insan topluluklarının yaşam kalitesini yükseltmelidir.

Son yıllarda gıda güvenliği, çevresel kalite, sosyal eşitlik ve küresel üretim ve ticaret uygulamalarının ekonomik refahı konularını ele almak için organik tarım (OT), coğrafi işaretler (CI) veya adil ticaret gibi çok sayıda sürdürülebilirlik standardı geliştirilmiştir. Örnek olarak, Gönüllü Sürdürülebilirlik Standartları (Voluntary Sustainability Standards-VSS) (FAO/UNEP, 2014), üreticilerin, tüccarların, imalatçıların, perakendecilerin veya hizmet sağlayıcıların ürettikleri, büyüttükleri veya yaptıkları şeylerin insanlar ve çevreye zarar vermemesi için uymalarının istenebileceği kurallardır.

İklim değişikliğinin tarım üzerindeki etkisini azaltmaya ve bu etkileri azaltmak için biyoçeşitlilik, toprak, su, enerji tasarrufu stratejileri ve iyi tarım uygulamalarının uygulanmasına odaklanan İDT, 1. eğitim modülünde iyi bir şekilde açıklanmışken, Sürdürülebilir Çiftlik Yönetimi (SÇY) ise SÇY'nin pratik yönleriyle aynı konuları ele almaktadır. İklim değişikliği gibi sorunlar küreseldir, bu arada çözümlerin çoğu yereldir ve çiftlik düzeyinde uygulanabilir. SÇY, bu eğitim modülünde açıklanan birkaç farklı yöntem kullanılarak uygulanabilir.

3.1 SÇY'nin pratik bir bileşeni olarak biyoçeşitliliğin artırılması

BİYOÇEŞİTLİLİK

Genetik Düzey	Tür Düzeyi	Ecosystem level
• Irklar ve çeşitleri	• Karma çiftlikler • Ürün rotasyonu • ara ekim • ikinci mahsuller • tarımsal ormancılık • alley cropping, grazing	• Tozlayıcı habitatları • Çitler • Orman kuşakları, vs.

SÇY'nin en önemli amaçlarından ve araçlarından biri, biyolojik çeşitliliği arttırmak, böylece kültürel olarak kabul edilebilir ve genellikle yerel ve düşük girdili tarım sistemlerine adapte edilmiş besleyici gıdalar sağlamaktır. Ayrıca dayanıklı, besleyici ürünler ve hayvan ırkları yetiştirmek için önemli özelliklerin kaynağıdır (Biodiversity International, 2017a).

Biyoçeşitlilik, tarımsal ekosistemin temel işlevlerini, yapısını ve süreçlerini sürdürmek için gerekli olan genetik (ırklar ve çeşitler), türler (mahsuller ve hayvanlar) ve ekosistem (tarım alanları, tarla kenarları, çitler, nehir kenarları vb.) seviyelerinde de bulunmalıdır. (Biodiversity International, 2017a).

Ulusal ve topluluk gen bankaları ile işbirliği, eski çeşitleri ve kara ırklarını yaygınlaştırarak genetik çeşitliliğin korunmasına katkıda bulunabilir ve çiftçilere bunları denemeleri ve isterlerse üretimde kullanmaları için örnekler verebilir (Vernooy ve arkadaşları, 2015). Çiftçilerin tohum saklama ve tohum paylaşma uygulamaları, nadir fakat değerli çeşitlerin korunmasına yardımcı olabilir (Seed Savers Exchange, 2017). Tohum takas etkinlikleri, bahçıvanların veya çiftçilerin bir araya gelip farklı çeşitlerin özelliklerini tartışabilecekleri ve sakladıkları tohumları değiş tokuş edebilecekleri tarımsal biyoçeşitliliği artırma ve topluluk oluşturma amaçlarına (Anderson, 2021) hizmet edebilir.

Tür düzeyinde çeşitlilik, örneğin çiftlikte hayvanlara ve mahsullere sahip olmakla geliştirilebilir. Bu gıda üretim sistemlerinin sağlığı bitkiler ve hayvanlar arasındaki doğal ve sağlıklı etkileşimlerle desteklendiği için sadece bitkisel üretimin değil hayvancılığın da yapıldığı karma çiftliklere sahip olmak oldukça önemlidir. Bu, haşere kontrolü (tavuklar haşereleri ve yabancı ot tohumlarını yer), doğurganlık döngüleri (ürünleri gübrelemek için hayvan gübresi kullanılır) vb. şeklinde olabilir (Growth Farms Australia, 2018).

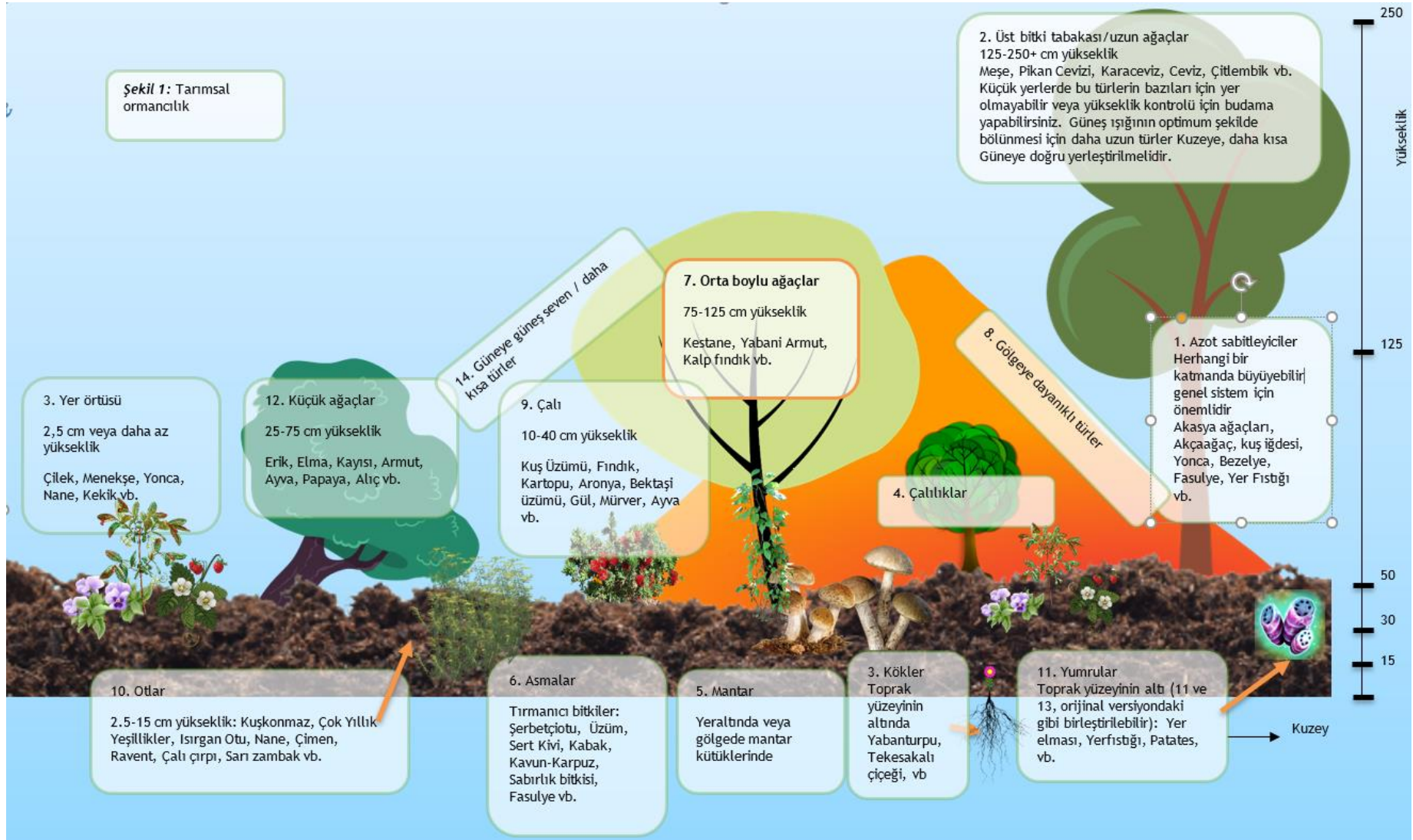
Ürün rotasyonu agrobiyoçeşitliliği tür düzeyinde sürdürmenin başka bir yöntemidir. Ardışık mevsimlerde aynı alanda bir dizi farklı ürün yetiştirmeye dayanır. Toprak verimliliği kaybının önlenmesinde ve yabancı otlar da dâhil olmak üzere bitki koruma sorunlarının azaltılmasında kullanılan en etkili tarımsal mücadele stratejilerinden biridir. İkinci kırpma, ana ürün hasat edildikten sonra ikinci bir ürünün eklenmesiyle ürün rotasyonunun daha da çeşitlendirilmesiyle olur ve bu sebeple toprak yalnızca çok kısa bir süre için açık kalır.

Çeşit karışımları (DIVERSIFOOD, 2018) aynı tarlada aynı anda yetiştirilen iki veya daha fazla farklı çeşittir.

Polikültürlerin kullanılması, iç içe ekim ile bir alanda çok sayıda mahsul türünün yetiştirilmesini içerir. 12.1.6 bölümünde baklagillerle karıştırılmış tahıllar gibi birkaç örnek gördünüz. Bu türler genellikle birbirini tamamlayıcı niteliktedir. Tarımsal ormancılık, polikültürün özel bir biçimidir, çünkü tek yıllık bitkiler veya otlaklar arasında ağaçlar ve çitler gibi odunsu türlerin büyümesi anlamına gelir ve hayvan beslemeyi de içerebilir. (Şekil 1).

Çiftçiler, bölüm 12.1.6'da açıklandığı gibi sebze üretimini meyve bahçesi ağaçlarıyla birleştirebilirler. Tarımsal ormancılığın başka bir biçimi, sokak mahsulü olarak adlandırılır; burada sokak, bir meyve bahçesindeki ağaç sıraları veya kereste sağlayan ağaçlar arasındaki boşluktur. Meyve ağaçlarının henüz ürün vermediği meyve bahçesinin ömrünün erken bir bölümünde gelir elde etmeye de yardımcı olabilir.

Şekil 1: Tarımsal ormanlık



Ortak sınırlar. Ortak çözümler.

Ekosistem düzeyinde, tozlayıcı habitat koruması, tarımsal biyoçeşitliliği geliştirmek için önemli bir araçtır. Bu habitatlar yeni ekilmiş olabilir (Şekil 2) veya korunmuş doğal kır çiçeği tarla kenarları, çiçekli çitler olabilir (Biodiversity International, 2017b). Bunlar sadece türler ve ekosistem düzeyinde gelişmiş biyoçeşitlilik için kilit önemde değildir, aynı zamanda daha fazla tozlayıcıya sahip oldukları için mahsul verimi de daha yüksek olacaktır (Robinson ve arkadaşları, 2022).



Şekil 2: Tozlayıcı yaşam alanı, çiftliğinizdeki kullanılmayan alanları faydalı bir şekilde kaplayabilir. Kaynak: <https://pv-magazine-usa.com/2019/08/03/solar-and-pollinators-photo-essay/>

Tarım alanlarının etrafındaki orman kuşakları ve çitlerin mikro iklim, toprak özellikleri, erozyon kontrolü ve örneğin komşu alanlarda kullanılan kimyasalların sürüklenmesine karşı tarlalarımızın korunması üzerinde çok sayıda olumlu etkisi vardır. Yabani meyveleri toplayabilir veya bal üretmek için siyah akasya çiçekleri kullanabilir veya yakacak odun olarak çalılık malzeme kullanabiliriz.

Genç sürgünler, özellikle söğütler ve fındık ağaçları, çit örgülerde iç içe geçirmek için iyidir. Budama, ağaçta daha yüksek bir seviyede gerçekleştirilen benzer bir işlemdir. Bu orman kuşakları ve çitler, yabani türler için barınak, yuva yapma yeri ve yeşil koridorlardır. Yeşil koridorlar, biyoçeşitliliği birbirine bağlamakta ve uzak mesafelere yaymaktadır (Mackey ve arkadaşları, 2010).

3.2 SÇY'de doğa kaynaklarının korunmasının faydaları

3.2.1. Toprak sağlığının iyileştirilmesi

Sağlıklı bir toprak, yediğimiz her şeyin temelidir. Sağlıklı bir toprağa sahip olmak için iki şey çok önemlidir, bunlar organik madde içeriği ve toprakta bol ve çeşitli mikroflora ve faunadır.

Toprağa yapısını veren organik maddedir. Organik kalıntılar, hatta hasat edilen mahsulün kökleri bile organik materyal sağlayacaktır.

Organik madde kaynağı olarak yalnızca mahsul artıkları değil, örneğin toprağın organik madde içeriğini artırmak için doğrudan ekilen yeşil gübre bitkileri bu amaca katkıda bulunmaktadır. Aksi halde toprağın açıkta kalacağı zamanlarda iki ana ürün arasına ekilen örtü bitkileri de sistemdeki organik madde miktarını artırmaktadır. Toprağımızda yaşayan kökleri olan her türlü bitki, toprağın yararlı mikroplarına yardım sağlayacaktır (FAO, 2021).

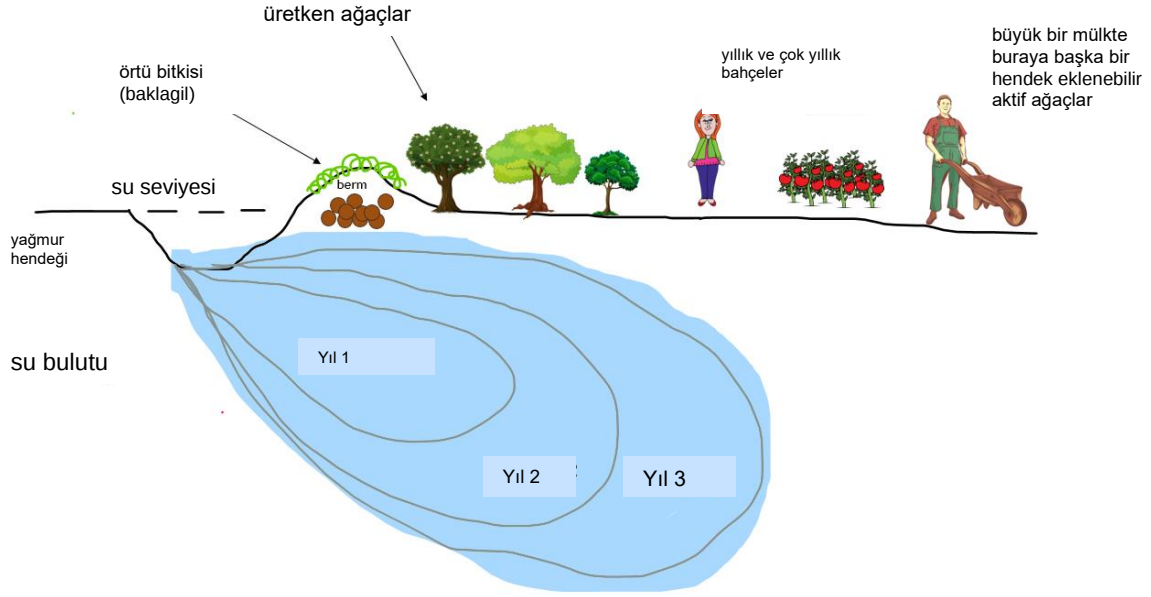
Bitkiler fotosentez yaparken havanın CO2 içeriğinden karbonu yakalar ve oluşturur. Bu sebeple, bitkiler herhangi bir ekosistemde son derece önemlidir. Toprağı kaplarlar ve zaten sabit olan karbonun tekrar kaçmasına izin vermezler. Burası, daha SÇY pratik aracı olarak minimum toprak işlemenin yardımımıza geldiği yerdir.

3.2.2 Su muhafazasının uygulanması

Bölüm 3.1'de sıralanan tekniklerin yanı sıra, bir çiftçinin deneyebileceği başka yöntemler de vardır.

Ortak sınırlar. Ortak çözümler.

Yağmur hendekleri, hafif veya daha dik yokuşlarda (%3-15) kontur üzerine kazılmış hendeklerdir. Suyun vadilere akmasını engelleyecek ama bu uzun hendeklerde yayılırken yağmur suları toprağa sızacak ve orada depolanacaktır (Tallarico, 2018). Yağmur hendekleri, hendekte ve ayrıca setlerde organik malzeme ile birleştirilebilir (Şekil 3). Bu gömülü organik materyaller, bitkilerin alabileceği besin maddelerini yayar.



Şekil 3: Tek yıllık bahçeler ve/veya küçükbaş hayvanların otlatılması için yağmur hendekleri ve açık alanlar (Kaynak: <https://livingpermaculturepnw.com/what-is-a-swale-an-introduction-to-permaculture-water-harvesting/>)

Ana hat tasarımı aynı zamanda su kaynaklarının faydalı kullanımını en üst düzeye çıkarmak için kullanılan bir tekniktir. Tüm çiftliğimiz, bu ana hat tasarımıyla yağmur suyunu toplayacak ve depolayacak şekilde tasarlanabilir.



Şekil 4: Küçük çiftçi ana hat sabanı

(Kaynak: <https://hatchetnseed.ca/keyline-project-update/>)



Şekil 5: Taze ana hat sürülmüş tarla

(Kaynak: <https://www.permaculturenews.org/2013/02/22/before-permaculture-keyline-planning-and-cultivation/>)

Birkaç bıçağı olan güçlü bir küçük saban (Şekil 4 ve 5) sürüklenebilir ve böylece topraktaki yarıklar mümkün olduğu kadar çok yağmur suyunu yutacak ve depolayacaktır.

3.2.3 Sürdürülebilir haşere yönetimi yöntemlerini benimsemek

Pestisit kullanımının en aza indirilmesi, zaten ortaya çıkan sorunun doğrudan kontrolü yerine, her şeyden önce önleme ile başlar. Önleme yöntemleri örneğin sertifikalı sağlıklı ekim tohumları kullanmak, makinelerin başka bir tarlada kullanmadan önce temizlenmesi, yerel olarak uyumlu ve dayanıklı çeşitlerin seçilmesi vb. olabilir.

Yukarıda açıklanan tüm biyoçeşitliliği artıran eylemler, 12.1.6'da da açıklandığı gibi önlemede yardımcı olabilir. Ürün rotasyonumuzda farklı ürün türleri ile sürekli değişen bir ortamı korumak, zararlıları ve yabancı otların baskın hale gelmesini engelleyecektir. Hayvanlar rotasyonumuza dahil edildiğinde, örneğin tavuk traktörü (Şekil 6) (Holmes, 2020; ABC acres, 2016) ve domuz traktörü, haşerelerin ve yabancı otların yaşam döngüsünü kırmaya da yardımcı olabilirler.



Şekil 6: Tavukların rotasyonumuzda ihtiyaç olan her yere mobil tavuk kümesi yerleştirilecek

Ortak sınırlar. Ortak çözümler.

(Kaynak: <https://removeandreplace.com/2013/05/26/chicken-coop-ideas-designs-and-layouts-for-your-backyard-chickens/>)

Entegre Zararlı Yönetimi (EZY) tarımsal üretimde böcek zararlılarını kontrol etmek için biyolojik, kültürel ve kimyasal uygulamaların kullanımını birleştirir. Amacı, yalnızca zararlılar doğal düşmanlar tarafından kontrol edilemediğinde seçici böcek ilaçları kullanarak, zararlıları kontrol etmek için doğal yırtıcıları veya parazitleri kullanmaktır.

3.3 Aile tarafından kontrol edilen çiftliklerin sürdürülebilirliği, ekonomik uygulanabilirlik ve insan refahı

FAO, aile çiftçiliğini “bir aile tarafından yönetilen ve işletilen ve ağırlıklı olarak hem kadın hem de erkeğe ait aile emeğine dayanan tarım, ormancılık, balıkçılık, mera ve su ürünleri üretimini organize etmenin bir yolu” olarak görüyor.

Dünyada, arazinin %56'sında tarım ürünlerinin en az %56'sını üreten 500 milyondan fazla aile çiftliği bulunmaktadır. Aile çiftlikleri geleneksel gıdaları korurken aynı zamanda yerel tarımsal biyolojik çeşitliliğin korunmasına ve doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımına katkıda bulunmaktadır (FAO, 2014).

Aynı coğrafi bölgede ve iklim şartlarında daha yüksek gıda güvenliği ve biyoçeşitlilik, küçük ölçekli aile kontrolündeki çiftliklerde devasa monokültür alanlarından daha fazla elde edilebilir (Wittman ve arkadaşları, 2016). Tipik olarak yarım ila altı hektar arasındaki çiftlikler, 15 hektarın üzerindeki çiftliklerden yaklaşık dört kat daha verimlidir (Hamblen ve Speight, 1995).

SÇY'de, zorunlu olmadıkça, çiftlik dışından girdi satın almadan, besinlerin, malzemelerin ve enerjinin iç döngüsünü sürdürmek önemli bir hedeftir. Bir unsurun ürünü veya yan ürünü, başka bir unsurun ihtiyacını karşılar ve iyi tasarlanmış ve iyi işleyen bir sistemde, unsurlar arasındaki bu faydalı bağlantılar çoktur (örneğin yem-hayvancılık-gübre-mahsul üretimi).

Ürünlerden biri, örneğin; hasat edilen ürünleri ısıtmak veya pişirmek ve muhafaza etmek veya işlemek için orman kuşaklarından yakıt olarak kullanılan odun olabilir. Verimi satmadan önce işlemek ürünümüz için bir katma değer anlamına gelir ve bu sebeple ürün için alabileceğimiz fiyat daha yüksektir (vaka çalışmasındaki örnek).

Masraflarımızı azaltmak için israfı en aza indirmeliyiz. Tarımın atıkları veya yan ürünleri, 5R kuralının bir parçası olarak (strateji (Şekil 7) yeniden kullanım, geri dönüşüm veya toprağa geri dönüş (atıkların gübreye dönüştürülmesi) açısından yeniden değerlendirilmelidir.

Ürünlerimizi yerel topluluklarda pazarlamak, sadece nakliyeden kaynaklanan daha düşük çevresel etkiyle daha kısa gıda tedarik zinciri anlamına gelmekle kalmayacak, aynı zamanda çiftliklerini sürdürülebilir bir şekilde yöneten çiftçiler etrafındaki topluluğu güçlendirecektir. Yerel bir çiftçi pazarı veya benzer fikirdeki diğer çiftçilerle işbirliği, sosyal izolasyondan kaçınmaya ve stresi yönetmeye yardımcı olacak diğerleriyle, sivil kuruluşlarla ve tüketicilerle daha iyi bağlantılar kurmamızı sağlayacaktır.

Hayatın her alanında sürdürülebilirliğin önemli bir parçası bilgi aktarımıdır. Değerli sürdürülebilir çiftçilik bilgisini korumak için staj, gönüllülük, tematik atölyeler iyi birer çözüm olabilir.



Şekil 7: Sıfır atıkla yaşamının 5R stratejisi (Kaynak: <https://pimpyourbestlife.earth/en/the-5-r-rule-to-reduce-our-wastes/>)

3.4 Sürdürülebilir Çiftlik Yönetimi (SÇY) uygulamalarının tarım işletmeciliğine entegrasyonu

Tarım ticareti; çiftçilik ve çiftçilikle ilgili ticari faaliyetlerle ilgili herhangi bir işletmeyi ifade eder. Tarım işletmeciliğini daha sürdürülebilir hale getirmek için, sürdürülebilir tarımın üç ana boyutunun - ekonomik, çevresel ve sosyal - birbirine entegre ve adapte edilmesi gerekir. Bu boyutların entegrasyonu, tarım ticaretinin ekonomik açıdan kârlı, çevresel açıdan sürdürülebilir ve sosyal açıdan kapsayıcı olması için bir fırsat sağlayacaktır.

Tarım işletmelerinde SÇY uygulamalarının hayata geçirilmesi, atıksız üretim, kaynak tasarrufu sağlayan yaklaşımlar, güvenli paketlenme malzemelerinin kullanımı ve çalışanlara karşı ilgili tutum gibi birçok şekilde olabilir.

Tarım işletmeciliği planlama ve yönetiminin tüm aşamalarında, tüm iş sistemi ve bileşenleri için ayrı ayrı sürdürülebilir uygulamaların hayata geçirilmesi şarttır.

Her bir bileşenin birbirine bağlı ve birbirine bağımlı olduğu agroekosistemlerin sürdürülebilirliğini sağlayarak, tarımsal faaliyetlere bir ekosistem yaklaşımı benimsemek de çok önemlidir.

İstikrara doğru atılan ilk adım strateji geliştirmektir. Strateji, bir çiftliğin istikrarı için net bir kılavuz içermelidir. CO2 emisyonlarının azaltılması, döngüsellik sağlanması ve atıksızlık veya atık üretiminin azaltılması gibi faaliyet alanınızla uyumlu, özellikle güvenilir sürdürülebilirlik hedefleri belirlemek. Çiftlik sürdürülebilirlik yol haritanızın oluşturulması ve ileriye dönük adımların izlenmesi, tarım işletmenizin rekabet ve konumlanmasında size ekstra güç sağlayacaktır.

Sürdürülebilirlik bileşenlerine ilişkin tablo, işletmenin sürdürülebilirlik durumunu değerlendirmenize ve sürdürülebilirlik performansınızı iyileştirme olasılıklarını belirlemenize imkân tanır.

Çiftliğin sürdürülebilirliğini sağlama

HEDEF	Agroekolojinin entegre unsurları ile tüm çiftlik yaklaşımında sürdürülebilir bir çiftliğin tasarımı ve yönetimi.
	• Çeşitlilik • Bilginin birlikte yaratılması ve paylaşılması • Sinerji • Yeterlik • Geri dönüşüm • Dayanıklılık • İnsani ve toplumsal değerler • Kültür ve yemek gelenekleri • Sorumlu yönetim • Döngüsel dayanışma ekonomisi
STRATEJİ	Sürdürülebilirlik bileşenlerinin çiftliğe entegrasyonu
	• Kaynak tasarrufu sağlayan uygulamaların hayata geçirilmesi • Çeşitlendirme ve risk yönetimi • Ticarileştirme • Eğitim, yayım hizmetleri • Yenilikçi teknolojilerin hayata geçirilmesi • İklim değişikliğinin hafifletilmesi ve uyum sağlanması • Katma değer
UYGULAMA	Çevresel, ekonomik ve sosyal sürdürülebilirlik için insan merkezli, iyi tarım uygulamalarının hayata geçirilmesini sağlamak.
	• Doğal kaynakların sürdürülebilir kullanımı • Tarımsal girdilerin sağlıklı kullanımı • Biyolojik çeşitliliğin korunması • Entegre Zararlı Yönetimi • Çölleşmeyle mücadele • İklim Duyarlı Tarım (İDT)

SÇY ile 'geleneksel yönetim' arasındaki fark, temel olarak, doğal kaynaklarla ilgilenirken geleneksel gelir elde etmenin yanı sıra, tarımın sosyal yönlerine de özel önem vermesidir.

Tüm üretim yaşam döngüsü boyunca sürekli izleme yoluyla veriler toplanmalı, kalite kontrol altında tutulmalı ve ürün sürekli olarak müşterilerin ihtiyaçlarına göre ayarlanmalıdır.



Project funded by
EUROPEAN UNION



3.5 Sürdürülebilirlik kontrol listesi

Bu bölüm, öğrencilerin uygulamalarını/eylemlerini/çiftçilik unsurlarını sürdürülebilirlik açısından kontrol edebilecekleri ve daha sürdürülebilir bir çiftlik yönetimine yönelik yeni olasılıkları ve fikirleri içselleştirebilecekleri bir kontrol listesi olarak hazırlanmış sürdürülebilir çiftlik yönetimi uygulamalarını sunar. Daha önce kazanılan bilgilerin bir özeti ve revizyonu olarak da hizmet edecektir.

Mevcut/gelecekteki çiftliğinizde aşağıdaki unsurlara sahip misiniz/olacak mısınız?

Evet ise işaret kutucuğunu tıklayın:

Biyçeşitliliği artırmak

- ☐ Karma tarım
- ☐ Tohum tasarrufu
- ☐ Çeşitli kırpma rotasyonu
- ☐ İkinci kırpma
- ☐ Çeşit karışımı
- ☐ Ara Ekim
- ☐ Tarımsal ormancılık
- ☐ Tozlayıcı yaşam alanı
- ☐ Orman kuşağı
- ☐ Çit
- ☐ Kuşlar için folluklar
- ☐ Yarasalar için folluklar
- ☐ Tozlayıcılar için folluklar
- ☐ Kertenkeleler için saklanma yerleri
- ☐ Kirpiller için saklanma yerleri
- ☐ Gölet

Toprak sağlığının sağlanması

- ☐ Organik kalıntılar
- ☐ Yeşil gübreleme
- ☐ Yüzey kırpma
- ☐ Azaltılmış toprak işleme

Sera Gazı Emisyonlarının Azaltılması

- ☐ Karma çiftlik
- ☐ Dönüşümlü otlatma
- ☐ Yapay gübre yok
- ☐ Mümkün olduğunda sıfır toprak işleme

Su korunumunun uygulanması

- ☐ Malçlama
- ☐ Minimum toprak işleme
- ☐ Toprağa organik madde
- ☐ Damla sulama
- ☐ Yağmur hendeği tasarımı
- ☐ Yağmur suyu hasadı
- ☐ Akış suyu deposu

Sürdürülebilir haşere yönetimi yöntemlerini benimsemek

- ☐ Sağlıklı ekim tohumları
- ☐ Çiftlik gübresi
- ☐ Makineleri temizlemek
- ☐ Yerel olarak uyarlanmış çeşitler
- ☐ Yerel olarak uyarlanmış ırklar
- ☐ Dirençli çeşitler
- ☐ Dirençli ırklar
- ☐ Kırpma dönüşümü
- ☐ Karma tarım
- ☐ Entegre zararlı yönetimi

Ekonomik canlılığın ve insan refahının sağlanması

- ☐ Satın alınan girdileri en aza indirme
- ☐ Enerjiyi yakalamak
- ☐ Ürünlere katma değer
- ☐ Yiyecek israfı yok
- ☐ 5R stratejisini uygulamak
- ☐ Alternatif pazarlama stratejileri
- ☐ Staj imkanı sağlanması
- ☐ Atölye çalışmalarının düzenlenmesi
- ☐ Gönüllülük imkanlarının sağlanması

3.6 Sürdürülebilir bir çiftliğin vaka çalışması

Valaha Tanya

Bu vaka çalışması, uygulanan sürdürülebilirlik özelliklerini ortaya koyan 12 hektarlık bir aile tarafından işletilen organik çiftliğin yönetimine atıfta bulunuyor. 5 hektarlık bir arsa, 1 hektar yabani meyve ile dikilmiş farklı türlerin eski dayanıklı çeşitlerinin bulunduğu karma meyve bahçesi. 2 hektar ekilebilir durumda ve yonca ekili. 2 hektar çayır ve 0,5 hektar dut mevcut. Bazı otlar ve baharatlar ile küçük bir sebze bahçesi ve çiftlik hayvanları için bir otlak var. Tüm alan eko-sertifikalı.

Meyve ve otların yaklaşık %90'ı işlenir, bunlardan 30'dan fazla çeşit artisan meyve şerbeti yapılır. Küçük çiftçiler olarak her yıl yaklaşık 5 ton meyve ve ot işliyorlar.

Ürünleri çoğunlukla 40 km mesafedeki restoranlara satıyorlar ve yerel fuarlarda da yer alıyorlar. Meyve şerbetlerinin yanı sıra en güzel meyveleri ve sebze bahçesinden arta kalanları sattıkları bir alışveriş kooperatifine katıldılar. Müşterilerinin onları iyi tanıması onlar için önemli.

Kadın, meyve işlemenin yanı sıra çiftliğin idari görevlerini de yürütüyor. Kocasını bir makine mühendisi, dolayısıyla çiftlik makineleri ve motorları da emin ellerde. Bir daimi yarı zamanlı çalışanı var ve yaz aylarında yanlarında 1-2 mevsimlik işçi çalışıyor.

Çiftliğin etrafına çeşitli ağaçlar ve çalılar dikilmiştir, bu da yararlı bir mikro iklimi destekler, dış kirlenmelerin filtrelenmesine yardımcı olur, ayrıca çiftliğe pollarding ile yakacak odun sağlar. Kenarlarda açan çiçekler sadece arılar tarafından kullanılmaz, meyve likörlerinde de kullanılır.

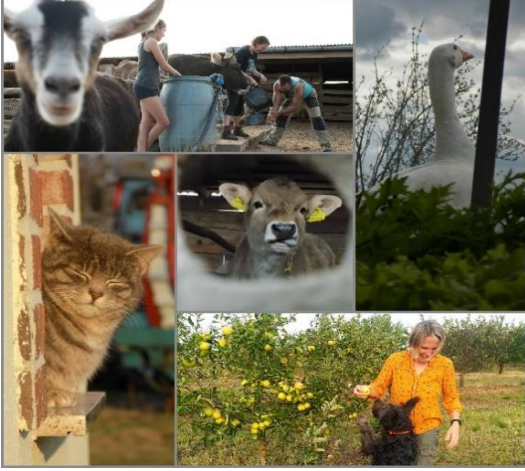


Bahçedeki çok yıllık otsu bitkilerden sürekli örtülü bir toprak yüzeyi oluşturmuşlar. Baklagil türlerinin zengin içeriğinden dolayı aynı zamanda ağaçları azotla besler ve faydalı böcekler için yaşam alanı sağlar. Sıralar arası vejetasyon, hayvanların yıllık kaba yem ve kuru ot ihtiyacını sağladığı için ilk yılında dahi kazanç sağlamıştır. Tahıl veya bakliyat gibi herhangi bir konsantre yem kullanmadıklarından, geviş getiren hayvanların yemi tamamen plantasyondan elde edilen otlardan ve meyve işleme "atığından" oluşuyor. Topraktaki besinleri değiştirmek için yalnızca çiftlikte üretilen çiftlik gübresini kullanıyorlar. Kalan yeşil kütleyi de gübreye çeviriyorlar.

Meyve bahçesine folluklar yerleştirdiler ve kuşlara yumurtalarını bırakacakları bir yer sağlamak amacıyla bazı alanları daima biçilmemiş bıraktılar.

Ortak sınırlar. Ortak çözümler.

Alan her zaman canlı bitkilerle kaplıdır ve meyve bahçeleri, tarlanın eğimi boyunca eşyükselti eğrileri boyunca dikilmiştir. Meyve bahçeleri yetiştirilirken suyun durdurulmasına ve tutulmasına yardımcı olan küçük hendekler meydana geldi. Bitki çeşitlerini seçerken su ihtiyaçlarını göz önünde bulundurmuşlar ve değiştirme sırasında halihazırda hangi tür ve çeşitlerin çiftliklerinde tutulmaya değer olduğunu gözlemlerine göre seçebiliyorlardı.



Sadece sebze bahçelerinde damla sulama kullanıyorlar. Şimdilik yalnızca bir kuyudan gelen suyu kullanabiliyorlar, ancak yağmur suyunu bir havuzda depolayabilmek için bir yağmur suyu toplama sistemi uygulamayı planlıyorlar. Ayrıca derin bir malç alanı oluşturdular ve sebzelerin arasına beyaz yonca ektiler. Aşağıda açıklamalarla birlikte çiftliğin şematik bir planı yer almaktadır.

Ev ve meyve işleme için ihtiyaç duyulan sıcak su, Nisan'dan Kasım'a kadar güneş enerjisi kolektörleri tarafından sağlanır ve kış aylarında evi toplu bir soba ile, çiftliğin etrafındaki orman kuşağı kesilmiş meyve ağaçlarının doğranmış dallarından ve akasya ağaçlarından yakacak odunla ısıtırlar.

Ayrıca eğitim kursları, saha uygulaması veya staj için öğrenci barındırma yoluyla bilgi aktarımını da önemserler.



Sembol	Tanım
	Yalancı akasya
	Meyve ağacı
	Kırmızı orman meyveleri

N	Açıklama
1	Ahırlar ve otlaklar
2	Ev + bodrumda işleme
3	Yakacak odun deposu
4	Politünel
5	Atölye
6	Sebze bahçesi
7	Güneş ışını tuzağı (suntrap)
8	Çam ağaçları
9	Gölet
10	Yol



Project funded by
EUROPEAN UNION



Kaynaklar

- ABC acres (2016) Mobile Coop Version 2.0 - episode #019 [Online video] Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=X8cwRXPdxbs&t=209s>
- Anderson, T. (2021) 12 useful tips for organizing a seed swap [Online] December 28. 2021. Available at: <https://lovelygreens.com/how-to-organize-a-seed-swap-event/>
- Bioversity International (2017a) Mainstreaming Agrobiodiversity in Sustainable Food Systems: Scientific Foundations for an Agrobiodiversity Index. Bioversity International, Rome, Italy. <https://www.bioversityinternational.org/mainstreaming-agrobiodiversity/>
- Bioversity International (2017b) Reducing risks and seizing opportunities: integrating biodiversity into food and agriculture investments. Rome, Italy. https://www.bioversityinternational.org/fileadmin/user_upload/ABD_Index_Investor.pdf
- CICES (Common International Classification of Ecosystem Services) (2016) CICES Website. <http://cices.eu/>
- DIVERSIFOOD (2018) *Cultivating Diversity* [Online video]. Available at: https://www.youtube.com/watch?v=zXYUwRa_eUI&t=222s
- DIVERSIFOOD (2019) *Participatory Plant Breeding* [Online video]. Available at: <https://diversifood.eu/participatory-plant-breeding/>
- European Commission (2021) Sustainable agriculture in the CAP. https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/sustainability/sustainable-cap_en#documents
- Ellen MacArthur Foundation (EMF) (2015) Growth within: a circular economy vision for a competitive Europe. Cowes, UK. https://www.ellenmacarthurfoundation.org/assets/downloads/publications/EllenMacArthurFoundation_Growth-Within_July15.pdf. Erişim tarihi: 21 Şubat 2022
- FAO (1988) Building a common vision for sustainable food and agriculture. [Online] <https://www.fao.org/3/i3940e/i3940e.pdf>
- FAO (2017) Voluntary sustainability standards in agriculture, fisheries and forestry trade. FAO Trade Policy Briefs. No 30. October 2017. <https://www.fao.org/publications/card/en/c/I8843EN/>
- FAO (2021) Keep soil alive, protect soil biodiversity. FAO Symposium 19-21 April 2021 https://www.fao.org/3/cb6005en/cb6005en.pdf?fbclid=IwAR23iP_6f8ZQZDQbEixR-1yv2jq3rMGcnTew5QNTfzxtDk0t1HrqHC01Das
- FAO/UNEP (2014) Workshop on Voluntary Standards for Sustainable Food Systems: Challenges and Opportunities. Rome, Italy <http://www.fao.org/3/a-i3421e.pdf>
- FAO (2014) Family Farmers, Feeding the world, caring for the earth <https://www.globalagriculture.org/fileadmin/files/weltagrarbericht/GlobalAgriculture/SmallholdersFeedingtheworld.pdf>
- Growth Farms Australia (2018) *The advantages of mixed farming* [Online video]. Available at: <https://www.youtube.com/watch?v=pXKRhzOd1jc&t=162s>
- Hamblen, C., Speight, M. R. (1995) 'Biodiversity conservation in Britain: Science Replacing Tradition', in British Wildlife No 6, pp137-147;



Project funded by
EUROPEAN UNION



Holmes, M. (2020) Get the facts on chicken tractors [Online] Available at: <https://www.treehugger.com/facts-on-chicken-tractors-5086805>

Mackey, B., Watson, J., Worboys GL of ANU Enterprises Pty Ltd (2010) Connectivity conservation and the Great Eastern Ranges corridor, an independent report to the Interstate Agency Working Group (Alps to Atherton Connectivity Conservation Working Group) convened under the Environment Heritage and Protection Council/Natural Resource Management Ministerial Council. Available at: <https://www.activeremedy.org/wp-content/uploads/2014/10/dept-environment-climate-change-and-water-nsw-australia-2010.pdf>

Niggli, U., Schmid, H., Fliessbach, A. (2008) Organic Farming and Climate Change. Technical paper.

https://www.researchgate.net/publication/28684793_Organic_Farming_and_Climate_Change

Robinson, S.V.J., Nguyen, L.H., Galpern, P. (2022) Livin' on the edge: Precision yield data shows evidence of ecosystem services from field boundaries. *Agriculture, Ecosystem & Environment*. Vol. 333. <https://doi.org/10.1016/j.agee.2022.107956>

Seed Savers Exchange (2017) Seed Saving Guide. Available online at: https://www.seedsavers.org/site/pdf/Seed%20Saving%20Guide_2017.pdf

Sphera

<http://3gry456jeet9ifa41gtbwy7a-wpengine.netdna-ssl.com/wp-content/uploads/2020/04/CEOs-Guide-to-Sustainability-Strategy.pdf>

S.M. Fakhurul Islam and Zahurul Karim (2019) Sustainable Agricultural Management Practices and Enterprise Development for Coping with Global Climate Change <https://www.intechopen.com/chapters/68204>

Tallarico, G. (2018) Swales? or not to swale? [Online blogpost] Available at: <https://worldpermacultureassociation.com/swales-or-not-to-swale/>

Vernooy, R., Shrestha, P., Sthapit, B. (ed) (2015) Community Seed Banks. Biodiversity International

https://www.biodiversityinternational.org/fileadmin/user_upload/Community_Seed_Banks.pdf

Whitefield, P. (2004) The Earth Care Manual. Permanent Publications. ISBN 978 1 85623 021 6

Wittman, H., Chappell, M.J., Abson, D.J., Kerr, L.B., Blesh, J., Hanspach, J., Perfecto, I., Fischer, J. (2017) A social-ecological perspective on harmonizing food security and biodiversity conservation. *Reg Environ Change* 17, 1291-1301. <https://doi.org/10.1007/s10113-016-1045-9>

Modül 4: İDT faaliyetlerinin finansmanı

4.1 Uygulamada geliştirilmesine ve uygulanmasına bir katkı olarak İDT'nin finansmanı.

Bu bölüm, pratik bir iş ortamında İDT'nin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması için fon sağlamanın önemini incelemektedir. Aynı zamanda, belirli bir faaliyetin, gerekçeli finansman yoluyla belirli bir kuruluş/işletme içinde bir iş çözümü olarak kolayca tanıtılması ihtimali hakkında bir fikir verir.

Tarımın gelişmesiyle ilgili uluslararası eğilimler ve “yeşil anlaşıma” fikrinin girişiyle uyumlu olarak, tarım sektöründen farklı kuruluşlar, İklim Duyarlı Tarım (İDT) fikriyle giderek daha sık karşılaşılıyor. Bu terim, gıda güvenliğinin iyileştirilmesi ve sağlanması ve iklim değişikliğinin aktif süreçlerine uyum ile eş zamanlı olarak ilgili tarım sistemlerini tanımlar. Bu bakımdan, çiftçilerin veya gıda ve tarım alanında faaliyet gösteren kuruluşların işlerini İDT kavramlarıyla uyumlu hale getirmek veya bu kavramlara dâhil etmek için gerçekleştirmeleri gereken çok sayıda faaliyet vardır. İş yapıları genellikle İDT kriterlerini karşılayamadığından, bu, ek finansman yatırımı gerektirmektedir.

İDT tanımının belirliliği, finansmanın üç farklı şekilde uygulanabileceğini ima etmektedir. Bir taraftan bunlar, tarım teknolojileri, ekipmanı ve uygulamalı pratikleri doğrudan ilgilendiren gıda güvenliği ile ilgili faaliyetlerdir. Öte taraftan da, bir tarım çiftliğinin iklim açısından sürdürülebilir uygulamalara uygun hale getirilmesi ve doğal kaynak tasarrufu anlayışına adaptasyonu ile ilgili faaliyetlerdir. İDT'nin her iki özelliğini de belirleyen faaliyetlerin sinerjik finansmanı da hafife alınmamalıdır. Böylece hem finansman kaynaklarının çeşitlendirilmesi hem de bu finansmanın fiilen belirli faaliyetlere yatırılması mümkün hale gelmektedir.

FAO'nun İDT ile ilgili tanımına göre, uygulamaya konulması “peyzaj ölçeğinde çalışan ve sektörler arası koordinasyon ve işbirliği sağlayan bir ekosistem yaklaşımının adaptasyonunu...” gerektirmektedir. Bu özellikler, hem para birimi cinsinden hacim açısından hem de belirli şartların hayata geçirilmesi açısından ciddi bir finansman gerekliliğini göz önüne sermektedir. Bu, bir dereceye kadar, şiddetli iklim değişikliklerinin arka planına karşı, tarımsal hammadde sağlayan anlayış ve teknolojilerde topyekun bir değişiklik gerektiren gıda güvencesini sağlama fikriyle ilgilidir. Bu tür bir değişiklik, kendi adına, faaliyetlerde, altyapıda ve varlıklarda değişiklikler ve dolayısıyla bunlar için ciddi gereksinimler ve büyük çaplı hacimli yatırımlar gerektirir. Aynı zamanda, finansmanın önemli bir yönü de sektörler arası koordinasyon ve işbirliğinin sağlanmasıdır. Tarım ve gıda ile ilgili iki sektörün aşırı parçalanması, işbirliği organizasyonlarının, üretici ve işleyici birliklerinin geliştirilmesi için ek finansman gerektirecek ve ayrıca çiftliklere doğrudan yardım sağlamak için danışmanlık ve uzmanlık hizmetleri fikrinin hayata geçirilmesini de gerektirecektir.

Total İDT kavramının yaygınlaşması belirli yatırımları gerektirmektedir, çünkü günümüzde bu tür uygulamalara dair fikirler, hem tek tek ülkelerin topraklarındaki hem de bir bütün olarak Avrupa topluluğundaki tarım çiftliklerinde çok az bilinmektedir. Bu açıdan bakıldığında, İDT ile ilgili belirli faaliyetlerin başlatılması, bilgilerin belirli kuruluşlara iletilmesi için finansmana ihtiyaç olacaktır. Bu, hem İDT uygulamalarının tüm tarıma muhtemel entegrasyonu hakkında hem de İDT'nin ne olduğu ve ana faaliyetleri ve uygulamaları, İDT ile ilgili politikaların neler olduğu ve uygulamaya konulmasının amaç ve etkilerinin neler olacağı hakkında bilgileri içerir.

İDT'yi bir bütün olarak finanse etme fikri, geniş çapta erişilebilir, uygulanması kolay ve diğer finansman biçimlerinden veya diğer tür faaliyetlerle ilgili finansmandan pratik olarak bağımsız olmalıdır. Bu, faaliyetlerin etkili bir şekilde hayata geçirilmesini ve gerektiğinde hızlı bir şekilde geliştirilmesini ve güncellenmesini sağlayacaktır. Bu sebeple, finansmanın kendisi belirli önlemlerle değil, bütün bir kavramla sınırlandırılmalıdır; sadece belirli bir iş türü için mevcut

olmamalı, entegrasyon ve işbirliğine ve farklı ölçeklerde faaliyet ve üretime sahip organizasyonlar ve yapılar arasında maksimum yaygınlaşmaya izin vermelidir. Spesifik bir faaliyet olarak İDT'nin bu tür özellikleri; uluslararası, sınır ötesi, ulusal olmak üzere farklı düzeylerde sağlanmasının yanı sıra belirli bir esneklik anlamına gelir. Bu, belirli bir faaliyeti veya İDT'nin hayata geçirilmesiyle ilgili bir dizi faaliyeti sağlamak için farklı finansman kaynaklarının varlığını ima eder ve haklı çıkarır. Bununla birlikte, her bir spesifik faaliyetin spesifik gerekliliklere göre uygulanması gerekmektedir, finansman özgürlüğü ve çeşitliliği, değişen bir iklimin arka planında gıda güvencesinin sağlanması açısından İDT temel kavramını ve istenen etkinliği getirmeyecek gereksiz uygulamalara ve finansman harcamalarına yol açmamalıdır.

İDT amaçları için finansmanın önemi şu şekilde genelleştirilebilir:

- İDT kavramı hakkındaki genel bilgilerin yaygınlaştırılması;
- İDT'nin hayata geçirilmesiyle ilgili faaliyetlerin geliştirilmesi;
- İDT ile ilgili altyapının geliştirilmesi;
- İDT için önemli varlıkların satın alınması;
- İDT faaliyetleri ile ilgili işbirliğinin geliştirilmesi ve koordinasyonu.

4.2 İDT finansmanı alanındaki mevzuat

Bu bölüm, her bir ortak ülke için sunulan ulusal düzenlemelerle birlikte uluslararası, Avrupa ve ulusal düzeydeki ana düzenleyici kaynakları özetlemektedir.

İDT ile ilgili tüm faaliyetlerin finansmanının yanı sıra varlıkların satın alınması ve altyapıların ve altyapı sahalarının geliştirilmesi, oldukça yüksek özellikler ve kavramsal bir bakış açısıyla izlenen hedefler sebebiyle yasal olarak düzenlenmelidir. Bu noktada, uluslararası yasal düzenlemeler dışında, özel olarak İDT ile ilgili finansman ve faaliyetleri hedefleyen herhangi bir mevzuat bulunmamaktadır. Bununla birlikte, kavramsal olarak İDT fikrine karşılık gelen, bir dereceye kadar faaliyetlerin finansmanını ve varlık edinimini sağlayan mevzuat kaynakları vardır. Bu bakımdan, mevzuat, bölgesel kapsamına bağlı olarak aşağıdaki gibi sunulabilir:

4.2.1 Uluslararası

Bu, İDT'nin finansmanı ile ilgili belirli yasal düzenlemelere atıfta bulunan veya şu veya bu anlamda yönergeler veren tüm uluslararası sözleşmeleri, anlaşmaları, protokolleri, konvansiyonları ve düzenlemeleri içerir. İDT fikrinin ikili doğası olduğundan, daha spesifik olarak iklim veya tarımla ilgili kaynaklar da uluslararası olanlar arasına dahil edilebilir. Aşağıda uluslararası mevzuatın daha önemli düzenlemelerine yer verilmiştir:

- Biyolojik Çeşitlilik Sözleşmesi (BÇS)
- Birleşmiş Milletler İklim Değişikliği Çerçeve Sözleşmesi (UNFCCC)
- Kalıcı Organik Kirleticilere (KOK'lar) İlişkin Stockholm Sözleşmesi
- BM Çölleşmeyle Mücadele Sözleşmesi (UNCCD)
- Cıvaya İlişkin Minamata Sözleşmesi
- Paris Anlaşması
- Kyoto Protokolü
- Cancún Anlaşmaları

4.2.2 Avrupa

Avrupa mevzuatı içerisinde doğrudan İDT finansmanını hedefleyen özel bir düzenleme, direktif veya karar bulunmamaktadır. Bununla birlikte; tarım, ekoloji ve iklim açısından sürdürülebilir uygulamalarla ilgili faaliyetlerin ve varlıkların finansmanı ile ilgili olarak, aşağıdaki yasal düzenlemeler uygulanabilir kaynaklar olarak kabul edilebilir:

- Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu, Avrupa Sosyal Fonu, Uyum Fonu, Kırsal Kalkınma için Avrupa Tarımsal Fonu ve Avrupa Denizcilik ve Balıkçılık Fonu hakkında ortak hükümler belirleyen ve Avrupa Bölgesel Kalkınma Fonu, Avrupa Sosyal Fonu, Uyum Fonu ve Avrupa Denizcilik ve Balıkçılık Fonu ve 1083/2006 sayılı ilga edici Konsey Tüzüğü (EC) hakkında genel hükümlerin belirleyen 17 Aralık 2013 tarihli ve (AB) 1303/2013 sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Tüzüğü
- Avrupa Sosyal Fonu hakkında 17 Aralık 2013 tarihli ve (AB) 1304/2013 sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Tüzüğü ve 1081/2006 sayılı ilga edici Konsey Tüzüğü (EC)
- Kırsal Kalkınma için Avrupa Tarımsal Fonu (EAFRD) tarafından kırsal kalkınmanın desteklenmesi ilişkin 17 Aralık 2013 tarihli 1305/2013 sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Tüzüğü (AB) ve 1698/2005 sayılı ilga edici Konsey Tüzüğü (EC)
- Ortak tarım politikasının finansmanı, yönetimi ve izlenmesine ilişkin 17 Aralık 2013 tarih ve 1306/2013 sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Tüzüğü (AB) ve 352/78 (EEC), 165/94 (EC), 2799/98 (EC), 814/2000 (EC), 1290/2005 (EC) ve 485/ 2008 (EC) numaralı ilga edici Konsey Tüzükleri
- Ortak tarım politikası çerçevesinde destek programları kapsamında çiftçilere doğrudan ödemeler için kurallar koyan 17 Aralık 2013 tarihli ve 1307/2013 sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Tüzüğü (AB) ve 637/2008 (EC) numaralı ilga edici Konsey Tüzüğü ve 73/2009 (EC) numaralı Konsey Tüzüğü
- Tarım ürünlerinde piyasaların ortak bir organizasyonunu kuran 17 Aralık 2013 tarihli ve 1308/2013 sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Tüzüğü (AB) ve 922/72 (EEC), 234/79 (EEC), 1037/2001 (EC) ve No 1234/2007 (EC) numaralı ilga edici Konsey Tüzükleri
- Avrupa Denizcilik ve Balıkçılık Fonu hakkında 15 Mayıs 2014 tarih ve (AB) 508/2014 sayılı Avrupa Parlamentosu ve Konsey Tüzüğü ve 2328/2003 (EC), 861/2006 (EC), 1198/2006 (EC) ve 791/2007 (EC) ve 1255/2011 (AB) numaralı ilga edici Avrupa Parlamentosu ve Konsey Tüzükleri

4.3 Finansman kaynakları

4.3.1 Sübvansiyonlar ve hibeler

Sübvansiyonlar ve hibeler, çoğunlukla belirli bir devletin hükümeti tarafından doğrudan, ortaklaşa veya dolaylı olarak yönetilen ve belirli bir politikanın uygulanmasıyla alakalı olan bir finansman biçimidir. Hem hibeler hem de sübvansiyonlar karşılıksız finansman olmasına rağmen, iki finansman şeklinde önemli bir fark vardır. Hibeler, tasarım ve planlamaya tabi olması gereken belirli bir faaliyeti gerçekleştirmek için ödenen araçlardır, yani hibe programı bir proje teklifi hazırlanarak gerçekleştirilir. Hibe programları ve planları genellikle rekabetçi bir temelde geliştirilir ve başvuru sahiplerinin finansman için onaylanmak üzere yerine getirmeleri gereken bir dizi gereklilik söz konusudur. Hibeler genellikle yalnızca, onaylanan hibe alanlar proje teklifinde öngörülen faaliyetlerin çoğunu gerçekleştirdiğinde ve burada önceden hedeflenen varlıkları edindiğinde ödenir. Bununla birlikte, planların, önlemlerin ve

Common borders. Common solutions.

programların bazıları, yalnızca belirli ve önceden planlanmış durumlarda, finansmanın bir kısmının avans ödemesini öngörmektedir. Hibelerin bir özelliği, ulusal düzeyin üzerinde karşılıksız finansman olmalarıdır. Hibe veren, proje teklifinin yalnızca belirli bir kısmının finansmanını sağlayabilir veya yürütülen politikaya veya belirli hususi yönlere bağlı olarak tamamını da finanse edebilir.

Sübvansiyonlar da hükümet veya diğer kurumlar tarafından ödenir, ancak bunlar bir ön proje teklifi gerektirmez. Yararlanıcılar; iklimsel, antropojenik veya biyolojik faaliyetlerin olumsuz sonuçlarının üstesinden gelmek için para transferi, vergi indirimleri ve vergi afları, kuponlar vb. şeklinde karşılıksız finansal araçlar alırlar. Sübvansiyonlar genellikle ulusal düzeyde veya bölgesel düzeyde politika yürütmek amacıyla kullanılır. Bir finansman biçimi olarak sübvansiyon daha çok belirli faaliyetlerle ilgilidir ve büyük ölçüde bir yatırım değildir.

Finansman kaynaklarına bağlı olarak; ulusal, sınır ötesi, topluluk veya uluslararası düzeylerde yönetilen çeşitli mekanizmalar, şemalar, programlar, projeler, politikalar vb. ayırt edilebilir.

4.3.1.1 Küresel kaynaklar - çok taraflı mekanizmalar - FAO fonları

İDT'nin finansmanına yönelik en güçlü politikalardan biri uluslararası düzeyde yürütülmektedir. Çok taraflı finansman, genellikle belirli uygulamaların hızlandırılmış benimsenmesi ihtimaliyle ilişkilendirilir. Bu bağlamda, bu tür bir finansman, iklim açısından sürdürülebilir uygulamaların daha geniş çapta kabul görmesi için bir ön koşuldur ve akıllı tarımın ulusal ve bölgesel düzeylerde hızlandırılmış entegrasyonunu sağlar. Bu türden bir finansmanın önemli bir özelliği, büyük uluslararası kuruluşlar veya sözleşmeler, anlaşmalar veya protokollere dayalı fonlar tarafından yönetilmesidir; belirli bir alanda proje politikasını yürütmesi doğrudan ulusal hükümetlere sağlanmaktadır.

Bu tür fonların imkanları, çok sayıda devletin çok taraflı katılımının bir sonucu olarak ortaya çıkmaktadır. İDT ile ilgili olarak; ana finansman, UNFCCC - Küresel Çevre Tesisi Güven Fonu, Özel İklim Değişikliği Fonu, En Az Gelişmiş Ülkeler Fonu, Yeşil İklim Fonu, Uyum Fonu altında oluşturulan fonlar kapsamında yürütülmektedir.

Bu fonların temel fikri, biyolojik çeşitliliğin korunması, iklim değişikliklerinin etkilerinin azaltılması, gıda güvenliği, su kaynaklarının korunması, ormanların sürdürülebilir yönetimidir. Çok taraflı finansmanın spesifik bir özelliği, münhasıran veya öncelikli olarak iklime dayanlı tarımı bağımsız olarak veya belirli bir topluluğun parçası olarak geliştiremeyen gelişmekte olan ülkelere sağlanmasıdır. Dolayısıyla Bulgaristan, Romanya ve Yunanistan gibi ülkeler ve diğer Avrupa Birliği üyesi ülkeler yukarıdaki fonlardan finanse edilebilecek ülkeler arasında yer almamaktadır. Finansman, belirli bir fona çok taraflı kuruluşlar olarak hizmet veren ulusal kurumlar aracılığıyla yapılır.

4.3.1.2 Uluslararası sistemler - ikili mekanizmalar

İkili mekanizmalar, finansman sağlama açısından çok taraflı olanlardan farklıdır. İkili kaynaklarla, bağışçı doğrudan alıcıya finansal yardım sağlar. Bu, kamu sektörünün farklı kurumları veya vakıflar aracılığıyla hem hükümet düzeyinde hem de hükümet dışı düzeyde yapılabilir. Bulgaristan ve Romanya'da, Amerika için Bulgaristan vakıfları ve Romanya-Amerikan Vakfı faaliyet gösteriyor ve belirlenen önceliklere bağlı olarak belirli proje ve girişimleri desteklemeye yönelik faaliyetler yürütüyor. ABD Kongresi tarafından kurulan ve ABD Uluslararası Kalkınma Ajansı tarafından finanse edilen her iki vakıf da halka açıktır. Kırsal bölgelerin kalkınması, çiftçilerin niteliklerinin artırılması, kırsal ağların işbirliği ve geliştirilmesi vb. ile ilgili sürdürülebilir uygulamaların finansmanı, iki ajansın önceliklerinin bazılarıdır.

ABD Uluslararası Kalkınma Ajansı (USAID), ikili mali desteğin bir parçası olarak, son derece elverişsiz bölgelerde tarım ve gıda güvencesine ciddi ölçüde yardımcı oluyor. Gıda ve tarım alanında USAID, Geleceği Besle (Feed the Future) ve Gıda Yardımı (Food Assistance) olmak üzere iki girişim çerçevesinde faaliyet göstermektedir. Her ikisi de, potansiyel veya yüksek gıda güvencesizliği riski bulunan gelişmekte olan ülkeleri hedefliyor. İklimin etkilerinin azaltılmasına yönelik olarak gıda ve tarımın değişen iklime uyum sağlamasına yönelik girişimler de geliştirilmiştir.

4.3.1.3 Ulusal programlar

İDT'nin finansmanına ilişkin ulusal programlar oldukça spesifik ve genellikle belirli bir ülkenin hükümeti tarafından yürütülen tarım ve iklim alanındaki politikaya bağlıdır. Örneğin Bulgaristan Cumhuriyeti tarıma (bitkisel üretim, hayvancılık, arıcılık) 60 farklı türde devlet yardımı kullanmıştır ve kullanmaya devam etmektedir. Çoğu zaman, ulusal yardım doğrudan sübvansiyon ödemesi şeklindedir; önlemlerin çoğu bu şekilde işler ve telafi edici niteliktedir. Tarıma yönelik bir diğer ulusal destek biçimi, özellikle şarap sektöründe olmak üzere, hizmetlerin finansmanı ve sübvansiyondur. Ulusal desteğin özel bir biçimi, kullanılmış dizel yakıt için özel tüketim vergisinin geri ödenmesi şeklinde yakıt için kupon sağlanmasıdır. Ana biçim, çiftçiler için yeni tarım ekipmanlarına veya yeni binalara yatırılması gereken %60'lık bir indirim şeklinde kurumlar vergisi indirimidir. Ulusal yardım, maddi ve maddi olmayan varlıklara yapılan yatırımlar için verilen ve genellikle yapılan sermaye maliyetlerinin %50'sine kadar finanse edilen sermaye sübvansiyonları şeklindedir. Milli yardımların en ilginç biçimlerinden biri de devlet tarafından garanti ve kredi imtiyazları sağlanmasıdır.

Hükümetin öngördüğü çeşitli önlemlerden bağımsız olarak, genellikle kısa vadeli oldukları için bu tür programların zamanında araştırılması önemlidir. Aynı zamanda, kalıcı olmayıp belirli bir süre ile sınırlıdır ve kesinlikle ulusal tarımın ilgili alt sektöründeki belirli politikaya ve gerekli kararlara ve eğilimlere bağlıdır. Spesifik olarak, İDT ile ilgili olarak, ulusal yardımlar pratikte mevcut değildir. Bunun sebebi, İDT'de öngörülen faaliyet ve uygulamaların; olumsuz iklim etkilerinin üstesinden gelinmesi, hafifletilmesi ve gıda güvencesinin sağlanmasına yönelik tedbir ve programlar açısından çiftçilere yönelik desteklerle benzerlik göstermesidir. Eşzamanlı olarak, hükümetin olumsuz iklimsel süreçlerin ve olayların telafisi için sağlanan fonları vardır ve böylece dolaylı olarak gıda güvencesi sağlar.

Diğer taraftan, belirli tarımsal hammaddeler için acil bir ihtiyaç ortaya çıktığında, hükümetler, yerel çiftliklerin ülkede ihtiyaç duyulan gıdayı karşılayabilmeleri için yeterli kaynaklara sahip olmasını sağlamak için acil durum önlemleri almaya eğilimlidir. Bu tür acil durum önlemleri; Bulgaristan'daki tarım üreticilerinin Corona virüsü enfeksiyonunun pandemik etkilerinin üstesinden gelmelerine yardım ve 2021 boyunca Dobrudzha bölgesindeki kuraklığın olumsuz etkilerinin üstesinden gelmek için devlet tazminatlarıdır.

4.3.1.4 İDT faaliyetleri finansmanının belirli bir kaynağı olarak AB fonları, programları ve hibeleri.

Avrupa Birliği, onaylanan topluluk politikasına dayanarak, çeşitli ekonomik sektörlerde hedeflenen değerlere ve ilkelere ulaşmak için finansman üstlenir. Tarım ile ilgili olarak, AB en iyi finansman politikalarından birine sahiptir. Kırsal Kalkınma için Avrupa Tarım Fonu (EAFRD) bunların en büyükleri arasındadır. Uygulamada, kırsal bölgelerin kalkınmasının finansmanı, toplumun ortak tarım politikasının ikinci ayağı ve tarımsal üretim açısından en önemli faaliyetlerden biridir.

Kırsal bölgelerin genel kalkınmasının yanı sıra, finansmanın amaçlarından biri çevre dostu tarım ve gıda güvencesi, öncelik ise sürdürülebilir kalkındır. Bu bağlamda, ortak tarım politikasının

Common borders. Common solutions.

amaçları ve çerçeve kavramı ve tarımsal faaliyetlerin finansmanı, büyük ölçüde İDT'nin temel kavramını kapsamaktadır. Bu sebeple, kırsal bölgelerin kalkınmasına yönelik Programlar kapsamındaki genel finansman, İDT ile ilgili faaliyetlerin finansmanı olarak kabul edilebilir. Bu sonuç aynı zamanda bazı hibe, kredi ve önlemlerin sürdürülebilir kalkınmanın gerekliliklerini karşılayan ve düşük karbonlu uygulamaları, rejeneratif tarımı ve organik üretimi teşvik eden projeleri finanse etmesinden kaynaklanmaktadır. EAFRD'den finansman sağlamanın ana yolu, ilgili üye ülkeler tarafından ulusal veya bölgesel düzeyde yönetilen Kırsal Kalkınma Programları'dır (KKP'ler). Bu programlar, Avrupa Komisyonu tarafından onaylandıktan ve bildirildikten sonra yerel yönetim otoritesinin kararıyla ulusal bir prensibe göre daha fazla finanse edilebilir. Her KKP'nin, tarım bölgelerinde sürdürülebilir tarımın finansmanını, yatırımını ve gelişimini hedefleyen bir dizi önlemi vardır. Bir KKP tarafından sağlanan fonların en az %30'u çevre ve iklim değişiklikleri ile ilgili önlemler için olmalıdır ve çiftçilere hibe veya doğrudan ödeme şeklinde sağlanmalıdır. Finansmanın en az %5'i, faaliyet gösterdikleri bölgenin özelliğine göre kendi stratejilerini ve finansman önceliklerini belirleyen Yerel Eylem Gruplarına (YEG) yönlendirilmelidir. EAFRD'nin bir parçası olarak, tarım üreticilerine açık olması gereken ve EAFRD'nin amaçlarına uygun modern projeleri finanse etmesi gereken krediler, garantiler, mikro krediler, sermaye yatırımları şeklinde finansal araçlar kullanılabilir. Avrupa Birliği Uyum Fonu ayrıca biyoçeşitlilik, çevre, sürdürülebilir kalkınma (özellikle kentsel alanlarda) ve özel altyapı inşaatı ile ilgili belirli İDT ile ilgili faaliyetler için fon sağlayabilir. Bu tür fonların tarım üreticilerine verilmediği vurgulanmalıdır. Bu tür programlar, Bulgaristan'da Çevre Operasyonel Programı, Yunanistan'da Ulaştırma Altyapısı, Çevre ve Sürdürülebilir Kalkınma Programı ve Romanya'da Bölgesel Operasyonel Program'dır.

Yukarıda açıklanan Avrupa yapısal fonlarının programları; projeleri ve faaliyetleri finanse edebilir ve yalnızca AB üye ülkeleri tarafından kullanılabilir. Bir devlet katılım öncesi prosedürdeyse, katılım öncesi araçlar belirli faaliyetlerin finansmanı için kullanılabilir. İDT ile ilgili olarak, AB'ye katılma sürecinde olan devletlerde kırsal bölgelerin ve tarımsal üretimin kalkınmasını amaçlayan Katılım Öncesi Yardım Aracı - Kırsal Kalkınma Bileşeni bulunmaktadır.

Böyle bir bileşenin temel amacı, sürdürülebilir kalkınmayı sağlamak ve aday devletin gıda güvencesini sağlamak ve ayrıca tarımsal uygulamaları Ortak tarım politikası ile uyumlu hale getirmektir. Şu anda Türkiye'de varlıklara yatırım, tarımsal ekoloji, iklim ve biyo tarım, çeşitlendirme ve iş geliştirme, teknik yardım vb. ile ilgili bu şekilde altı finansman programı aktiftir.

4.3.2 Yatırım finansmanı

Yatırım yoluyla finansman, özellikle bilgisi küçük bir girişimci grubunda yoğunlaşan popüler olmayan önlemlerin finansmanından söz edildiğinde gündeme gelen bir finansman yöntemidir. Şu anda İDT fikri geniş ölçekte popüler olmadığından ve onun genel konsepti hakkında gerekli bilgiye görece küçük bir insan çevresi sahip olduğundan, bu tür fikirlerle ilgili yatırımların finansmanı kilit önemdedir.

Yatırım yoluyla finansman sağlamanın farklı yolları vardır. Bu yollardan biri, bir şirket kurmak ve özellikle İDT ile ilgili faaliyetlere yönelik özsermaye katkısı şeklinde kaynak yaratmaktır. Diğer bir yol ise kendi mali kaynaklarının kullanılması ve start-up'ların kurulmasıdır. Önemli bir araç da bir iş planına dayalı özsermaye katkısı şeklinde hâlihazırda mevcut olan işletmelerde yatırım fonu yaratmaktır.

Son olarak, bir finansman aracı aynı zamanda şirketler arası kredilerin yanı sıra temettü finansmanı, tahvil finansmanı, menkul kıymetlere hedeflenen yatırım vb'dir. Son üç yöntemin uygulanması oldukça karmaşıktır ve pratik olarak büyük şirketlerde mümkündür, küçük çiftçilerin onlara erişimi yoktur.

4.3.2.1. İDT faaliyetleri alanında uzmanlaşmış şirketlerin kurulması

Bu finansman şekli, tarım ve küçük tarım üreticileri söz konusu olduğunda, belirli fikirlerin gerçekleştirilmesi için görece az kullanılan bir finansman yöntemidir. Genellikle büyük şirketler tarafından belirli faaliyetleri yürütmek için kullanılır: Tamamen yeni bir şirket kurulur ve yeni şirketin sermayesinin bir kısmına sahip olan ve verimli yönetim amacıyla kontrol veya çoğunluk hisselerini elinde bulunduran yatırımcıları çeker.

Küçük ve orta ölçekli tarım üreticileri söz konusu olduğunda, daha küçük ölçekte de olsa bu tür yatırımlar da mevcuttur, çünkü faaliyetin yürütüldüğü ülke hangisi olursa olsun hemen hemen tüm mevzuatlarda amaca uygun sermaye şirketleri veya işbirliğinin sermaye dışı şekilleri vardır. Bu, ortak bir hedefle - İDT ile ilgili faaliyetlerin üstlenilmesi - belirli fonlara, varlıklara ve bilgiye sahip çiftçi birliklerinin kurulmasına izin verir. Uygulamada, bu tür dernekler veya işbirliği, bir tür İDT faaliyetidir, çünkü bu tür uygulamalar İDT'nin temel kavramıdır.

Belli bir amaca ulaşmak için ortaklık veya işbirliği yapılabilir ve bu amaç gerçekleştirildikten sonra şirket tasfiye edilebilir. Öte yandan, sermaye şirketleri kurulurken varlıkları, kalıcı ortaklık ve belirli iş fikirlerinin geliştirilmesine yönelik uzun vadeli bir strateji ile ilgilidir. Geçici bir derneğe tipik bir örnek, kırsal kalkınma Programlarının ölçütlerinden birine göre faal grupların oluşturulmasıdır. Ana fikir; araştırma kuruluşları, danışmanlık şirketleri ve tarım üreticileri ile dernekler kurarak bilimden pratiğe yenilikler getirecek bir şirket kurmaktır.

4.3.2.2. Start-up'lara yatırım yapmak

Start-up'lar doğaları gereği yenilikçi bir iş fikrini hayata geçirmek amacıyla kurulan yeni iş organizasyonlarıdır. Bu tür şirketler nispeten küçük ölçeklidir ve fikirlerini hayata geçirmek için hızlı ek finansmana ihtiyaç duyarlar. Aynı zamanda, geliştirdikleri ürünün oldukça yenilikçi doğası nedeniyle büyük miktarda belirsizliğe dayandıkları için oldukça riskli girişimlerdir. İDT ile ilgili olarak, sulama için güneş enerjisi pompaları veya kendi gıdalarının yetiştirilmesine yardımcı olmak için hizmetler gibi ürünler sunan çok sayıda start-up vardır.

Start-up kurmak tek başına finansmanla ilgili olmak zorunda değildir. Geliştirilmekte olan ürün veya hizmetler son derece uygulanabilir olmalıdır. Böylece, böyle bir faaliyetin öz sermaye yatırımı yoluyla finansman alma ihtimali önemli ölçüde artar. İDT faaliyetleri için finansman alma mekanizması, herhangi bir yeni kurulan işletmenin finansmanından farklı değildir.

Birincisi, düşük fonlama ile belirli bir ürün veya hizmet geliştiren düşük bütçeli bir şirketin kurulmasıdır. Yatırım finansmanı için bir proje teklifinde uygun şekilde sunulması veya sosyal ağlarda veya diğer uygun ortamlarda tanıtılması çok önemlidir. Yatırım finansmanı teklifini daha sonra potansiyel ortakların seçimi takip eder. Finansman sürecinde kurulan şirket aracılığıyla ürünün veya hizmet üzerindeki hakların büyük bir kısmının finansman kuruluşunun mülkiyetine geçmesi mümkündür. Alınan finansmana bağlı olarak, ilgili ürün veya faaliyet daha sonra pratik kullanım için hayata geçirilir. Bu aşamada yeni ürün ve hizmetler gerçek üretim şartlarında test edilmediğinden finansman kuruluşu açısından önemli bir risk bulunmaktadır. İyi pazarlanırlarsa, yatırımcılar ilk yatırıma ek sermaye, krediler, garantiler, temettü finansmanı veya hibeler şeklinde daha fazla fon ilave edebilir.

4.3.2.3. Yatırım finansmanı çekmek

Yatırım finansmanı çekmek, bir iş fikrinin uygulanması için başlı başına istisnai bir zorluktur. Bu, yatırımcıların ve finansman sağlayan kuruluşların iş fikrinin gerçekleşmesi için önemli bir risk üstlenmeleri sebebiyle önemli gereksinimleri ile ilgilidir. Bu tür finansman biçimleri ABD, Kanada, Avustralya ve Büyük Britanya için veya Anglo-Sakson yasama sistemine özgüdür. Avrupa Birliği sınırlarında, iş projesinin finansmanı öncelikle ticari bankalardan sağlanan dış finansman

Common borders. Common solutions.

ile yapılır. Ancak bazı durumlarda iş projesi, yatırım finansmanı stratejilerinden biri aracılığıyla finanse edilebilir.

Yenilikçi bir süreç olarak İDT'nin finansmanı, projenin büyüklüğüne ve yatırım yapılan kuruluş veya şirkete bağlı olarak üç farklı şekilde yapılabilir.

İlk olarak, çok küçük ve mikro aile projelerinde, yatırım genellikle aile düzeyinde yapılır, potansiyel yatırımcılar (aile üyeleri) birikimlerini ve varlıklarını start-up'a yatırır. Yakın ilişkilere rağmen, gerçek kişilerin birikimleri özel nitelikte olduğundan ve (özellikle yaşlı aile üyelerinde) belirli bir yaşam standardının sağlanmasıyla ilgili olduğundan, bu tür bir yatırım bir iş planı geliştirmeyi ve sunmayı da gerektirir. Böyle bir yatırım oldukça risklidir çünkü şirket çok erken bir aşamadır ve iş amacının hayata geçirilebileceği belirsizdir.

Başlangıç türündeki bir işe yapılan yatırımlarla ilgili olarak, melek yatırımcılar oldukça ilginçtir. Çoğu zaman, bunlar nispeten düşük meblağlarda katkıda bulunan gerçek kişiler ve yatırımcılardır: 5 ila 250 bin Euro gibi. Başlangıç düzeyinde, yatırım, gelişmelerinin ilk aşamalarındaki şirketlere ve bir dereceye kadar genç ama istikrarlı şirketlere yapılır. Bu durumdaki risk, özellikle start-up'lar ve genç aşamadaki şirketler açısından da nispeten yüksektir. Yatırımlar 3-8 yıllık bir süre için yapılır ve istenen yatırım getirisi %20-35 aralığındadır. Bu örnekte bir tuhaflık, melek yatırımcıların sermayenin yanı sıra start-up için son derece önemli olan yönetim bilgisi ve tecrübesi de sağlamasıdır.

Spekülasyon sermayesi olarak adlandırılan resmi risk sermayesi yatırımı, yatırımcıların (kişiler veya kuruluşlar) yüksek getirili olması beklenen yüksek riskli projeleri finanse ettikleri resmi bir yatırım türüdür. Bununla birlikte, bu tür yatırımlarda risk düzeyi, melek yatırımcı yatırımına göre daha düşük, sermaye ihtiyacı nispeten daha yüksektir ve şirketler ise genç aşamada olsa da konseptleri nettir. Bu yatırım türünde, melek yatırımcılara benzer şekilde, yatırımcılar aktif katılımcılardır, yani şirketin gelişimi için kılavuzlar belirlerler, finansal planlar tasarlarlar ve yönetim kararlarında yer alırlar. Bu yatırım türü, daha uzun, genellikle 5-10 yıl içinde, bir geri dönüş süresine sahiptir. Yatırımlar 1 ile 10 milyon Euro arasındadır.

Sermayenin en yüksek ihtiyaçları, IPO programı - hisse senetlerinin ilk halka arzı - yoluyla finanse edilmektedir. Bu tür kaynak yaratma, gelişmelerinin ileri bir aşamasında olan ve büyük yapısal projeleri garanti altına almak için finansman arayan büyük şirketler tarafından yapılır. Yatırımın geri dönmesi çok yüksektir - en az 5 ve 10 yıldan fazla, riskler nispeten daha düşüktür ve finanse edilen faaliyetin istikrarı da çok yüksektir. Yatırımcılar farklı kişi veya kuruluş kategorilerinden olabilir, aktif yatırımcı olmak zorunda değildirler, yani daha sonra satmak veya temettü ve faiz almak amacıyla hisse senedi ve tahvil satın alabilirler. Bununla birlikte, büyük hisse blokları satın alırken, yatırımcılar, sunulan finansman karşılığında finansman alan şirkette belirli politikalar getirmeyi amaçlayabilirler. Bu tür yatırımlar genellikle 100 milyon Euro'dan büyüktür.

İDT ile ilgili olarak, son iki finansman türü, ihtiyaç duyulan aşırı miktarda formalite nedeniyle muhtemel değildir. İDT'nin ana hedefi gıda güvencesini sağlamak olduğundan, yatırım hızlı olmalı, uzun vadeli soruşturma, kayıt ve çeşitli izin rejimlerinden bağımsız olmalıdır. Öte taraftan, tarımsal üreticiler küçük ölçekli şirketler veya gerçek kişilerdir. Bu sebeple, yatırım sermayesi finansmanının en uygun biçimlerinden biri melek yatırımcıları çekmektir. Bulgaristan'da, kendiışlerini geliştirirken yatırım sürecine yardımcı olmak amacıyla kurulmuş bir Melek Yatırımcılar Derneği bulunmaktadır.

4.3.2.4. Ticari krediler

Bir kuruluşun finansmanı için son ihtimallerden biri de finans sektöründe öngörülenden farklı şirket, kuruluş ve firmalardan kredi almaktır. Bu, yüksek riskli bir finansman şeklidir çünkü

finansman kuruluşu, kredi alıcısının ödünç alınan araçları geri ödeme ihtimali hakkında her zaman ayrıntılı araştırmalar yapmaz. Diğer taraftan, böyle bir krediyi almak ağır resmi prosedürlerle yükümlü olmadığından görece kolaydır ancak finansmanın boyutu nispeten sınırlıdır. Faizler oldukça yüksektir ve kredi geri ödeme süresi çok daha kısadır. İDT bakış açısına göre, bu tür bir finansman ancak diğer tüm seçenekler tükendiğinde ve finansman ihtiyacı acil olduğunda haklı görülebilir.

4.3.3. Banka finansmanı

Banka finansmanı, farklı faaliyet türlerini finanse etmenin en iyi organize edilmiş ve en iyi kullanılan yollarından biridir. Banka finansmanı, yatırım finansmanının aksine Avrupa Birliği topraklarında ve Asya'daki bazı ülkelerde, özellikle mikro, küçük ve orta ölçekli olarak sınıflandırılabilen işletmeler arasında yaygındır. Ayrıca, banka finansmanı, önceden belirlenmiş bir prosedüre göre ve borçlunun mali durumunun kapsamlı bir analizinden sonra genellikle çok daha sınırlı fonlar sağlar. Bu şekilde ödünç alınan araçların geri ödenmesi, faiz şeklinde belirli bir bedelin ödenmesi ile ilgilidir; diğer bir büyük avantaj da geri ödemede tüm tutarın tek seferde değil (bazı istisnalar dışında) birkaç taksit halinde yapılmasıdır.

4.3.3.1. Faaliyetlerin finansmanı

Belirli faaliyetlerin banka fonlarıyla finanse edilmesi, çoğunlukla işletme kredileri veya işletme sermayesi kredisi yardımı veya portföyü şeklindedir. Avrupa Birliği sınırlarındaki banka sektörünün büyük bir bölümü, tarım üreticilerine özel olarak tasarlanmış işletme kredileri sunmaktadır. Bu sektöre yardımcı olmak için bazı bankalar, tek alanlı ödeme planlarına göre devlet sübvansiyonu teminatı karşılığında döner veya işletme kredileri şeklinde özel ürünler geliştirmektedir. Bu tür kredi araçları geliştirilmiştir ve şu anda Türkiye, Ermenistan ve Gürcistan topraklarında da faal durumdadır. AB dışındaki ülkelerin hususi bir özelliği, tarımsal faaliyetler ve ürün yetiştirme için banka kredilerinin amaca özel ve tohum, gübre, bitki koruma ürünleri, yem, arıcılık için sarf malzemeleri ve diğer tipik tarımsal faaliyetlerin satın alınmasına bağlı olmasıdır. Genellikle büyümeye yönelik faaliyetlerin finansman maliyeti çok yüksek olmayıp 100 bin Euro'ya denk düşen değerler içindedir.

İDT'nin etkin finansmanına bir örnek Türkiye'den gelmektedir. Türk banka sektörü, iyi tarım uygulamalarının uygulanmasına ilişkin özel krediler ve genç çiftçilere yönelik krediler sunmaktadır. Bu tür araçlar, biyoçeşitliliğin korunması, sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir uygulamalara odaklanarak çevre dostu, güvenli ve sağlıklı bitki ve hayvan üretiminin finansmanını hedeflemektedir. Aynı zamanda, organik çiftçiler için özel kredilerin yanı sıra AB katılım öncesi fonları için kredi programları da bulunmaktadır.

İşletme sermayesi finansmanı genellikle en hızlı ve kolay finansman biçimlerinden biridir. Hızlı onay ve gerekli belge sayısının az olması ciddi bir avantajdır. Tarım üreticilerinin faal olması, mesleki faaliyetlerini düzenli olarak gerçekleştirmesi, minimum iki yıllık kredi geçmişine sahip olması ve üreticinin gelir veya kazançlarını ve faaliyetin mali sonuçlarını gösteren belgeleri (en az olarak kâr zarar tablosu) sunması önemli bir gerekliliktir. ve faaliyetin finansal sonuçları. Faaliyetlerin işletme sermayesi finansmanının hususi bir özelliği, nispeten kısa vadeli olmasıdır - genellikle bir yıl veya bir sezon için sağlanır ve ödünç alınan fonların geri ödenmesi için en uzun vade 5 yıldır (krediler daha büyükse bir istisna olarak 10 yıla kadar uzar).

4.3.3.2. Varlıkların ve yatırımların finansmanı

İş planları ve işletmelerin gelişimi için bir kredi ve yatırım tesisi yoluyla varlık satın alımının finansmanı, yeni kurulan şirketler için veya faaliyeti genişletirken fon almanın en yaygın biçimlerinden biridir. Bu bağlamda, çeşitli kredi planları, kredi limitleri, kredi çerçeveleri ve

Common borders. Common solutions.

kredi portföyleri şeklinde çok sayıda fon alma seçeneği vardır. Tarımsal üretime ilişkin iş fikirlerine yatırım ve varlık alımı için kredilendirme imkanları açısından AB içi ve dışı ülkeler arasında önemli bir fark söz konusu değildir.

Ancak yatırım kredileri, banka tarafından fon sağlama biçimi ve potansiyel kredi alıcısının ihtiyaçları açısından çok daha komplikedir. Banka kurumu, şirketin veya tarımsal üreticinin mali ve ekonomik durumunun kapsamlı bir şekilde araştırılmasını üstlenir. Mevcut varlıklar, ana faaliyetin durumu, yetiştirilen ürünler ve bunların gelir potansiyeli, işletme veya kuruluşun oluşum ve gelişme tarihi, satışlar, ticari karşı taraflara olan alacak ve yükümlülükler, işletme veya kuruluş tarafından alınan krediler veya diğer krediler ve işin getirisi ayrıntılı olarak ele alınır. Bu sebeple, gerekli belgelerin ana kısmı en son hazırlanan (genellikle ay sonu veya son üç aylık dönem) veya yıllık mali raporlardır. İDT konseptine karşılık gelen bir çalışma mekanizmasının geliştirilmesi amacıyla, belirli bir faaliyetin uygulanmasını sağlamak için genellikle mevcut olanlardan farklı varlıkların haklı olarak satın alınması gerektiğinden, tüm faaliyeti gerekli varlıkları ve finanse edilecek İDT yatırımının özü ayrıntılı olarak açıklayan bir iş planı gereklidir.

En sık kullanılan kredilendirme biçimlerinden biri, fon teminatlı kredidir ve finansman, AB üye ülkelerinde Kırsal Kalkınma Programından proje uygulaması için bir sözleşme imzalandıktan sonra alınır. Bu tür kredilendirmede, imzalanan sözleşme temelinde, projede öngörülen faaliyetlerin gerçekleştirilmesi ve varlıkların satın alınması için yatırımın ön finansmanı söz konusudur ve sözleşmenin uygulanmasından ve fonların geri ödenmesinden sonra, krediler geri ödenecektir. Proje uygulamasının tamamının Program tarafından sağlanan fonlardan karşılanmadığı veya yapılan harcamaların bir kısmının uygun olmadığı göz önünde bulundurularak, alınan kredinin kalan kısmı önceden hazırlanmış ödeme planına uygun olarak esas faaliyet fonları tarafından karşılanır. Bu durumda kredinin faizi, Programın fonları tarafından karşılanmaz.

4.3.3.3. Altyapı finansmanı

Altyapı ve altyapı projeleri için bir kredi yoluyla finansman görece nadirdir çünkü bunlar oldukça fazla finansman tüketir ve uygulanmaları için büyük ölçekli finansman gereklidir. Altyapı geliştirme durumunda, İDT ile ilgili faaliyetlerle ilgili olarak, büyük ölçekli yatırım niyeti olan büyük kredi alıcıları söz konusudur. Özellikle altyapı sahasının finansmanına yönelik bu tür kredilendirmeler için genellikle özel kredi ürünleri hazırlanmaktadır. Altyapı projelerinin kredilendirilmesi, öncelikle büyük yatırım bankaları veya hem özel hem de devlete ait olabilen büyük kalkınma bankaları tarafından yapılır.

İDT'de altyapı; altyapı, nehir kıyısı kuşaklarının, barınak orman kuşaklarının, yem ve gübre depolama tesislerinin, yenilenebilir kaynaklardan enerji üretme tesislerinin, atıklardan biyogaz üretim tesislerinin, alana en kısa mesafe ilkesine göre lojistik sahaların inşasıyla ilgilidir. Bu tür sahalar, projelendirilmesinden işletmeye alınmasına kadar önemli miktarda kaynak gerektirmektedir. Bankacılık sektörü, AB üyesi ülkelerde olduğu gibi diğer ülkelerde de önemli ölçüde finansman sağlamaktadır. Bu tarz bir kredi aracının ilginç bir şekli, Çok Taraflı Kalkınma Bankalarından yerel bir banka sistemine, UNFCCC kapsamında kalkınma için fon kaynakları sağlamak amacıyla fon sağlanmasıdır. Ancak bu tür finansman kaynakları yalnızca gelişmekte olan ülkelerde kullanılabilir.

4.4 İş Planları ve İş Bütçelendirme

Bu bölüm, bir iş planının geliştirilmesini ve bunun İDT alanında bir organizasyonun finansmanı için önemini detaylandırır. Aynı zamanda, İDT finansmanı alanında kuruluşun bütçelemesinin temel

Common borders. Common solutions.

prensipleri, İDT ile ilgili organizasyonun iş planlaması ve stratejik planlaması ile ilgili bazı yönetim modelleri ve kararları hakkında bir fikir verir.

Finansman, seçilen şekil ve kaynaktan bağımsız olarak, önceden geliştirilmiş bir faaliyet olmaksızın ve potansiyel lehdarın niyetinin resmi beyanı olmaksızın temin edilmez. Bu sebeple, belirli faaliyetlerin planlanması ve bu faaliyetlerin uygulanması için mali potansiyelin ve mali durumun belirlenmesi oldukça önemlidir. Yatırım fonları, melek yatırımcılar ve başta banka sektörü olmak üzere hibe ve sübvansiyon şeklinde karşılıksız fon sağlayan birçok kuruluş, değerlendirme sürecinin bir parçası olarak ayrıntılı bir iş planı talep etmektedir.

İDT finansmanı amacıyla bir iş planının hazırlanması karmaşık bir iştir. Bir iş planının içeriği iki temel hususa bağlıdır:

- Hangi İDT faaliyetinin finanse edileceği;
- Mekanizma ve finansman kaynağı ne olduğu.

Finanse edilecek faaliyetin türüne göre iş planının şekli ve içeriği değişebilir. Örneğin, toprak işlememe gibi düşük karbon uygulamalarının finansmanı için belirli bir iş planının biçimi, korunaklı orman kuşaklarının finansmanı planından farklı olacaktır. Bu durumda, farklılıklar iş planı için önemli olan planlama faaliyetlerini de ilgilendirecektir. Çiftlikte yeni veya paralel bir uygulamanın başlatılması, operasyonel (kısa vadeli) planlama veya hedeflenen (orta vadeli) planlama gerektirecekken, korunaklı orman kuşaklarının dikilmesinde gerekli olan altyapı değişiklikleri durumunda, stratejik (uzun vadeli) planlama gereklidir.

İlk iki tip söz konusu olduğunda, iş planları görece az bilgi içerir ve bağımsız bir şekilde tasarlanabilir. Üçüncü tipte ise, iş planları, yönetim stratejik planlarının zorunlu bir parçasıdır ve gelişim için belirlenen stratejilere uygun olması gerekir. Bununla birlikte, geliştirilen her bir iş planı, finansmana tabi ilgili İDT faaliyetinin ayrıntılı bir incelemesini ve tanımını içermelidir. Açıklamanın aşağıdakileri içermesi gerekir:

- Finanse edilecek ilgili İDT faaliyetinin ne olduğu;
- Belirli bir İDT faaliyetine geçme veya paralel bir İDT faaliyetine geçme ihtiyacını doğuran sebep;
- Faaliyetin hangi zaman dilimini kapsayacağı;
- Bu etkinliği geliştirmenin ve tanıtmanın amacının ne olduğu;
- Faaliyetin potansiyel etkilerinin neler olacağı;
- Faaliyet sonucunda nitelik ve nicelik olarak hangi ürünlerin gerçekleştirileceği;
- Faaliyetin maliyetinin ne olacağı;
- Faaliyet için hangi varlıkların satın alınması, hayata geçirilmesi, yapılması, iyileştirilmesi veya uyarlanması gerektiği;
- Başka bir paralel faaliyete geçiş için hangi altyapı değişikliklerine ihtiyaç duyulabileceği;
- Faaliyetin hangi gelirleri sağlayacağı;
- Faaliyetin başlatılmasından elde edilen mali sonuç.

Nihai finansman kaynağına dayalı olarak, iş planının belirli gerekliliklere uygun olması gerekir. Genellikle finansman ne kadar büyük olursa, iş planı o kadar ayrıntılı ve mali açıdan sağlam olmalıdır. Aynı zamanda, her finansman kuruluşunun iş planlarının yapısına, içeriğine ve biçimine yönelik gereklilikleri vardır ve hatta bazı devlet kurumlarının gelişmiş iş ve finansal

plan şablonları vardır ve tek gereksinim, ilgili başvuru sahibi kuruluşun yönetim organının onları doldurmasıdır.

Ayrıca, her finansman kuruluşu, özünde farklı olan bilgilere ihtiyaç duyar. Bu sebeple, örneğin, UNFCCC kapsamında uluslararası finansman için başvururken, daha önemli olan, faaliyetin finansal parametreleri değil, finanse edilen İDT'nin hayata geçirilmesinin ilgili bölgedeki gıda güvencesi üzerindeki etkileri veya iklim değişikliklerinin olumsuz etkileri üzerinde potansiyel bir etkisinin olup olmayacağıdır. Bu sebeple, bu tür kuruluşlar yaratılacak olan istihdam, belirlenen süre boyunca üretim miktarının ne olacağı, hangi düşük karbon uygulamalarının hayata geçirileceği ve uygulamaya geçtikten sonra çiftliğin karbon ayak izinin ne olacağı, yani genel ekonomik ve sosyal etki ne olacağı, hakkında bilgi istemektedir.

Yatırım fonları söz konusu olduğunda, yatırımın ekonomik etkisi büyük ölçüde önemlidir - hayata geçirilen faaliyet ve uygulamalardan elde edilecek uzun vadeli kâr ne olacak, şirket kendi kendine yetecek mi yoksa ilk yatırım daha fazla finansman mı gerektirecek, ürünler nerede ve nasıl gerçekleştirilecek, yani bunlar için bir pazar var mı ve tüketiciler bunlara açık mı, böyle bir projeden elde edilen gelirler ne olacak, yatırımın geri dönüşü ne olacak. Banka sektörünün politikası da buna benzerdir. Kredinin boyutuna ve türüne bağlı olarak, bankaların iş planları için resmi soru formlarından tamamen ayrıntılı bir iş planına kadar farklı gereksinimleri olabilir. Ancak, herhangi bir banka için mevcut (ve ayrıca mevcut andan en az 2 yıl önce) finansal durum ve finansal dinamiklerin ne olduğu, işletmenin borçluluk seviyesinin ne olduğu, ana tedarikçilerin kimler olduğu, İDT'nin hayata geçirilmesinin bu parametreleri etkileyeceği, hayata geçirilen faaliyetin öngörülen faiz ödemelerinin yanı sıra bir ödeme planına göre borcun ödenmesine imkan verip vermeyeceği çok önemlidir. Bunlar, belirli fon sağlayan kuruluşa bağlı olarak bir iş planının cevaplaması gereken temel sorulara bazı örneklerdir. Bununla birlikte, tasarımı, İDT faaliyeti ile ilgili olarak aşağıdaki gibi sunulabilecek belirli bir yapıya uygun olmalıdır:

1. Başlık sayfası
2. İçindekiler
3. İçerecek ayrıntılar
4. Finanse edilecek İDT uygulamasının ana hedeflerinin ve etkilerinin kısa açıklaması (Projenin ek açıklaması)
5. Finansman için başvuran kuruluşun kısa tanıtımı - şirketin misyonu, yasal yapısı, kısa bir geçmişi, yönetim yetkilileri ve yönetim ekibi, şirketin konumlandığı pazarın veya nişin özelliği, ana hatları, ürünleri ve hizmetleri, finansman ihtiyacı. Burada firma veya kuruluşun finansmana ihtiyacı olduğunu, ihtiyaç duyulan finansmanın gerekçelerinin neler olduğunu, finansman sağlayan kuruluşların hangi sebeple ve nasıl seçildiğini belirtmek oldukça önemlidir.
6. Hayata geçirilecek olan İDT uygulamasının tam açıklaması (bu bölümün içeriği için yukarıya bakın).
7. Şirketin/kuruluşun misyonunun kısa vadeli, orta vadeli ve uzun vadeli analizi.
 - Şirketin/kuruluşun İDT'nin hayata geçirilmesinden doğanlar başta olmak üzere mevcut görevleri.
 - Şirketin/kuruluşun orta vadeli hedefleri.
 - Şirketin/organizasyonun stratejik analizi (eğer iş planı için geçerliyse)
8. Dahili iş ortamının analizi - dahili faktörler, güçlü ve zayıf yönler
 - Pazarlama

- Teklif edilen ana ürün ve hizmetler
- Ana pazarlar, pazar payı
- İtibar, satış organizasyonu
- Fiyat stratejisi
- Bilgilendirme kampanyaları, tanıtım politikası, pazarlama faaliyetleri
- Faaliyetlerin şimdiye kadarki temel finansman kaynakları
 - Özkaynaklardaki değişikliklerin yapısı ve potansiyeli
 - Çekilen fonların yapısı
 - Alınan finansman
 - Finans stratejisi
 - Kuruluşun muhtemel finansmanı - bu alt bölümde, İDT faaliyetine veya uygulamasına girişin finansal durumu, öz sermaye yapısını ve çekilen fonları ne ölçüde etkileyeceğini belirtmek özellikle önemlidir.
- Üretim
 - Hammadde, malzeme, depolama tesisleri için yapılan harcamalar
 - Ölçek ekonomisi
 - İşletme varlıklarının verimli kullanımı
 - Farklı hammadde ve malzemelerin getirilmesi gerekliliği
 - Farklı varlıkların getirilmesi gerekliliği
 - Tedarikçilerle ilişki
- Personel
- Yönetim

9. Dış ortamın analizi

- Analysis of the political, economic, social, technological and natural environment (PEST analysis).
- Siyasi ortamın analizi - mevzuat, hükümet düzenlemeleri, topluluklar ve STK'lar.
- Ekonomik ortamın analizi - gelir dağılımı, tasarruflar, borç ve krediler, GSYİH, işsizlik, asgari ve ortalama maaş.
- Sosyal çevrenin analizi - demografik parametreler, eğitim, etnik pazarlar, hane halkı modelleri, coğrafi dağılım.
- Teknolojik ortamın analizi - teknolojik keşifler ve teknolojik gelişme inovasyonları ve bilimsel keşifler, teknolojiye eğilimler.
- Doğal çevrenin analizi - hammadde kıtlığı, enerji harcamaları, kirlilik düzeyi, çevrenin korunması, sürdürülebilir kalkınma, gıda güvenliği.

Bu bölümde, aslında belirli bir İDT faaliyetinin veya uygulamasının hayata geçirilmesiyle ilgili olan dış çevre faktörlerinin açıklanması çok önemlidir. Aynı zamanda önemli olmayan hususlar hakkında çok fazla detaya yer verilmemeli ve iş planı ile finanse edilecek faaliyetin

değerlendirilmesi için gerekli olmayan analizler yapılmamalıdır. Diğer taraftan, hem fon sağlayan kuruluş için hem de İDT faaliyetinin veya uygulamasının hayata geçirilmesinin etkileri açısından önemli olan bu tür ortama avantaj sağlanmalıdır. Dolayısıyla, örneğin finansman kuruluşu bir banka ise, önemli olan siyasi, sosyal ve doğal çevre olacaktır, ancak projeyi geliştirirken önemli olan ise ekonomik ortam, yani satışların hacmi ve yapısı, finansal durum gibi parametreler için önemli olan ana makroekonomik parametreler (GSYİH, faiz oranı, işsizlik, asgari ve ortalama maaş vb.), kilit öneme sahip olacaktır.

- Bir İDT faaliyetinin veya uygulamasının girişinden kaynaklanan fırsatlar ve tehditler üzerine analiz
- Fırsatlar - Fırsatların matris analizi, Çekicilik ve Başarı İhtimali karşılaştırılarak yapılır. Belirli bir fırsatın bu iki özelliği ne kadar yüksekse, bu fırsatın gerçekleşme ihtimali de o kadar yüksektir. İDT ile ilgili olarak, yalnızca en uygun fırsatlar seçilmelidir, çünkü tüm uzlaşma değişkenleri veya gerçekleşme ihtimali şüpheli olanlar, İDT'nin ana hedeflerine ulaşmada başarısızlığa yol açabilir. İş planı, İDT faaliyetleri ve uygulamaları için en uygun fırsatları detaylandırmalıdır.
- Tehditler - Bu durumda da önem düzeyi ve meydana gelme ihtimalini karşılaştıran bir matris analizi gerçekleştirilir. İki parametre ne kadar yüksekse, bir tehdidin oluşma ihtimali o kadar yüksektir. Fırsatlardan farklı olarak, bu durumda en önemsiz tehditler de dahil olmak üzere tüm potansiyel tehditler dikkate alınmalı ve potansiyel etkilerini en aza indirecek eylemler öngörülmelidir. İDT'nin temel amacı gıda güvencesi olduğundan, buna yönelik en küçük bir tehdit bile analiz edilmelidir. Bu bağlamda, ilgili İDT faaliyetine veya uygulamasına yönelik tehditler, iş planında fırsatlardan daha ayrıntılı bir biçimde açıklanmalıdır.

10. Finansal plan

- İDT faaliyetine veya uygulamasına giriş yapıldıktan sonra tahmini finansal durum
- Tahmini kâr ve zarar
- Özkaynaklardaki tahmini değişiklikler
- Nakit akışı tahminleri
- Tahmini geri dönüş

11. Uygulamalar

İş planının önemli bir kısmı finansal plandır. Bu bakımdan, finansal planlama ve tahmin, finansman için proje teklifinin önemli bir safhasıdır. Uygulamada, finansal planlar geliştirilerek bütçelere dönüştürülmelidir. Bütçelemeye farklı yaklaşımlar vardır:

- Aşağıdan yukarıya bütçeleme - Her departman, toplam finansal planlamanın bir parçası olarak kendi finansal planını belirler. İDT faaliyetleri için bir finansal plan hazırlanırken, bu tür bir bütçeleme, her bir faaliyetin ayrı ayrı, ancak şirketin/kuruluşun genel veya stratejik hedeflerine uygun olarak planlanmasını gerektirir.
- Yukarıdan aşağıya bütçeleme - Bu yöntem, bütçeleri genel hedefler temelinde belirleyen, toplam bütçeye göre ayrı ayrı faaliyetler planlayan stratejik bir yapıya sahiptir. İDT ile ilgili olarak, her faaliyet önceden formüle edilmiş bir stratejik hedefe tabidir.

- Tamamlayıcı bütçeleme - Bu mekanizma, mevcut hedeflere göre değişiklikler yapan bir önceki bütçeye dayanmaktadır. İDT faaliyetleriyle, özellikle de ilk kez uygulanmaları için bir finansal plan yapılırken, bu tür bir yaklaşım uygun olmayacaktır çünkü bu faaliyetler genellikle tarımdaki diğer yaklaşımlardan önemli ölçüde farklıdır.
- Sıfır bazlı bütçeleme - Önceki veya mevcut bütçelerle ilişkisi olmadan tamamen yeni bir bütçe hazırlanır. Bu, şirkette/kuruluştaki hayata geçirilecek faaliyetlerin benzersiz karakteri sebebiyle İDT için geçerli bir çözüm olacaktır.
- Sabit bütçe - güncellemelere tabi olmayan, önceden belirlenmiş bir bütçe. İDT faaliyetleri dinamik olduğundan ve bunların gerçekleştirilmesi çeşitli etkilere ve çeşitli kaynaklara ihtiyaç duyulacağından, sabit bir bütçenin kullanılması yalnızca kaynaklar sınırlıysa uygundur.
- Esnek bütçe - Sürekli güncellenen bütçe. Şirket/kuruluşun önceden belirlenmiş harcamaları güncelleme ve finansmanı farklı harcama türleri arasında yeniden yönlendirme imkanına sahip olması şartıyla, İDT için uygun bir çözümdür.
- Faaliyete dayalı bütçeleme - Maliyetlerin kesin olarak tahmin edilmesi için kullanılır ve kapsamlı analiz, tüm üretim faaliyetlerinin ve gerekli tüm kaynakların kesin tahminini gerektirir. Hayata geçirilen faaliyet veya uygulamanın girdiler açısından ayrıntılı olarak analiz edilebilmesi koşuluyla, İDT faaliyetlerine uygulanabilir.
- Sürekli bütçeleme - Sürekli bir gözlem ve güncelleme süreci ile bütçeleme türü. Belirli bir İDT faaliyetini veya uygulamasını hayata geçirmeye yönelik tüm süreçlerin sürekli olarak izlenmesi için ek kaynaklara ihtiyaç duyulduğu için uygulamada hayata geçirilmesi zordur. Finansmanın boyutu sabitse, bu tarz bir bütçeleme uygulanamaz.

4.5 Finansmanın maliyetleri ve etkileri

Bu bölüm, kuruluşun çeşitli finansman türlerini üstlenirken katlanması gereken gerekli maliyetleri açıklamaktadır. Bunlar; çeşitli değerlendirmeleri, araştırma ücretlerini, bilgi maliyetlerini ve daha fazlasını içermektedir. Aynı zamanda, finansman kuruluşunun belirli gereksinimleri, şartları, belirli İDT'lerin hayata geçirilmesinden elde edilen gelirler vb. ile ilgili finansmanın etkisi dikkate alınır.

Belirli bir faaliyetin finansmanı tek bir süreç değildir ve sadece şirket/kuruluş için nakit akışı veya varlık şeklinde gelir elde etmekle ilgili değildir. Planlama, tahmin, modelleme, bütçeleme, iş planlama, belgeleme vb. ile ilgili her faaliyet, finansman başvurusunda bulunan şirket/kuruluş tarafından karşılanacak belirli harcamalara sebep olur. Bu açıdan, bazı durumlarda değer olarak kayda değer olabilen daha önemli maliyet kalemleri şunlardır:

- İş planı üzerinde çalışan personelin maaş giderleri.
- Bir İDT faaliyetinin hayata geçirilmesi için veya planlama sürecinde ihtiyaç duyulan arazinin, varlıkların, öz sermayenin değerlendirilmesi için yapılan harcamalar.
- Banka kredi sorgulama için vergi harcamaları.
- Proje teklifinin hazırlanması için gerekli olan tasarım, modelleme ve diğer uzmanlık faaliyetleri için yapılan harcamalar.
- Finanse edilen İDT faaliyetinin hayata geçirilmesi için gerekli olan hammaddelerin, malzemelerin ve varlıkların satın alınmasına yönelik harcamalar.
- Yasal izin programları, ruhsatlandırma faaliyetleri, şebekeye bağlantı ve sıhhi tesisat harcamaları.

Finansman bulma ile ilgili olarak yapılan harcamalar ve kredilerin tüm faiz oranları alınan finansman kapsamında olmayıp, ilgili şirket/kuruluşa aittir.

Finansman alındıktan sonra ister ön alınan meblağlara isterse harcamaların geri ödenmesine dayalı olsun, finansal faaliyetin etkileri göz önünde bulundurulmalıdır. Banka kurumları, kredi sözleşmelerine genellikle şirketin/kuruluşun finansal durumunu takip etme şartını dahil ederler. Bu, kredilendirmenin faaliyet üzerinde belirli etkilere ne ölçüde yol açtığını ve belirli bir faaliyetin dış finansmanının mali durumu nasıl etkilediğini değerlendirebilmek açısından gereklidir. Eşzamanlı olarak, şirketin/kuruluşun borç ve faiz ödemelerine dair sözleşme yükümlülüklerini yerine getirme kabiliyeti değerlendirilmektedir.

Bankalar haricindeki kurumlar, özellikle yatırım fonları, özel yatırımcılar ve melek yatırımcılar, iş planında belirlenen hedeflere uyum ve fonların uygun şekilde harcanması konusunda çok daha yüksek şartlar öne sürerler. Bu, önceden tahmin edilen getiri oranı ve yapılan yatırımdan elde edilecek potansiyel kâr ile ilgilidir. Yatırımcı aktif tipte ise, hayata geçirilen İDT faaliyetinin finansal parametrelerinin yanı sıra, ilk yatırımın finansal olmayan ve temel fikirlerinin yerine getirilmesi de tahmin edilmelidir. Aynı zamanda, hayata geçirilen İDT faaliyetinin ve uygulamasının İDT kavramına ve amaçlarına gerçekten karşılık gelip gelmediğinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu, yatırımcılar için önemlidir, çünkü bu tür kavram ve hedeflere uygunluk, itibar ve şirket istikrarının oluşturulması ve dolayısıyla daha yüksek yatırım getirisi ihtimali ile ilgilidir.

Hibe programları, uluslararası finansman ve UNFCCC kapsamındaki finansman kapsamında fon alırken belirlenen hedeflerin uygulanmasına yönelik şartlar ciddi ölçüde daha yüksektir. Temel şart, tüm maliyetlerin tahakkuk ettirilmesi ve belgelenmesi, tüm varlıkların teslim edilmesi (ve işletmeye alınması) ve ilk proje veya iş planında öngörülen tüm altyapı sahalarının inşaa edilmesidir. Uygun olmayan muhtemel harcamalar ve tüm faaliyetlerin fiilen uygulanması hakkında değerlendirme yapılır. Bunun ardından, faaliyetin belirlenen orta ve uzun vadeli hedeflere uygun olarak işleyişinin devamına ilişkin değerlendirme yapılır. Faaliyetin uygulanması değerlendirilirken, İDT'nin temel fikir ve kavramlarına, yani hayata geçirilen İDT faaliyetinin gıda güvencesini sağlayıp sağlamadığına ve gerçekleştirilen üretim üzerindeki olumsuz iklim etkilerini azaltıp azaltmadığına ilişkin önceden belirlenen parametrelere uyulmasına dikkat edilir.

Nihai sonuç olarak şirket/kuruluş, finanse edilen İDT faaliyeti veya uygulamasının elde edilen etkisini değerlendirmelidir. Bu bakımdan ekonomik etkinliğin ve elde edilen kârın belirlenmesi önemlidir. Bu faaliyetin gelirleri, İDT'nin şirkette hayata geçirilmesinden önceki gelirlerle karşılaştırılmalıdır. Aynı zamanda, finansman sağlanan iş planında belirlenen hedeflerin gerçekleşip gerçekleşmediğini ve uygulanan faaliyetlerin verimliliğinin ne olduğunu analiz etmek gerekir. Bu tarz bir faaliyet, şirketin/kuruluşun dış çevreye karşı potansiyelini gerçekçi bir şekilde tahmin etme ihtimalinin değerlendirilmesi ve uygulamaların ekonomik ve sosyal açıdan haklı olup olmadığının ortaya çıkarılması ile ilgilidir.

Kaynaklar ve ek okuma kaynakları

<https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/rural-development>

https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy/financing-cap/cap-funds_en

https://european-union.europa.eu/live-work-study/funding-grants-subsidies_en

https://ec.europa.eu/regional_policy/en/atlas/programmes/

Common borders. Common solutions.



Project funded by
EUROPEAN UNION



https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/farming/international-cooperation/enlargement/pre-accession-assistance/overview_en

<https://www.fao.org/climate-smart-agriculture-sourcebook/enabling-frameworks/module-c4-finance/chapter-c4-2/fr/>

<https://www.fao.org/3/cb1593en/CB1593EN.pdf>

https://www.ifad.org/documents/38714170/42157470/climate-finance-gap_smallscale_agr.pdf/34b2e25b-7572-b31d-6d0c-d5ea5ea8f96f

<https://www.fao.org/3/i2640e/i2640e.pdf>

<https://www.fao.org/3/i3325e/i3325e.pdf>

https://unfccc.int/kyoto_protocol

<https://www.greenclimate.fund/>

<https://www.thegef.org/>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32013R1304>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32013R1305&qid=1649073685949>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02013R1306-20201229>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02013R1307-20220101>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02013R1308-20211207&qid=1649074000131>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02013R1303-20201229&qid=1649074057330>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A02014R0508-20201201>

Modül 5: Sürdürülebilir tarımsal ürünler için pazarlama

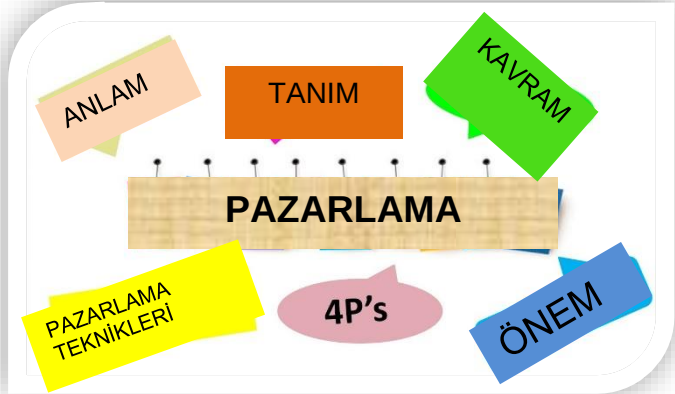
Sürdürülebilir tarım ürünlerinin üretim süreci, hasatla değil, ürünlerin satışıyla biter. Bu sebeple, sürdürülebilir tarım ürünlerinin pazarlanması, çiftçilerin gelirini ve dolayısıyla hem üreticiler hem de tüketiciler için refah düzeyini belirlemede hayati ve önemli bir rol oynamaktadır. Bu modül, sürdürülebilir tarım ürünlerinin pazarlanması hakkında değerli bilgiler aktarmayı amaçlamaktadır. Öğrenciler/kursiyerler Pazarlama kavramına, amacına ve temel ilkelerine ve daha fazlasına aşina olacaklardır. Ayrıca, tarım, sürdürülebilir tarım ve pazarlama arasındaki gerekli bağlantıyı ve bunun nasıl uygulanabileceğini ve kullanılabileceğini kurup analiz edeceğiz. Ürünün kendine has sürdürülebilir özellikleri ve üretim yöntemleri hakkında farkındalık yaratmakla yakından ilgili olan Yeşil Pazarlama kavramını ve önemini analiz edeceğiz. Tarım sektörü için en uygun ve en etkili pazarlama stratejilerinden bazılarını inceleyeceğiz ve böylece öğrenciler/kursiyerler de Pazarlama Planının geliştirilmesine aşina olacaklar. Modülün sonunda katılımcılar kendi Pazarlama Planlarını geliştirebilecek ve pazarlama stratejilerini uygulamanın sonuçlarını değerlendirebileceklerdir.

5.1 Pazarlamanın tanımı ve amacı

5.1.1 Pazarlamanın gelişimi ve tanımı

Gelişen pazarlama disiplini

Pazarlama disiplininin kökenleri, 20. yüzyılın başlarında iktisadın bir yavrusu olarak ortaya çıktı. İktisat bilimi, talep düzeylerinin ve öz elliklerinin belirlenmesinde araçların rolünü ve fiyat dışındaki işlevlerin rolünü ihmal etmişti. İlk pazarlama iktisatçıları, tarımsal ve endüstriyel piyasaları incelediler ve onları klasik iktisatçılardan daha ayrıntılı bir şekilde tanımladılar. Bu inceleme, pazarlama faaliyetinin analizine yönelik üç yaklaşımın geliştirilmesiyle sonuçlandı: emtia, kurum ve işlev.



Emtia analizi bir ürünün veya ürün grubunun pazara sunulma yollarını inceler. Örneğin, bir süt emtia analizi, sütün bireysel mandıra çiftliklerinde toplanma, yerel mandıra kooperatiflerine nakledilme ve burada işlenme ve tüketicilerin satın alması için manavlara ve süpermarketlere sevk edilme yollarının izini sürer. Kurumsal analiz, toptan veya perakende satış kurumları gibi pazarlamada yaygın bir rol oynayan işletme türlerini tanımlar. Son olarak, işlevsel analiz, pazarlamanın gerçekleştirdiği genel görevleri inceler. Örneğin, herhangi bir pazarlama çabası, ürünün tedarikçiden müşteriye taşınmasını sağlamalıdır. Bazı endüstrilerde bu taşıma işlevi bir kamyonla yapılırken, bazılarında ise posta veya e-posta, faks, televizyon sinyali, internet veya havayolu ile yapılabilir. Bütün bu kurumlar aynı işlevi yerine getirmektedir.

20. yüzyılda pazarlama çalışmaları daha yaygın hale geldikçe, büyük şirketler - özellikle tüketici kitlelerine yönelik üretim yapan üreticiler - markalarının başarısında pazar araştırmasının, daha iyi ürün tasarımının, etkili dağıtımın ve tüketicilerle sürekli iletişimin önemini fark etmeye başladılar. Pazarlama kavramları ve teknikleri daha sonra endüstriyel ürünler sektörüne ve ardından hizmetler sektörüne taşındı. Kuruluşların ve bireylerin yalnızca mal ve hizmetleri değil, aynı zamanda fikirleri (sosyal pazarlama), yerleri (yer pazarlaması), kişilikleri (ünlü pazarlaması), etkinlikleri (etkinlik pazarlaması) ve hatta kuruluşların kendilerini (halkla ilişkiler) pazarladıkları kısa sürede anlaşıldı.

Common borders. Common solutions.

Pazarlamanın Tanımları

- Pazarlama; müşteriler, alıcılar, ortaklar ve genel olarak toplum için değeri olan tekliflerin yaratılması, iletilmesi, teslim edilmesi ve değiş tokuş edilmesi için faaliyet, kurumlar kümesi ve süreçleridir. (Amerikan Pazarlama Derneği, Onaylı 2017)
- Pazarlama, hedef pazarın ihtiyaçlarını kârlı bir şekilde karşılamak için değer keşfetme, yaratma ve sunma bilimi ve sanatıdır. Pazarlama, karşılanmamış ihtiyaçları ve arzuları tanımlar. Belirlenen pazarın büyüklüğünü ve kâr potansiyelini tanımlar, ölçer ve miktarını belirler. Şirketin hangi segmentlere en iyi şekilde hizmet verebileceğini saptar ve uygun ürün ve hizmetleri tasarlar ve tanıtır. (Dr. Philip Kotler - modern pazarlamanın babası)
- Pazarlama, müşterinin kârlı isteklerini belirleme, tahmin etme ve tatmin etme ile ilgili yönetim sürecidir (Pazarlama Enstitüsü)

Özetle, pazarlamanın potansiyel müşterileri veya müşterileri ürünleriniz ve hizmetlerinizle ilgilenmesini sağlama süreci olduğu sonucuna varabiliriz. Bu tanımdaki anahtar kelime "süreç"tir. Pazarlama; ürünlerinizi veya hizmetlerinizi araştırmayı, tanıtmayı, satmayı ve dağıtmayı içerir. Bu disiplin, pazar ve tüketici davranışlarının incelenmesine odaklanır ve müşterilerin isteklerini ve ihtiyaçlarını karşılayarak ve marka sadakatini aşılayarak müşterileri çekmek, elde etmek ve elde tutmak için şirketlerin ticari yönetimini analiz eder.

Günümüzde pazarlama, her şirketin ve kuruluşun büyüme stratejisinde uygulaması gereken bir şeydir. Birçok şirket, kendilerini tanıtmak ve ürün veya hizmetlerinin satışlarını artırmak için çalışırken, farkında bile olmadan hedeflerine ulaşmak için pazarlama tekniklerini kullanır. Günümüzde pazarlama, iş dünyasının en önemli yönlerinden biridir.

İnsanlar genellikle pazarlamanın ne olduğunu tam olarak bilmezler ve sorulduğunda bunu satış veya reklamcılık olarak tanımlarlar. Bu cevaplar yanlış olmamakla birlikte, pazarlamanın sadece bir parçasıdır. Ürün dağıtımı, tanıtım, açılış sayfaları ve sosyal medya içeriği gibi materyaller tasarlama ve oluşturma, müşteri tecrübesini iyileştirme, pazar araştırması yapma, pazar segmentleri oluşturma ve çok daha fazlası gibi pazarlamanın başka birçok yönü vardır.

Pazarlama çok geniş bir kavramdır ve bir şirketin, markanın veya bireyin hedeflerine ulaşmasına yardımcı olan tüm stratejileri kapsamaktadır.

5.1.2 Pazarlamanın amacı ve faydaları

Pazarlama, iş yapma ve bir markayı büyütme sürecince temel bir faaliyettir. Ürünlerinizi veya hizmetlerinizi kimse bilmiyorsa, sunduğunuz ürünleri kimse satın alamaz. Pazarlama, ürünlerinizin faydaları, fiyatı ve benzersiz özellikleri dahil olmak üzere tüketicilerin markanızı seçmesi gereken sebepleri aktarır. Ayrıca, müşterilerle ilişkilerin sürdürülmesine ve katılım yaratılmasına yardımcı olur, bu da ağızdan ağıza ve yönlendirme pazarlamasını harekete geçirir.

Pazarlamanın olumlu faydaları, marka oluşturuldukça, şirketin ve ürünlerin/hizmetlerin farklı kitleler arasında görünürlüğü arttıkça ve şirket rekabette rekabet üstünlüğü kazandıkça ortaya çıkacaktır. Beklenen faydalardan bazıları şunlardır:

- **Artan satışlar.** İyi pazarlama taktikleri geliştirmek ve bunları uygulamak, şüphesiz daha fazla satış yapılmasını sağlayacaktır. Ancak, pazarlama sadece yeni müşterileri hedeflemekle kalmaz, aynı zamanda şirketin geleceğini planlarken oldukça önemli olan mevcut ve eski müşterilere ek satışları teşvik eder. Bir pazarlama stratejisi, müşteriler sattığı şeye ihtiyaç duyduğunda ve şirketin faaliyetleri, ürünleri, hizmetleri vb. hakkında daha fazla bilgi edinmek istediğinde şirketi daha akılda kalıcı ve görünür/bulmayı kolaylaştırır.

- **İtibarın kullanılması ve yönetilmesi.** Olumlu bir itibara sahip olmak, kritik bir farklılaştırıcı olduğunu kanıtlamaktadır. Bir işletmeyi çevrimiçi ve reklam yoluyla pazarlamak, şeffaf olmak, müşterilerle etkileşim kurmak ve akıllı taktikler kullanmak, şirketin itibarını olumlu yönde artırırken, bir markanın itibarını oluşturmak, bir şirketin gözden kaçırmaması gereken pazarlama faydalarından biridir. Günümüzde tüketiciler, satın almak istedikleri her ürün ve hizmeti araştırma eğilimindedir, bu sebeple itibar her zamankinden daha önemlidir.
- **Kitlenizi tanımak.** İyi pazarlama, hedef kitle hakkında veri ve ölçütlerin toplanmasını sağlar ve böylece şirketler de stratejilerini ve reklamlarını buna göre ayarlayabilir. Müşteriler hakkındaki verilere dayanan hedefli bir pazarlama stratejisi, bölümlere ayrılmış kitlelerden birden fazla gelir akışı geliştirmenin en iyi yollarından biridir. Bir şirket, hedef kitlesi hakkında sağlam bir anlayışa sahip olduğunda, onları özel ihtiyaçlarına ve sıkıntılı noktalarına uygun olarak hedefleyebilir.
- **Güven kazanmak.** Harika pazarlama stratejileri, müşterilerin şirketin ürünlerine, hizmetlerine ve markasına yatırım yapmasını sağlayacak güveni tesis etmeye yardımcı olur.
- **Neyin işe yaradığını bilmek.** Etkili pazarlama stratejileri, neyin işe yarayıp neyin yaramadığını belirlemeye yardımcı olur. Bir şirket bir dizi kampanya uyguladığında, sonuçların ölçülmesi ve değerlendirilmesi, pazarlama stratejisinin en iyi sonuçları getiren özelliklerini belirler.
- **Pazarı öğrenmek.** Pazarlama sürecinin uygulanması, şirketin faaliyet gösterdiği pazarın daha iyi anlaşılması sonucunu verecektir. Bir şirket pazarı hakkında ne kadar çok şey bilirse, fırsatları tespit etmesi de o kadar kolay olur. Özellikle küçük işletmeler için pazara aşina olmak oldukça önemlidir. Bu, yalnızca hedef pazar hakkında bilgi edinmeyi değil, aynı zamanda yerel, ulusal ve uluslararası rakipleri, endüstri olaylarını ve tüketici trendlerini de tanımayı gerektirir.

İyi tasarlanmış pazarlama taktiklerini kullanmanın yukarıda belirtilen faydaları, iyi bir pazarlamanın bir işletmenin başarılı olmasına yardımcı olabilmesinin yalnızca altı ana sebebini teşkil eder. Ancak, belirli pazarlama stratejisine ve eylemdeki araçlara bağlı olarak, kısa veya uzun vadede doğrudan veya dolaylı olarak destekleyici ek faydalar vardır.

5.1.3 Pazarlama Prensipleri

Pazarlama prensipleri, 1960'lardan beri en sık kullanılan prensiplerdir, bu prensipler zamanın testinden geçmiş ve on yıllardır - yere göre bazı küçük farklılıklarla - aynı kalmıştır. İşletmeler, başarılı bir pazarlama stratejisi için bu prensipleri takip etmektedir.



Şirketlerin pazarlama stratejileri için kullandıkları 4P'ler veya 4P pazarlama Matrisi olarak adlandırılan pazarlamanın dört orijinal prensibi vardır. Dört temel pazarlama prensibi olan Ürün

Common borders. Common solutions.

(Product), Fiyat (Price), Yer (Place) ve Promosyon (Promotion) birbiriyle bağlantılıdır ve birlikte çalışır; dolayısıyla “Pazarlama Karması” olarak da bilinirler.

1980'lerde bazı şirketler tarafından kullanılan ve 7P olarak adlandırılan bu orijinal dört prensibe üç prensip daha eklenirken, yıllar boyunca bazı farklılıklar olmuştur.

Pazarlamanın 4 P'si:

Ürün (Product)

Ürün, pazarlamanın en önemli prensiplerinden biridir. Ürün, şirketin müşterilerine sunduğu bir mal veya hizmet olabilir. Ne sunmak istediklerine karar vermeden önce ürünlerinin ve pazarlarının çekiciliğini incelemen şirket sahiplerinin sık sık göz ardı ettiği önemli bir husustur.

Bir şirket kârlı bir ürün satmak istiyorsa, kapsamlı bir planlama yapmalı ve ürüne/ürünlere müşterinin gözünden bakmalı ve bir plan geliştirirken tüm temel faktörleri göz önünde bulundurmalıdır. Bu faktörler, müşterilerin ihtiyaçları, ürünün kalitesi, diğerlerinden ne kadar farklı olduğu ve satış noktasının yanı sıra müşteriler için ne kadar güvenli olduğu gibi soruları içerebilir.

Sadece kaliteli bir ürüne değil, aynı zamanda ürününüzün kalitesini potansiyel tüketicilerinize başarılı bir şekilde tanımlayabilmeniz ve onları tüketici ve müşteri haline getirebilmeniz gerekir.

Fiyat (Price)

Fiyat, müşterinin aldığı ürün veya hizmetler için ödemek zorunda olduğu parayı ifade eder. Maliyete yönelik fiyatlar ve pazara yönelik fiyatlar olmak üzere iki tür fiyatlandırma vardır.

Pazara yönelik fiyatlarda, katkı fiyatından daha fazla fiyatlandırma vardır ve kapsamlı bir pazar araştırması gerektirir. Dikkat edilmesi gereken bazı hususlar şunlardır:

- Müşterilerin ne kadar ödemeye hazır oldukları.
- Rakipler tarafından sunulan aynı tür ürünlerin fiyatı.
- Ve şirketin ulaşmak için belirlediği hedefler.

Ayrıca, piyasa değeri belirlendikten sonra veya şirketin ürünleri veya hizmetleri aracılığıyla sunduğu değere göre fiyat seçimi yapılır. Fiyat, piyasa değerinden daha yüksek bir seviyede belirlenirse, müşteriler üründen daha fazla beklentiye sahip olacak ve başarılı bir iş için şirketin bu beklentileri karşılaması gerekecek. Fiyat, mevcut pazar için doğru olduğundan emin olunması için zaman içinde de ayarlanabilir.

Yer (Place)

Yer, ürün ve hizmetlerin müşterilere ulaştırılması sürecini ifade eder. Yer, ürünlerin veya hizmetlerin satın alınabileceği ve müşterilerin bunları satın alabildiği yerdir. Çevrimiçi bir web sitesi gerçek bir mağaza olabilir veya daha geniş bir kitleye ulaşmak için birden fazla kanal kullanılabilir.

Bir işletmenin müşterisi için uygun olan doğru yeri seçmesi ve potansiyel müşterilere ulaşarak ürün satışını artırması şarttır. Bu sebeple, başarılı bir işletme için ürünün yerleşiminin veya dağıtımının dikkatli bir şekilde planlanması önemlidir. Örneğin, potansiyel müşterilerinizin nerede olduğunu, konumunuzun nerede olması gerektiğini ve potansiyel müşterilerinizi konunuza nasıl bağlayacağınızı bilmek işletmenizin büyümesinin önemli bir parçasıdır.

Ek olarak, günümüzün dijital çağında, mağaza veya hizmetler nerede olursa olsun, dijital bir varlık potansiyel müşterilere ulaşmada büyük bir fark yaratabilir, çünkü giderek daha fazla insan ihtiyaçlarını çevrimiçi olarak arama eğilimindedir.

Promosyon (Promotion)

Promosyon; ürünleriniz, hizmetleriniz, şirketiniz ve markanız için farkındalık yaratmaktır. Bir şirketin ürün ve hizmetleri için farkındalık oluşturmak için kullandığı tüm yollar promosyon olarak bilinir. Promosyon, müşterilere ürününüzü veya hizmetinizi seçmeleri için bir sebep sağlamalı ve ayrıca potansiyel müşterilere bu belirli ürünleri kullanmanın faydalarını göstermelidir.

Promosyon, pazarlamanın bel kemiğidir ve işletmeler için ürettikleri ürünlerin kalitesi kadar önemlidir. Hedef kitle ile farklı kanallardan iletişim kurarak ürün ve hizmetleriniz için farkındalık yaratmaktır.

5.2 Pazarlama ve Tarım Sektörü

5.2.1 Pazarlama tarımla nasıl ilişkilidir?

Kaliteli ve/veya sürdürülebilir tarım ürünlerinin üretilmesi, bir tarım şirketinin başarılı bir şekilde faaliyet göstermesini veya çiftçinin refahını tek başına garanti edemez. Tarım ürünleri piyasalarının uluslararası ortamı oldukça rekabetçidir ve çiftçilerin/üreticilerin ürünlerini satmak açısından uygun çıkış yolları bulabilmeleri için faaliyetlerinin her alanında pazarlama prensiplerini ve felsefesini takip etmeleri gerekir.

Tarım, gıda üreterek insanoğlunun temel ihtiyacını karşılamaktadır. Yaklaşık bir asır önce çiftçiler, çoğunlukla aynı köyde veya yakın yerlerde, çoğunlukla kendi tüketimleri için veya başkalarıyla (nakit veya aynı) değiş tokuş için gıda ürünleri üretiyorlardı. Öncelikle kendilerine güveniyorlardı. Ancak artık üretim ortamı, kendine güvenmekten ticarileşmeye önemli ölçüde değişti. Yüksek verimli çeşitler, gübre kullanımı, böcek ilaçları, pestisitler, çiftlik mekanizasyonu şeklindeki teknolojik ilerleme, çiftlik üretiminde önemli bir artışa ve sonuç olarak daha büyük pazarlanabilir ve pazarlanan fazlaya yol açmıştır. İyileşen üretime artan şehirleşme, gelir, tüketicilerin değişen yaşam tarzı ve beslenme alışkanlıkları ve deniz aşırı pazarla artan bağlar da eşlik ediyor. Bugün tüketiciler, gıdanın üretildiği kırsal alanlarla sınırlı değil. Ayrıca, işlenmiş veya yarı işlenmiş gıda ürünlerine yönelik artan talep, ham tarımsal ürünlerde katma değer gerektirmektedir. Bu gelişmeler, gıda ürünlerinin üreticiden tüketiciye katma değerli ürünler şeklinde hareket etmesini gerektirmektedir. Tarımsal pazarlama, üretici ve tüketiciyi bir dizi faaliyetle bir araya getirmekte ve böylece ekonominin vazgeçilmez bir unsuru haline gelmektedir. Tarımsal pazarlamanın kapsamı sadece nihai tarımsal ürünlerle sınırlı değildir. Ayrıca, çiftçilere tarımsal girdilerin (faktörlerin) arz edilmesine de odaklanır.

5.2.2 Tarımsal pazarlamanın anlamı

Tarımsal pazarlama terimi, tarım ve pazarlama olmak üzere iki sözcükten oluşur. Tarım, genellikle ekinlerin ve hayvanların yetiştirilmesi anlamına gelirken, pazarlama, malların üretim noktasından tüketim noktasına taşınmasını içeren bir dizi faaliyeti kapsar. Birçok akademisyen, tarımsal pazarlamayı tanımlamış ve zaman, yer, biçim ve tutku faydası (passion utility) gibi temel unsurları dahil etmiştir.

Tarımsal Pazarlama veya Tarımsal Ürünlerin Pazarlaması, çiftçilerin veya tarım şirketlerinin pazarın ihtiyaç ve taleplerini öngörmek, bu ihtiyaçları karşılayacak ürünleri planlamak ve geliştirmek için uygulamaya koydukları bir dizi rasyonel ticari faaliyetlerdir. Tarımsal pazarlama, ürünlerin bir yerden bir yere akışı sırasında üretici ile tüketici arasına giren şeydir.

Tarımsal ürünlerin üretimini ve tanıtımını sağlayan pazarlama kanallarını, aracıları ve diğer prosedürleri içeren yüksek katma değerli bir sistemdir.

Tarımsal pazarlamaya ait bazı tanımları aşağıda verilmiştir:

- Tarımsal pazarlama çalışması, çiftlikte üretilen gıdaların hareketine dahil olan tüm operasyonları ve bunları yürüten kurumları kapsar; çiftliklerden nihai tüketicilere kadar tekstil gibi hammaddeler ve türevleri ve bu tür işlemlerin çiftçiler, aracılar ve tüketiciler üzerindeki etkisi (Thomsen).
- Tarımsal pazarlama, satılabilir bir çiftlik ürünü üretme kararı ile başlayan, teknik ve ekonomik hususlara dayalı olarak hem finansal hem de kurumsal piyasa yapısı veya sisteminin tüm yönlerini içeren ve ayrıca hasat öncesi ve sonrası işlemler, montaj, sınıflandırma, depolama, nakliye ve dağıtımı içine alan bir süreçtir. (Ulusal Tarım Komisyonu, 1976).

Tarımsal Pazarlama, ekonomik kalkınmanın hızlanmasında çok önemli rol oynayan, fazla üretimi iç ve dış pazarlara yönlendirmenin yollarını sağlayan en önemli çarpandır. Tarımsal pazarlamanın uygulanmasındaki avantajlardan bazıları şunlardır:

- Kaynak kullanımının ve çıktı yönetiminin optimizasyonu: verimli bir tarımsal pazarlama sistemi, kaynak kullanımının ve çıktı yönetiminin optimizasyonunu beraberinde getirir. Etkili bir pazarlama sistemi, verimsiz işleme, depolama ve nakliyeden kaynaklanan kayıpları azaltarak pazarlanabilir fazlanın artmasına da katkıda bulunabilir.
- Çiftlik gelirinde artış: Etkili bir pazarlama sistemi, aracılardan sayısını azaltabilir ve bu sebeple ürünler daha iyi fiyatlarla elde edilebilir ve ek yatırımlar için alan bırakılır.
- Pazarların genişletilmesi: pazarlama, çiftçilerin yeni ve uzak pazarlara erişmesine yardımcı olabilir
- Tarıma dayalı endüstrilerin büyümesi: Gelişmiş ve verimli bir tarımsal pazarlama sistemi, tarıma dayalı endüstrilerin büyümesine yardımcı olur ve ekonominin genel gelişim sürecini teşvik eder. Pamuk, şeker, sofraalık yağlar ve gıda işleme gibi birçok endüstri, hammadde temini için tarıma bağlıdır.
- Fiyat sinyalleri: verimli pazarlama, çiftçilerin üretimlerini ekonominin ihtiyaçlarına göre planlamalarına yardımcı olur. Bu çalışma, fiyat sinyallerinin iletilmesi yoluyla gerçekleştirilir.
- Son teknolojinin benimsenmesi ve yayılması: Pazarlama sistemleri çiftçilere yeni bilimsel ve teknik bilgilerin benimsenmesinde yardımcı olur, çünkü çiftçiler pazar trendlerine ayak uydurabilir ve uyguladıkları pazarlama stratejisi sayesinde belirli fiyatlarla satışlarını garanti altına alabilirler.
- Ek gelir ve daha iyi yaşam: pazarlama faaliyetleri ürüne değer katar ve böylece daha iyi satış ve fiyatları teşvik eder, bu da çiftçinin gelirine ve refahına katkıda bulunur.

5.2.3 Sürdürülebilir tarımda Gıda Pazarlamasının rolü

Sürdürülebilir tarımın ayrılmaz bir parçası olan gıda pazarlamasının rolü, kullanımını daha fazla teşvik etmek şeklinde küresel olarak sürekli büyümektedir ve küçük çiftlikler düzeyinden başlayıp büyük üretim holdinglerine ulaşan sosyal, ekonomik ve çevresel olmak üzere tüm temel unsurların katkısına ihtiyacımız var. Ayrıca, doğal kaynakların tükenmesinden kaçınarak optimal kullanımı ile gıda pazarlamasını başarılı kılmak için gerekli prensip ve adımlara odaklanmamız gerekiyor. Yaşadığımız dünyanın hızlı gelişimini göz önünde bulundurarak know-how'ı, en iyi uygulamaları, tüketici davranış ve beklentilerini, tüketicuyu, beslenme ihtiyaçlarını incelemeli

ve anlamalıyız. Çevrenin korunmasına da gereken özeni göstermeliyiz. Ve tabii ki kâr elde etmeyi yani “bir çiftçi (diğer tüm sürdürülebilir tarım tekniklerine ek olarak) başarılı gıda pazarlamasını kullanarak nasıl kâr elde edebileceği” konusunu da unutmamalıyız. Bir çiftçinin pazarlamada nasıl proaktif olabileceğini, tüketici talebine bağlı olarak ne üretmesi gerektiğini ve bir çiftçinin doğal kaynakları tüketmeden en uygun şekilde nasıl üretim ve pazarla yapabileceğini anlamamız gerekiyor. Yetiştirme, üretme ve pazarlamanın en uygun adımlarını araştırırken, her seviyedeki çiftçinin sürdürülebilir tarım prensiplerine gereken önemi vererek tüm temel unsurların doğru kombinasyonuna ulaşması esastır. Bu, nihayetinde tarımsal üretimi sürdürülebilir bir karakteristik yapıya kavuşturacak ve daha iyi yatırım getirisi sağlayacaktır.

5.2.4 Yeşil Pazarlama

Yeşil pazarlama, gerçek veya algılanan çevresel sürdürülebilirliklerine dayalı olarak ürünlerin geliştirilmesi ve reklamının yapılması pratiğini ifade eder. Bu ürün veya hizmetler kendi içlerinde çevre dostu olabilir veya çevre dostu bir şekilde üretilmiş olabilir.

Yeşil pazarlama örnekleri, bir ürünün üretim süreciyle ilişkili azaltılmış emisyonların reklamını veya bir ürünün ambalajı için tüketici sonrası geri dönüştürülmüş malzemelerin kullanımını içerir. Bazı şirketler ayrıca satış gelirlerinin bir kısmını ağaç dikme gibi çevresel girişimlere bağışlayarak kendilerini çevreye duyarlı şirketler olarak pazarlayabilirler.

Yeşil pazarlama, sosyal ve çevresel açıdan bilinçli iş uygulamalarına yönelik daha geniş bir hareketin bir bileşenidir. Giderek artan bir şekilde tüketiciler, şirketlerin çeşitli çevresel, sosyal ve yönetim (ÇSY) kriterlerinin yanı sıra operasyonlarını iyileştirme taahhüdünü göstermelerini beklemeye başladılar. Bu amaçla, pek çok şirket, bu hedeflere yönelik ilerlemelerini periyodik olarak raporladıkları sosyal etki beyanlarını sürekli olarak dağıtacaktır.

ÇSY ile ilgili iyileştirmelerin tipik örnekleri arasında bir şirketin operasyonlarında yer alan karbon emisyonlarının azaltılması, hem ülke içinde hem de uluslararası tedarik zincirlerinde yüksek çalışma standartlarının sürdürülmesi ve şirketin faaliyet gösterdiği toplulukları desteklemek için tasarlanmış iyilikçi programlar yer alır. Yeşil pazarlama, özellikle çevresel girişimlere atıfta bulunsa da, bu çabalar giderek artan bir şekilde sosyal ve kurumsal yönetim politikalarıyla birlikte sunulmaktadır.

Yeşil pazarlama ile uğraşmayı seçen şirketler için birçok teşvik vardır. Başlangıç olarak, bir şirketin çevresel sebeplere yönelik algılanan taahhüdü, birçok tüketicinin harcama alışkanlıklarını etkileyen giderek daha önemli hale gelen bir faktördür. Örneğin, 2014 Nielsen Kurumsal Sorumluluk Küresel Araştırması, tüketicilerin kabaca %55'inin olumlu sosyal ve çevresel etkiye sahip olduğu düşünülen şirketlerden daha yüksek fiyatları kabul etmeye istekli olduğunu ortaya çıkardı; bu, 2011'deki bir önceki ankete göre %10'luk bir artış anlamına gelmektedir. Asya, Latin Amerika ve Orta Doğu gibi bölgelerde, bu tutum daha da yaygındı ve 2014 yılında katılımcıların yaklaşık %65'i tarafından benimsendi.

Sürdürülebilir tarım ürünleri söz konusu olduğunda, yeşil pazarlama, bu ürünleri tüketmenin faydalarını teşvik etmede gittikçe daha önemli hale gelecek bir rol oynayabilir, böylece sürdürülebilir tarım ürünlerinin ticari gelişimine ve ulusal ve uluslararası sürdürülebilir tarımın gelişimine katkıda bulunabilir. Yeşil pazarlama teknikleri kullanılarak sürdürülebilir tarım ürünlerinin teşvik edilmesi, sürdürülebilir kalkınma bağlamında insan, çevre ve ekonomik sağlığın iyileştirilmesi için faydalıdır.

5.3 Sürdürülebilir Tarım Ürünleri için Pazarlama Stratejileri

Doğrudan Pazarlama

Doğrudan pazarlama, özellikle yeni başlayanlar ve küçük çiftçiler için yaygın bir stratejidir ve üretim yöntemlerinin hususi özelliklerini veya ürünlerinin birinci sınıf kalitesini tanıtmak isteyen

Common borders. Common solutions.

üreticiler için çok caziptir. Doğrudan pazarlama, çiftçiye sadece fiyat üzerinde daha fazla kontrol sahibi olma ve araçlardan kaçınarak tam kâr elde etme fırsatı vermekle kalmaz, aynı zamanda müşterilerle doğrudan temas kurma fırsatı verir. Doğrudan pazarlama stratejilerinden bazıları şunlardır:

- ❖ **Semt Pazarı:** Son yıllarda Çiftçi Pazarlarının sayısı, taze çiftlik ürünlerine olan müthiş talebi yansıtacak şekilde iki kattan fazla arttı. Çoğu çiftçi pazarı, satıcıların çok çeşitli taze ürünler ve katma değerli ürünler satabileceği güvenilir, esnek bir satış noktası sunar. Ayrıca, günümüzde çiftçiler ürünlerini, özellikle organik ürünler veya bir tür sertifikaya sahip ürünler sunan uzmanlaşmış çiftçi pazarlarında da satabilirler. Çiftçi pazarı, kolayca erişilebilir olması ve birçok müşteri çekmesi sebebiyle, yeni çiftçilerin ürünlerini satmaya başladıkları ilk noktadır. Diğer faydaların yanı sıra çiftçi pazarları, çiftçiye doğrudan halka satış yapma ve tüm kârı tek başına elde etme ve ayrıca müşterilerle kişisel ilişkiler geliştirme fırsatı verir.
- ❖ **Topluluk Destekli Tarım:** Topluluk destekli tarım, topluluk üyelerinin hasattan bir pay için ön ödeme yaparak yerel bir çiftlik operasyonuna yatırım yaptığı bir pazarlama yöntemidir. Topluluk fikri, üyelerin zayıf hasadı ve ekin kıtlığı riskini bölüştürmesiyle çiftliğin kendisine taşınır. Çiftçiler ayrıca üyelerden hisselerini almak için çiftliğe gelmelerini isteyebilir veya hisselerini merkezi olarak konumlandırılmış dağıtım bölgelerine teslim edebilirler. Birçok çiftlik, üyelerinden operasyona zaman ve emek ayırmalarını ister. Bu, sadece maliyetleri düşürmekle kalmaz, aynı zamanda üyelerin gıda yetiştirmenin aslında ne anlama geldiği hakkında daha fazla bilgi edinmelerini sağlar. Çiftçi bu pazarlama yöntemini bir seçenek olarak değerlendirirken, çiftliğin konumunu, üyelerin katılıma hazır olup olmadığını ve istekliliğini ve çiftlikteki etkinliklere sponsor olma, haber bültenleri yayınlama veya yardımcı olacak ve müşterilerin çiftliğe bağlı hissetmesine yardımcı olacak diğer hizmetleri sağlama becerisini dikkate almalıdır.
- ❖ **Tarla İçi Satış ve Turizm:** Bu tür pazarlama stratejisi, ürün satışı ve deneyimleri için ziyaretçilere açık olan çiftlikleri ifade eder. Giderek daha fazla sayıda tüketici, tarla tezgâhlarında alışveriş yapmak ve çiftçilerle etkileşim kurmak için fırsatlar arıyor. Buna karşılık, çiftçiler de tekliflerini en üst düzeye çıkarabilecekleri yöntemlere daha fazla uyum sağlıyor. Genellikle kendi operasyonlarını kendin seç, çiftlikte gecelik konaklamalar, tadımlar, etkinlikler (düğünler, yemek pişirme dersleri), turlar, binicilik, çiftlik yürüyüşleri ve avcılık gibi deneyimler sunarlar.
- ❖ **İnternet, e-posta ve sosyal medya:** Tarımsal ürünleri satmanın bir yolu olarak interneti kullanmak, tarım ticareti endüstrisindeki pazarlama kanallarını değiştiriyor. İnternet, çiftçilere alternatif bir pazarlama kanalı olarak hizmet edebilir. Tarım ürünlerini sattıkları bir internet sitesi kuran çiftçiler, bu sayede oldukça farklı bir pazarlama kanalı kullanmış oluyor. Birçok çiftçinin yeni müşteriler bulmasına, coğrafi pazar sınırlamalarını aşmasına ve yeni pazarlar bulmasına yardımcı oluyor. Çiftçiler, ürünlerini satmak için birçok muhtemel yolla interneti kullanabilirler. Çiftçiler ürünlerini internet aracılığıyla B2C (işletmeden müşteriye) işlemleri yoluyla doğrudan tüketicilere satabilecekleri gibi, B2B (işletmeden işletmeye) elektronik ticaret yoluyla perakendecilere, toptancılara ve diğer kuruluşlara da satabilirler.
- ❖ **Kooperatif pazarlama:** Çiftçiler ürünlerini birlikte pazarlamak ve satmak için kooperatifler kurabilir veya kooperatiflere katılabilirler. Bu şekilde, ürünleri için aldıkları fiyatları daha iyi kontrol edebilir ve nakliye ve pazarlama maliyetlerini azaltabilirler.
- ❖ **Sezonu Uzatmak:** meyve ve sebze mahsullerini daha ilkbaharın başlarına veya daha sonra sonbaharın sonlarına yaymak için seralar, ısıtılmayan çember seralar, sıra örtüler veya

alternatif çeşitler kullanmayı içerir. Pazarlama sezonunu uzatmak, iş yükünü yaymak ve nakit akışlarını dengelemek için kritik önemde olabilir.

- ❖ **Restoran ve Kurumlara Satış Yapmak:** üst düzey olanlar başta olmak üzere restoranlar, kazançlı pazarlar sağlar. Aşçılar ve restoran patronları, menülerine dahil etmek için en kaliteli, farklı, yerel olarak yetiştirilen ürünler için yüksek fiyatlar öderler. Ayrıca, restoranın kendisi yeşil pazarlama uygularsa, kesinlikle yerel olarak üretilen sürdürülebilir tarım ürünleri arayışına girecektir. Çoğu durumda restoranlar, menü ögesi açıklamalarında ve diğer tanıtım faaliyetlerinde çiftlikleri tanımlama eğilimindedir.
- ❖ **'Yerelden Al' Kampanyaları:** genellikle aynı bölgede faaliyet gösteren bir grup çiftçi tarafından geliştirilen bu kampanyalar, tüketicilerin ilgisini çekebilir ve yerel çiftçilerden ve çiftlik sahiplerinden alışveriş yapılmasını teşvik edebilir. Ayrıca, bu kampanyalar birçok durumda odalar, belediyeler ve diğer yerel kamu yetkilileri tarafından geliştirilmekte ve desteklenmektedir.
- ❖ **Katma Değerli Ürünler, Gıda endüstrisi, Uzmanlaşmış Perakende Mağazalar, vs.**

5.4 Tarımsal Pazarlama Planı

Bu bölüm, bir pazarlama planının geliştirilmesini ve bunun sürdürülebilir tarım ürünlerinin tanıtımındaki önemini ayrıntılarıyla açıklamaktadır. Pazarlama stratejilerinin uygulanması için kaynakların tahsisine özel önem vererek her kritik bölümü kısaca analiz ederek bir pazarlama planının içeriğini inceleyeceğiz.

Pazarlama başarısı, iyi bir pazarlama planından geçer. Bu, şirketin marka pazarlamasını ve tanıtım stratejilerini açıklayan resmi, yazılı bir belgedir. Şirketin kimi temsil ettiğini, ne yaptığını, müşterilerin kim olduğunu ve çiftçinin ürünleri nasıl pazarlamayı planladığını özetlemelidir. Pazarlama planı genellikle 12 aylık bir dönemi kapsar. Bir tarım üreticisi için iyi bir pazarlama planı geliştirmek; maliyetleri belirlemeye ve ölçmeye, fiyat hedefleri belirlemeye, potansiyel fiyat görünümünü belirlemeye, üretimi ve fiyat riskini incelemeye ve mahsulleri pazarlamak için bir strateji geliştirmeye yardımcı olacaktır.

Pazarlama planı; şirketin pazarlama hedeflerine ulaşmak için durum, hedefler, değer önerisi, pazarlama stratejisi ve taktikler olmak üzere birkaç bileşen içerir.

Pazarlama planları için pek çok farklı model vardır, ancak bunların hepsi aşağıdaki beş esas bölümü içerir:

5.4.1 Mevcut durumun analizi

Bu bölümde çiftçi, çiftçilik faaliyetinin mevcut durumunun bir analizini geliştirmek durumundadır. Bu, şirketin güçlü yönlerine, zayıf yönlerine, fırsatlarına ve tehditlerine bakarak bir SWOT analizinin geliştirilmesi şeklinde yapılır. Buna rakipleri tanımlama, nasıl çalıştıklarını anlama ve güçlü ve zayıf yönlerini tanıma da dahildir.

Güçlü taraflar şirketin pazardaki konumunu iyileştiren ve kolayca kopyalanamayan herhangi bir rekabet avantajı, beceri, uzmanlık, yeterlilik, yetenek veya diğer faktörlerdir. İyi eğitilmiş bir satış ekibi, personel değişiminin az olması, yüksek tüketiciyi elde tutma veya üstün teknoloji sebebiyle düşük üretim maliyetleri bunlara örnek olarak gösterilebilir.

Zayıf taraflar şirketin hedeflerine bağımsız olarak ulaşma kabiliyetini azaltan faktörlerdir. Güvenilir olmayan teslimat, modası geçmiş üretim araçları, yetersiz pazarlama çabaları ve planlama eksikliği örnekler arasında sıralanabilir.

Fırsatlar işletmenin büyümesinin ve daha kârlı hale gelmesinin yollarıdır. Bunlar, yeni pazarlar aramayı, teknolojik değişimi

Common borders. Common solutions.

yönetmeyi veya yeni tüketici trendlerini ele almayı içerebilir. Çiftçiler, bu fırsatlardan yararlanmak için şirketin temel becerilerinin nasıl kullanılabileceğini incelemelidir.

Tehditler işgücü eksikliği, yasal engeller veya zararlı ekonomik veya politik

gelişmeler gibi birincil pazarlara giriş engelleridir.

SWOT analysis: Who are you?

Internal factors	 strengths What do we do well?	 weaknesses What things do we need to work on in our business?
	 opportunities What trends are creating more opportunities for us	 threats What obstacles are we facing

5.4.2 Hedef pazarın belirlenmesi

İyi tanımlanmış bir hedef pazara sahip olmak, niş bir pazarı hedefleyerek büyük şirketlere karşı etkili bir şekilde rekabet etme söz konusu olduğunda çiftçilere önemli bir avantaj sağlar. Belirli bir pazarı hedeflemek, kriterlere uyan müşterilerin hariç tutulması anlamına gelmez, bunun yerine üreticinin pazarlama bütçesini, ürünleri satın alma ihtimali daha yüksek olan belirli bir pazara odaklamasına imkan tanır. Ayrıca, açıkça tanımlanmış bir pazar, kişinin şirketini nerede ve nasıl pazarlayacağını belirleyebileceği

temeli sunar.

Hedef pazarı belirleme konusunda iyi bir başlangıç noktası, halihazırda var olan müşteri tabanı, bunların diğer insan gruplarında da bulunabilen ve potansiyel müşteri haline gelebilecek ortak özellikleri ve ilgi alanlarıdır. Yeni bir şirket söz konusu olduğunda, çiftçi önce ürün(ler)in özelliklerini analiz etmeli, ardından pazarı segmentlere ayırmalı ve hedef(ler)i belirlemelidir.

Birçok tarım ürününün piyasada hak ettiği değeri bulamadığı ve çiftçilerin bunların üretiminde ek emek, bilgi ve uzmanlık sarf etmelerine rağmen bunun karşılığını alamadıkları bir gerçektir. Bu ürünler kitlesel dağıtım kanallarına girdiklerinde, diğer ürünlerle karışmakta ve gıda üretim sürecinde özel nitelikleri ve kaliteleri kaybolmaktadır. Ayrıca, nihai ürünler belirgin açıklarla daha da pahalıdır. Üretim sürecinin faydalarının ve son ürünün kalitesinin asla tüketiciye ulaşmadığı sürdürülebilir tarım ürünleri söz konusu olduğunda durum daha da kötüdür.

Bu sebeple, çiftçilerin birden fazla hedef pazarı varmış gibi görünse de, ürünlerinin benzersiz niteliklerini, çevre dostu üretim sürecini ve tüketicilerin sağlığına faydalarını ortaya çıkaranları seçmek onların yararına olacaktır.

Ürünlerin özellikleri belirtilip bunlar müşteriye sağladığı faydalarla eşleştirildiğinde, üretici, ürünlerin kime hitap ettiğini kolayca belirleyebilir ve bu sayede de genel bir hedef pazar belirleyebilir. Daha da spesifik hale getirmek için, pazar demografik ve psikografik kriterlere göre bölümlere ayrılabilir. Potansiyel müşterinin yaş aralığı ve/veya cinsiyeti nedir? Nerede yaşıyor? Bazı belirleyici kişilik özellikleri, tutumları veya değerleri nelerdir?

Son olarak, bir üretici her zaman aynı pazarda zaten var olan rekabeti kontrol etmelidir. Sadece rakiplerin ürünlerine değil, mevcut müşterilerine de özel ilgi gösterilmelidir. Bir çiftçi, rakipleriyle aynı pazarı mı hedeflediğini veya gözden kaçırdıkları bir niş pazar olup olmadığını ve ürünlerinin rakiplerinkinden üstün olup olmadığını tespit edebilmelidir.

5.4.3 Müşterilerinizi tanımak

İyi ürün ve hizmetler sunmanın anahtarı müşterileri anlamaktır. Ve bir üreticinin başarılı olması için müşterilerini; ihtiyaçlarını tahmin edebilecek, vaat edileni yerine getirebilecek ve beklentilerini aşabilecek kadar iyi tanıması gerekir. Müşterilerle iletişim halindeyken onlara gerçekten özen göstermek, işletme için müşteri sadakati ve yeni potansiyel müşterilere olumlu kulaktan kulağa tavsiye gibi önemli ödüller sağlayabilir.

Müşterileri anlamak, onlara güçlü müşteri ilişkileri ve yeni satışlarla sonuçlanacak iyi ürün ve hizmetler sağlamanın anahtarıdır. Üreticiler tarafından ele alınacak konular şunlardır: müşterinin gerçek zamanlı davranışı, farklı müşteri kategorileri, müşteri bağlılığı, müşteri hizmetleri etkileşimleri ve müşterilerin kişisel zevkleri ve tercihleri.

Bu bölüm; yaş, cinsiyet, meslek veya kariyer, gelir düzeyi, eğitim düzeyi ve coğrafi konum gibi temel demografik portreleri içeren bir müşteri profili içermelidir. Ayrıca, ürünler için beklenen talep ve bu talebin artmasının beklendiği hız ile ilgili bir tahmin yapılmalıdır.

5.4.4 Pazarlama hedeflerinin belirlenmesi

Pazarlama hedefleri, ürünlerini ve hizmetlerini müşterilere tanıtmak için çiftçilik operasyonu tarafından uygulamaya konulan spesifik hedeflerdir. Pazarlama hedefleri, belirli bir dönemde örgütsel hedeflere ulaşılmasına yardımcı olan genel bir pazarlama stratejisidir. Bu hedefler, önümüzdeki altı ayda satışları %13 artırmak, yeni bir ürün veya hizmetle ilgili tüketici farkındalığını artırmak veya müşteri memnuniyetini artırmak olabilir. Pazarlama hedeflerinin kolayca gerçekleştirilebilmesi için aşağıdaki özelliklere sahip olması gerekir: Spesifik (Specific) - Ölçülebilir (Measurable) - Ulaşılabilir (Achievable) - Gerçekçi (Realistic) - Zamana özel (Time-specific) [SMART]



Pazarlama hedefleri aşağıdaki gibi örneklendirilebilir:

- Satış gelirini artırmak
- Marka bilinirliğini artırmak - bir müşteri ödüllendirme sistemi geliştirmek
- Yeni ürün ve hizmetleri tanıtmak - belirli bir süre içinde belirli bir miktarın satılması için yeni ürünleri tanıtmak
- Dijital varlığınızı büyütmek - yeni bir blog, web sitesi oluşturmak, web sitesi aracılığıyla ürün satmak, elektronik çiftçi pazarına katılmak
-

5.4.5 Pazarlama Strateji(ler)inin Belirlenmesi

Investopedia tarafından tanımlandığı üzere, pazarlama stratejisi "bir işletmenin potansiyel tüketicilere ulaşmak ve onları işletmenin sağladığı ürün veya hizmetlerin müşterileri haline getirmek için genel oyun planıdır". Yani aslında bu, üreticinin ondan alım yapacak insanların önüne şirketini nasıl çıkarabileceğine dair stratejik planlama ile ilgilidir. Pazarlama Stratejisi, çiftçinin pazarlama planının önceki bölümlerinde tanımlandığı gibi hedef pazara ve hedef kitleye ulaşmasına yardımcı olur. Ek olarak, uygun strateji(ler)in seçilmesi, çiftçinin doğru yerlere yatırım yapmasına, yatırılan paranın daha iyi geri dönüş yapmasına ve ölçülebilir sonuçlar getirmesine yardımcı olur.

Bir strateji seçerken çiftçi, hangi ürünün veya hangi ürün özelliklerinin, hangi fiyata, nerede satılacağı ve nasıl tanıtılacağı anlamına gelen 4P'nin dahil edilmesi hiçbir zaman unutulmamalıdır. Sürdürülebilir tarım ürünleri üreticisinin aralarından seçim yapabileceği birçok farklı pazarlama stratejisi vardır ve bunlardan bazıları 3. Bölümde belirtilmiştir. Liste ayrıntılı değildir, ancak üreticiler ihtiyaç duydukları kadar çok kombinasyon yapabilirler. Ayrıca, bugün yeni nesil çiftçiler, e-ticaret veya benzersiz bir ürün yerine bir sepet ürün satmak gibi daha önce hiç denenmemiş yenilikçi pazarlama stratejilerini denemek için her zamankinden daha fazla yaratıcı ve cesurdurlar.

Pazarlama stratejisi şu konularda bilgi içermelidir: i) belirli müşteri kategorilerine nasıl ulaşılabileceği (dijital mi, geleneksel pazarlama mı yoksa her ikisini birden mi kullanacaksınız?); ii) pazarlama/tanıtım materyallerinin (marka, videolar, fotoğraflar, reklamlar, çevrimiçi mağaza vb.) oluşturulmasından kimin sorumlu olacağı; iii) bu materyallerin nasıl paylaşılacağı (e-posta kampanyası, sosyal medya, çiftçi pazarı, satış elemanı, halkla ilişkiler vb.); ve iv) stratejinin başarısının nasıl analiz edileceği (strateji başarılı mıydı? İstenen sonuçları getirdi mi? Hedeflere ulaşıldı mı?).

5.4.6 Finansal Planlama

Finansal planlama, şirketin pazarlama planını geliştirmenin temel bir parçasıdır. Üretici, savurganlığa kaçmadan pazarlama hedeflerine ulaşmak için yeteri kadar para ayırdığından emin olmalıdır. Benzer şekilde, pazarlama faaliyetinin değerli olması için yatırımdan yeterli bir getiri elde ettiğinden emin olmalıdır. Çiftçi, seçilen pazarlama stratejilerini uygulamak için gereken maliyet ve giderleri dikkate almalı ve sürecin tamamlanmasıyla ulaşılacak belirli niceliksel ve hatta niteliksel hedefler belirlemelidir.

5.5 Sonuçları Ölçme ve İnce Ayar

Bu bölüm, Pazarlama Planının uygulanmasından sonra sonuçların gerekli değerlendirmesini sunmaktadır. Pazarlama Planında belirlenen niceliksel ve niteliksel hedeflere ulaşılmasını değerlendirmenin ve sonuçları ölçmenin yolunu inceleyeceğiz. Ayrıca, öğrenciler/kursiyerler pazarlama planlarında düzeltici önlemleri ve eylemleri nasıl ve nerede almaları gerektiğini ve bu prosedürü ne sıklıkla tekrarlamaları gerektiğini öğreneceklerdir.

Yukarıda belirtildiği gibi, pazarlama planları işletmelerin ve şirketlerin yeni müşteriler çekmesine, satış yapmasına ve kâr elde etmesine yardımcı olur. Bir pazarlama kampanyasının başarılı olup olmadığını belirlemek için, yalnızca satış sayısı ve elde edilen kâr miktarından daha fazlasını ölçmeniz gerekir. Bir pazarlama kampanyasının başarısını oluşturmak ve ölçmek, bazıları aşağıda verilen temel performans ölçütlerini kullanmayı içerir:

- Bir şirketin pazarlamaya ne kadar yatırım yaptığını ve ne kadarını geri kazandığını ölçen Yatırım Getirisi (YGD)

- Kazanç başına maliyet, her satışın giderini genel pazarlama maliyetine karşı ölçer. Hangisinin daha iyi performans gösterdiğini görmek için kampanyaları birbiriyle karşılaştırmak gerçekten yararlıdır.
- Pazarlama kampanyalarının etkinliğini, satıştan çok muhtemel satış sayısına odaklanan finansal bir bakış açısıyla ölçen muhtemel satış başına maliyet
- Bir web sitesi ziyaretçisini satın alan bir ziyaretçiye dönüştürmenin maliyetini ölçen, çevrimiçi satışlar için gerçekten yararlı olan dönüşüm başına maliyet
- Müşterinin ortalama satış tutarının, müşteri olarak kaldıkları ortalama yıl miktarına göre her yıl kaç kez satın aldıklarına göre hesaplanarak yaşam boyu değeri ölçen müşteri yaşam boyu değeri
- Edinme başına maliyet, web sitesi trafiği, dönüşüm oranı, yeni ve tekrar gelen ziyaretçiler ve daha fazlası.

5.6 Vaka Çalışmaları

Öğrencilerden, kendi ülkelerinde veya başka bir yerde bir pazarlama stratejisini başarıyla uygulayan yerel bir sürdürülebilir tarım ürününü belirlemeleri ve incelemeleri istenecektir (neyin yanlış gittiğini incelemek açısından başarısız pazarlama stratejisi de seçilebilir).

Yunanistan için, bir Zorunlu Safran Üreticileri Kooperatifi kuran ve bir menşe adı ürünü olarak onaylanan ortak bir pazarlama stratejisi kullanan Safran'ın (Krokos Kozanis) başarılı pazarlamasını inceliyoruz.

Kaynaklar

<https://www.ama.org/marketing-news-home/>

https://www.researchgate.net/profile/Thabit-Thabit/publication/324923406_The_Evaluation_of_Marketing_Mix_Elements_A_Case_Study/links/5aeb827a458515f59981df6e/The-Evaluation-of-Marketing-Mix-Elements-A-Case-Study.pdf

<https://www.thebalancesmb.com/green-marketing-2948347>

<https://smallfarms.cornell.edu/resources/guides/guide-to-farming-in-ny/>

<https://farmandanimals.com/how-do-farmers-sell-their-produce/>

<https://venngage.com/blog/marketing-plan/>

Modül 6: Uluslararası ticaret ve işbirliği

6.1 Tarım ticaretinin önemi

Dünya ekonomisinin bir kolu olarak tarım, insan yaşamında önemli bir rol oynamaktadır. Temel amacı gıdada nüfusun, hammadde sanayinin ihtiyaçlarını karşılamaktır. Antik Yunan bilim adamı Xenophon dahi şunu söylemiştir: "... tarım, diğer tüm zanaatların annesidir ve geçimlerini o sağlar. Tarım iyi yönetildiğinde, diğer tüm meslekler gelişir, ancak tarım ihmal edildiğinde, diğer tüm ticaretler azalır." Tarımın rolünü abartmak zordur. İnsanlara, eksikliğin açlığa sebep olduğu gıdaları sağlar. Tarım alanındaki sorunlar toplumda sosyal gerginliğe ve istikrarsızlığa yol açmakta, bu nedenle gelişimi tüm ülkelerde kontrol edilmektedir [Dolgov, 2014]. Tarımın dünya ekonomisindeki rolünün göstergesi olarak, tarımın GSYİH yapısındaki payı, tarıma yatırım, ekonomik olarak aktif nüfus içinde tarımda istihdam edilenlerin payı gibi göstergeler kullanılabilir. Tarımın insanların hayatındaki rolü net olmasına rağmen, ekonomik alandaki rolü kesin olarak tanımlanmamıştır. Herhangi bir endüstrinin rolünün ana göstergesi, dünya GSYİH üretimindeki payıdır. Dünya Bankası'na göre, 2002'den 2009'a kadar, tarımın dünya gayri safi yurt içi hasılası (GSYİH) içindeki payı arttı ve bu da onu 2020-21 döneminde GSYİH performansında tek parlak nokta haline getirdi. Çiftçi topluluğunun olumsuzluklar karşısındaki dayanıklılığı, diğer sektörlerin düşüş gösterdiği 2020-21'de tarımı sabit fiyatlarla büyüme kaydeden tek sektör haline getirdi. KH Ülkeleri ve AB'de kişi başına gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH) ile karşılaştırıldığında işçi başına tarım katma değeri sürekli olarak artmıştır (<https://trading Economics.com/country-list/gdp-from-agriculture>).

Tarımın rolü de bu alandaki yatırımları yansıtmaya yardımcı olacaktır. Ölçekleri hakkında detaylı bilgi olmadığı için yatırımlardan bahsetmek zordur. Yatırımcılar çoğunlukla özel sektördür ancak hükümetler ve kamu yatırım fonları da ilgilidir. Özel sektördeki yatırım şirketleri genellikle hükümet veya devlet yatırım fonları tarafından kurulur, bu da onları ayrı değerlendirmeyi ve kamu katılımının derecesini değerlendirmeyi zorlaştırır. Son elli yılda çok uluslu şirketlerin sayısı artmıştır. Gıda, yem ve biyoyakıt, kereste ve mineral tedarik etmek için küresel erişimlerini genişlettiler. Son zamanlarda, hükümetler ve bazı şirketler de dâhil olmak üzere yeni uluslararası oyuncular da toprak almaya başlamıştır [Revenco, 2010].

Tarımsal ihracat da artış halindedir ve artan taşıma kapasitesi ve kapasiteyi muhafaza etme ve ekilebilir arazi eksikliğinden kaynaklanan kısıtlamalar da dâhil olmak üzere bazı ülkelerin yerel üretimde karşılaştığı artan zorluklarla birlikte giderek daha önemli hale geliyor. Tarım ürünlerinde uluslararası ticaret, dünya tarımının GSYİH'sinden daha hızlı büyümüştür [Glauber, 2020].

Tarım ürünlerinde küresel ticaret hacmindeki artışla beraber, bu ticaretin yapısı da son on yılda değişmiştir. Dünya tarım ticaretinde başta balık ve balık ürünleri, meyve ve sebzeler olmak üzere yüksek kaliteli ürünlerin payında artış olmuştur. Gelişmekte olan ülkeler bu ihracatta keskin bir artış yaşarken; kahve, kakao ve çay gibi geleneksel ihracatlarının önemi azalmıştır. Geleneksel ürünler birçok ülkede hala önemli bir rol oynamaktadır. Birçok ülkede, nüfus artışı, teknolojik gelişme eksikliği ve verimsiz dağıtım mekanizmaları, birçok yoksul çiftçi için doğal kaynakların mevcudiyetinde hızlı bir düşüşe yol açmıştır. Satın alma gücünün olmaması veya aksak piyasalar sebebiyle besin (mineral veya organik) eksikliğine bağlı olarak birçok alanda toprak verimliliği halen azalmaktadır. Nehirler gibi su kaynakları tarım, hidroelektrik veya içme suyu gibi çeşitli amaçlar için giderek daha fazla kullanıldığından, su dünya çapında giderek kıtlığı hissedilen bir meta haline geliyor. Dünya GSYİH içindeki payının azalmasına rağmen, tarım, dünya ekonomisinin ve toplumunun gelişmesinde önemli bir rol oynamaya devam etmektedir. Tarım çok ciddi manada istihdam sağlar, gıda ve hammadde üretir. Enerjinin biyoyakıtlara geçişi ile birlikte tarım dünyada özel bir yer edinecektir. Ayrıca tarım, gıda güvencesine ve yoksulluğun azaltılmasına katkıda bulunur. Bilim ve teknolojiye ileriye

Common borders. Common solutions.

de yardımıyla tarımın gelişimi hızlı bir şekilde ilerliyor. Tarım sadece gelişmekle kalmaz, aynı zamanda dünya ticaretinin ve bir bütün olarak dünya ekonomisinin gelişmesine de katkıda bulunur.

Gıda güvencesi sorunları, tarımsal üretimin gelişmesiyle yakından ilişkilidir. Devletlerin, herkesin yeterli gıdaya erişim hakkı ve açlıktan korunma hakkıyla tutarlı olarak güvenli ve besleyici gıdaya erişim hakkını sağlama yükümlülüğü vardır.

Tarımsal üretimin tüm sektörlerinde yüksek talep, üretim ve satış dinamikleri, tarımsal kökenli olanlar da dâhil olmak üzere dünya hammadde ve gıda fiyatlarında keskin artış tarım sektörünün daha da gelişmesi için yeni şartları ve ön koşulları sağladı.

Tüm dünya ülkeleri tarım ürünleri ve gıda ticareti yapmaktadır. Dünya ticaretinin yapısında bu sektör değer olarak %12, tonaj olarak %19'luk bir paya sahiptir. Son yıllarda bu mallardaki ticaretin yüksek dinamikleri ve hacimleri, dünya tüketimindeki genel bir artışla (artan nüfus, refahındaki artış ve talep yapısındaki değişiklik) ilişkilidir. Küresel kriz döneminde temel gıda türlerinin fiziksel olarak ticaretinin azalmakla kalmayıp artmaya devam ettiğine dair işaretler var. Tarım ürünlerine yönelik artan talep endüstri, enerji ve ulaşımdan gelmektedir [World Trade Statistical Review, 2019].

Tarım ürünleri ve gıda maddelerinde dünya ticaretinin motoru, günümüzde nüfusu hızla gelişen ülkelerdir. Onlar sadece büyük gıda ithalatçıları değil, aynı zamanda birinci sınıf ihracatçılarıdır [https://www.fao.org/3/i6583e/i6583e.pdf].

Tarımsal üretimin gelişmesinde devlet politikasının büyük etkisi vardır. Bu sektörün devlete bağımlılığını büyük ölçüde, önemli miktarlarda tarım ürünlerinin yüksek maliyetli ülke ve bölgelerde (ABD, Avrupa) üretilmesi ve potansiyel üreticilerin serbest rekabet şartlarında ayakta kalamayacak olduğu gerçeği tarafından belirlenmektedir.

Bu sebeple tarımın başarısı, sanayide olduğu gibi sadece teknik donanım düzeyine değil, aynı zamanda üreticiye ve ihracatçıya mali ve idari destek sağlayabilme yeteneğine de bağlıdır. Yüksek derecede devlet katılımı, ulusal gıda güvenliğini sağlama, tarım alanlarının gelişimini destekleme, istihdam sağlama ve sosyal sorunları çözme gibi stratejik sorunları çözme ihtiyacıyla da belirlenir.

6.2 Modern Ticaret modelleri

Ülke Benzerlik Modeli

Ülke Benzerlik Modeli

KH bölgesinde, tüketicilerin kişi başına gelirleri benzer seviyelerdedir ve gelişme aynı zevklere sahip olabilir ve orantılı olarak aynı kalitede ürünleri tüketebilirler. Bu sebeple, bu ülkelerin aynı miktarda ve kalitede mal ve hizmet ticareti yapması ve tüketmesi muhtemeldir. Ürünlerin ticareti çoğunlukla ülkelerde benzer talep yapılarına göre yapılmaktadır [Linder, 1961].

Uluslararası Ürün Yaşam Döngüsü Teorisi

Ülkeler her şeyden önce bir ürünü başka ülkelere gitmeden önce üretip yerel olarak tüketenlerdir. Uzun vadede, işletmenin ürünlerinin üretim ve satış yerleri değişebilir. Belirli bir ürünün karşılaştırmalı avantajı bir ülkeden diğerine kayabilir [Vernon, 1966]. Vernon, bir ürün ömrünün beş aşamasını tanımladı. Pazara yeni üretimin getirilmesi, çoğunlukla benzer bölge veya ülkelerde gerçekleşen ticareti canlandırır. Büyüme aşaması, rekabete, sermaye yoğunluğuna ve yenilik yapan ülkeden ihracat ve teknoloji transferinin ve diğer ülkelere yabancı yatırımın artmasına sebep olur. Üçüncüsü; olgunluk, yenilikçi ülkeden yapılan ihracatın

azalmasına neden olur. Dördüncüsü, doygunluk, ürün(ler)in satışının veya dağıtımının zirveye ulaştığı bir aşamada ve son olarak da denizaşırı üretim yoğunlaştıkça düşüş aşamasına geçmektedir. Gelişmekte olan ülkelerde bir üretim yoğunluğu ile nitelendirilir [Verter, 2015].

Endüstri İçi Ticaret

Bu model, uluslararası ticaretin ölçek ekonomileri, ürün farklılaştırması ve endüstriler ve ülkeler arasında ve içinde aksak rekabetin bir sonucu olarak gerçekleştiğini ifade eder.

Yeni Ticaret Teorisi

Ticaretten elde edilen kazançlar, tüketicilere sunulan çok sayıda mal çeşidinden kaynaklanmaktadır. Her türden daha fazla üretim, artan pazar büyüklüğü ve rekabet nedeniyle fiyatlar düştüğü için daha yüksek gerçek gelirle sonuçlanır. Karşılaştırmalı avantaj, yalnızca faktör donanımlarındaki farklılıklara değil, aynı zamanda ölçek ekonomilerine ve kritik endüstrilerde meydana gelen ağ etkilerine de bağlıdır.

Porter'ın Ulusal Rekabet Avantajı Teorisi

Ticaret kalıpları, ticaret yapan ülkelerdeki işletmelerin düzeyi ve ekonomik durumları tarafından belirlenir. Porter, 'ulusal düzeyde rekabet edebilirliğin tek anlamlı tanımının ulusal üretkenlik olduğuna' işaret etmiştir [Porter, 1990, s. 6]. Porter, bir devletin diğer uluslarla karşılaştırıldığında rekabet avantajı için dört anahtar öne sürmüştür: faktör şartları, talep şartları, bağlantılı ve destekleyici endüstriler; ve firma stratejisi, pazarların yapısı ve rekabeti, araştırma ve geliştirme belirli bir ekonomide mevcut olan belirleyiciler. Faktör şartları, temel (doğal kaynaklar, lokasyon, bitki örtüsü ve iklim durumu ve tarımsal üretim için verimli topraklar) ve ileri düzeyde (yani iletişim, vasıflı işçiler, serbestleştirme) olmak üzere ikiye ayrılır. Milletler, dört sütunun da elverişli olduğu şirketlerden ürün ihraç etmelidir. Elverişli olmadıkları alanda ise ülkeler ithalat yapmalıdır. Hükümet, işletmelerin yüksek kalitede üretim, hizmet sunumu ve firmalar arasında sağlıklı rekabeti sürdürmelerini sağlamada hayati bir role sahiptir.

Ticaretin Yerçekimi Modeli

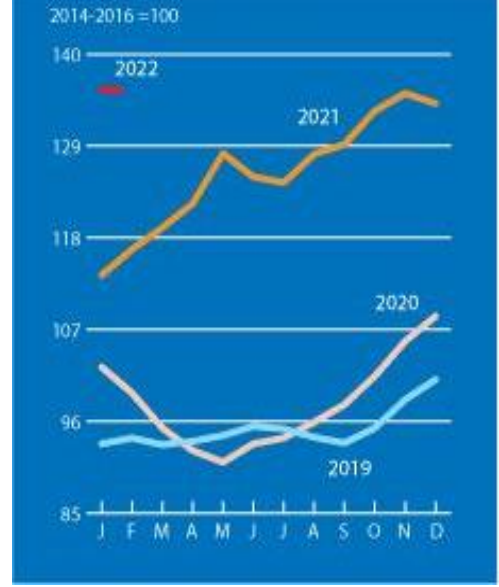
Bu model, ülkeler arasındaki ekonomik boyutların ve mesafelerin, ulusal sınırlar boyunca ticaret kalıplarını belirleyen birincil faktörler olduğunu vurgulamaktadır. Model, daha büyük ekonomilerin küçük ekonomilere göre yerel tüketimler ve ihracat için mal ve hizmet üretme ihtimalinin daha fazla olduğunu savunmuştur. Ayrıca, bu ekonomiler satılan ürünlerden daha fazla gelir elde ederek insanların daha fazla ithal ürün satın almasının yollarını açmaktadır. Teori ayrıca, bireysel ülkeler veya pazarlar arasındaki mesafenin veya coğrafi konumun, ürünlerin ithalat ve ihracatının maliyeti üzerinde etkili olduğunu vurgulamıştır.

Yeni 'Yeni Ticaret' Teorisi

Ticaret çoğunlukla homojen (verimlilik açısından eşit) ürünlerle yapılır. Homojen ürünlerin ticareti çoğunlukla sanayileşmiş ülkelerde gerçekleşirken, heterojen ürünlerin endüstriler arası ticareti hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde gerçekleşmektedir. Tarım piyasaları genellikle ya aşağı ya da yukarı sektör yoluyla aksak rekabetle karşı karşıyadır. Çiftlik ürünleri, tedarik zinciri boyunca farklılaştırılmış ve tekelci rekabet olarak modellenmiştir. Ancak genellikle firmalar oldukça heterojendir ve verimlilikleri birbirinden farklıdır. Serbest ticaret, yalnızca sektörler içinde değil, sektörler arasında da kaynakların yeniden tahsisine yol açmaktadır.

6.3 Gıda fiyatları ve fiyat dalgalanmaları

Birçok faktör fiyatların yükselmesine ve oynaklığına katkıda bulunur. Bunlar arasında piyasa mekanizmasının unsurları arasındaki dengesizlik, dünya gıda ticaretini düzenleyen etkili bir sistemin olmaması, orta vadede enerji fiyatlarındaki artış, biyoenerji sektörünün gelişimi, gıda piyasalarındaki spekülasyon hareketliliği, gelişmekte olan ülkelerin, ekonomik geri kalmışlık ve dünya pazarlarının gereksinimlerini karşılayamamaları [DTÖ, Tarım Anlaşması] nedeniyle tarım sektöründeki faaliyetlerin geliştirilmesi için doğal ve emek potansiyellerini kullanmalarının imkansızlığı dikkat çekicidir. Buna, hızla gelişmekte olan birkaç ülkede refahın artması ve onların nüfusunun gıda ürünleri tüketiminin artması, birçok devletin hükümetleri tarafından tarım sektörüne düşük yatırım temeline karşı iç tüketimi sübvansetmek için alınan önlemler ve dünya pazarında düşen arz eklenebilir.



Şekil 1: Gıda fiyat endeksi

(<https://www.fao.org/worldfoodsituation/foodpricesindex/en/>) Not: Gıda fiyat endeksi, 2002-2004 yıllarında her bir emtia grubunun ticaretindeki ihracatın ortalama payı ile ağırlıklı altı mal grubu (55 mal) için fiyat endekslerinin ortalamasından oluşur: genel endeks, FAO uzmanları tarafından uluslararası gıda fiyatlarının temsili için değerlendirilen 55 mal için yayınlanmış fiyatları içermektedir.

Spekülasyon faktör, temel tarım ve gıda ürünleri için dünya piyasalarındaki fiyat dalgalanmalarının genliğinin artmasında önemli bir rol oynamaktadır. Mevcut küresel kriz bağlamında, fiyatların yayılımı, sakin dönemlerde alışık olunan ortalama seviyenin %8-10'luk seviyesinden çok daha yüksekti. UNCTAD'a göre spekülasyonun fiyatlar üzerindeki etkisindeki dolaylı bir faktör, gıda ürünleri için vadeli işlemler ve opsiyonlarda dünya ticaretinin büyümesiydi.

Dünya gıda pazarının yapısında sekiz ana segment öne çıkmaktadır: tahıl (un ve tahıllar dahil), meyve ve sebzeler (sebzeler, meyveler, sert kabuklu yemişler, bunlardan elde edilen ürünler), yağlı tohumlar (yağlı tohumlar, bitkisel yağlar), süt ürünleri (taze süt, süt tozu, krema, yoğurt, hayvansal tereyağı, peynirler vb.), et (çeşitli etler, yenilebilir sakatat, katı yağlar, soslar), balık (deniz ürünleri dahil), şeker, içecekler ve diğer (kahve, çay, baharatlar, kakao ürünleri, çikolata, tatlılar, unlu mamuller, soslar, yumurta, bal vb.). Tahıl, yağlı tohum, et, şekerin yanı sıra kahve, kakao, muz vb. pazarlar dünya ticaretinde büyük öneme sahiptir [Uluslararası ticaret gıda ve tarım ürünleri, 2017].

6.4 Kurumsal düzenleyici ve yasal çerçeve

6.4.1 Gıda ve tarım örgütleri

Tarım ve bahçecilik kuruluşları; çiftlik hayvanı yetiştirme, ekinleri veya su kaynaklarını toplama, yararlı veya süs bitkileri yetiştirme veya benzeri uğraşlarla uğraşan kişilerin çıkarlarını destekler. Genel olarak, tarım ve bahçecilik faaliyetleri; toprağın hazırlanması, tohum ekilmesi, mahsullerin veya su kaynaklarının yetiştirilmesi ve toplanması (balıkçılık ve ilgili uğraşlar dâhil) ve çiftlik hayvanlarının yetiştirilmesi, beslenmesi ve yönetilmesi dahil olmak üzere toprağı işleme sanatı veya bilimiyle ilgili faaliyetlerdir.

Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) 1995 yılında kurulmuş olup, ticaret için kurallara dayalı, çok taraflı bir sistemin temel taşıını oluşturmaktadır. DTÖ, uluslar arasındaki ticaret kurallarını ele almakla görevli tek küresel kuruluştur. DTÖ, üye odaklı ve (Temmuz 2019 tarihi itibarıyla) 164 üyeli bir kuruluştur. Temel faaliyetleri şunlardır:

- piyasaların kademeli olarak serbestleştirilmesini amaçlayan çok taraflı müzakereler;
- ticaret için yasal temel kuralları anlaşmalar şeklinde belirlemek;
- devletler arasındaki ticari anlaşmazlıkları çözmek;
- üyelerin ticaret politikalarını izlemek.

Avrupa Birliği, DTÖ'nün bir üyesidir ve dünyanın en büyük ticaret bloğu olarak AB, DTÖ'de kilit bir oyuncudur. Avrupa Komisyonu, tüm AB ülkeleri adına tek bir kuruluş olarak müzakere ederek AB'yi temsil eder. DTÖ Tarım Anlaşması, 'adil ve pazar odaklı bir tarımsal ticaret sistemi' kurmayı amaçlamaktadır. Tarımsal destek ve korumada [Avrupa Komisyonu, Tarımsal ticaret] önemli kademeli indirimler sağlamak için tüm DTÖ üyeleri için geçerli olan kuralları belirler.

Gıda ve Tarım Örgütü (FAO), açlığı yenmek için uluslararası çabalara öncülük eden Birleşmiş Milletlerin uzman bir kuruluşudur. Amaçları, herkes için gıda güvenliğini sağlamak ve insanların aktif, sağlıklı yaşamlar sürmeleri için yeterli miktarda yüksek kaliteli gıdaya düzenli olarak erişmelerini sağlamaktır.

FAO, Ticaret ve Gıda Standardında [<https://www.fao.org/3/i7407e/i7407e.pdf>, s2], “Gıda standartları, tüketicilere yediklerinin güvenliği, kalitesi ve güvenilirliği konusunda güven verir. Tüketiciler, üreticiler ve hükümetler için gıdanın farklı yönleri hakkında ortak bir anlayış ortaya koyan standartlar, ticaretin gerçekleşmesini sağlar. Her hükümet farklı gıda standartları uygularsa, ticaret daha maliyetli olur ve gıdanın güvenli olmasını ve tüketicilerin beklentilerini karşılmasını sağlamak daha zor olur” ifadesine yer vermiştir. Uluslararası ticaret yapmak ve yüksek değerli ürünler için pazarlara erişim sağlamak için üreticilerin ulusal gıda düzenlemelerini karşılayabilmeleri gerekir.

Gıda Standartları Komisyonu (Kodeks Alimentarius Komisyonu), Ortak FAO/WHO Uluslararası Gıda Standartları Programının bir parçası olarak 1963 yılında FAO ve WHO tarafından kurulmuştur [<https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/en/>]. Gıda standartları için tek ve en önemli uluslararası referans noktasıdır. Gıda Standartları, dünyanın önde gelen uluslararası gıda standardı belirleme kuruluşudur. Söz konusu standartlar, gıda ticaretini kolaylaştırmaya ve halk sağlığını korumaya katkıda bulunur. Gıda Standartları ve DTÖ, gıdanın güvenli, beklenen kalitede ve adil bir şekilde ticaretinin yapılabilmesini sağlamak için bir kurallar sistemi oluşturur. Kodeks standartları, yönergeleri ve uygulama kuralları tabiatı gereği tavsiye niteliğindedir: yasal olarak uygulanabilir hale gelmeleri için ülkeler gönüllü olarak bunları ulusal yasa veya yönetmeliklere çevirmelidir. Tüm Codex metinleri, Codex web sitesinde [<https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/en/>] ücretsiz olarak mevcuttur ve herkes tarafından erişilebilir konumdadır. Gıda Standartları'nda yayınlanan standartlar, üyeler arasında neyin güvenli gıda olarak kabul edildiği ve üzerinde anlaşmaya varılan ve kabul edilebilir kalitede olduğu hususunda ortak bir anlayışı kodlayarak gıda ticaretinde adil uygulamaları sağlamalarına imkân tanır [<https://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/en/>].

SPS Anlaşması [https://www.wto.org/english/tratop_e/sps_e/spsagr_e.htm] gıda güvenliği ile hayvan ve bitki sağlığına ilişkin gereklilikleri belirler. Hükümetlerin insan, hayvan veya bitki yaşamını veya sağlığını korumak için gerekli önlemleri alma ve uygulama hakkını tanır. Ticareti kısıtlama ihtiyacı ortaya çıksa da, bunu yapmak için alınan herhangi bir önlem keyfi veya ayrımcı bir şekilde uygulanmamalı veya uluslararası ticaret üzerinde örtülü bir kısıtlama işlevi görmemelidir.

TBT Anlaşması https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/repertory_e/t4_e.htm], insan sağlığını ve güvenliğini korumak veya çevreyi korumak, tüketici bilgilerini sağlamak ve ürün kalitesini sağlamak gibi bir dizi kamu politikası hedefine ulaşmak için hükümetler tarafından benimsenen çok çeşitli ürün standartlarını ve düzenlemeleri kapsar.

Son on yılda bölgesel ticaret anlaşmaları (BTA) çoğaldı [<https://www.worldbank.org/en/topic/regional-integration/brief/regional-trade-agreements>], ancak gıda standartları ve önlemleri söz konusu olduğunda, ve BTA'ların TBT ve SPS hükümleri, DTÖ kuralları ticarete katılım için birincil belirleyici olmaya devam etmektedir.

6.4.2 Uluslararası ticaret düzenlemeleri ve standartları

Her ülke, topraklarında tarım üreticileri tarafından üretilen tarımsal ürünlerin birincil ve (veya) müteakip (endüstriyel) işlenmesiyle uğraşan tarımsal üreticilerden ve (veya) kuruluşlardan ve bireysel girişimcilerden tarımsal ürünlerin satın alınmasına ilişkin prosedür ve şartlar belirler.

Çoğu ülke, bir ticaret yerinin sağlanmasına ilişkin anlaşmanın temel şartlarının listesini içeren Piyasaların İşleyişine İlişkin Kurallar oluşturur. Genel bir kural olarak, bu tür şartlar, piyasadaki tüm çalışma süresi boyunca mevcut olması gereken belgelerin kendisine sağlanmaması durumunda, pazar yönetiminin bir ticaret yeri sağlanmasına ilişkin anlaşmayı feshetme hakkını içerebilir.

Tarım-gıda ürünleri çoğunlukla AB içinde alınıp satılmaktadır, ancak üçüncü ülkelere yapılan ihracat giderek daha önemli hale gelmektedir. AB'nin tarım-gıda ticaret dengesi 2010'dan bu yana pozitif.

Ticaret yönetmeliği; Test, Muayene ve belgelendirme, Uygunluk Değerlendirmesi, Ürün Belgelendirme ve Akreditasyon, ve diğer Teknik Yönetmelikleri ifade eder.

Uluslararası Ticaret Yönetimi tarafından açıklanan şekilde, her bir AGREEN ülkesi için tarım ürünleri ticaretinin genel özellikleri ve özel düzenlemeleri aşağıda listelenmiştir. [<https://www.trade.gov/research-country>]

Ermenistan:

Ermenistan, 2015'ten bu yana Rusya liderliğindeki Avrasya Ekonomik Birliği'nin üyesidir ve Bağımsız Devletler Topluluğu ülkeleriyle serbest ticaret anlaşmaları bulunmaktadır. Ermenistan'ın komşu Gürcistan ile de serbest ticaret anlaşması vardır.

Ermenistan, geliştirilmiş tercihler sistemi programları kapsamında belirli ürünleri Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği'ne ihraç edebilmektedir.

Ticaret standartları, Ermenistan'ın Avrasya Ekonomik Birliği (AEB) dâhilinde yapmış olduğu taahhütleri ve ulusal mevzuat tarafından belirlenir. EAEU, bazı istisnalar dışında uluslararası standartlar için bir tercih şart koşmaktadır. AEB'nin yürütme organı olan Avrasya Ekonomik Komisyonu (AEK); AEB teknik düzenlemelerine tabi ürünlerin genel listesini, AEB teknik düzenlemelerinin geliştirilmesi ve kabulü için prosedürleri, düzenlemelerin kendisi, belgelendirme kuruluşlarının ve test laboratuvarlarının AEB uygunluk değerlendirme kayıt kuruluşlarına dâhil edilmesine yönelik prosedürleri ve tek tip uygunluk sertifikalarını ve beyanlarını onaylar. Ermenistan'ın AEB'ya katılımıyla, bazı standardizasyon gereklilikleri, özellikle sağlık ve bitki sağlığı gereklilikleri ile ilgili olarak, AEB gerekliliklerini karşılamak için çok daha katı hale geldi.

Ulusal düzeyde, standartlar ve teknik düzenlemelerle ilgili konular Ekonomi Bakanlığı'na bağlı organların sorumluluğundadır. Ulusal makamlar, Ermenistan'da AEB teknik düzenlemelerine uyum için prosedürler oluşturmaktan, uygunluk değerlendirme kuruluşları için akreditasyon

prosedürleri oluşturmaktan ve uygunluk değerlendirme kuruluşlarının akreditasyonunu teşvik etmekten sorumludur.

Ermeni şirketlerine AEB teknik düzenlemelerine uymaları için bir geçiş dönemi tanınmıştır. 2016 yılında başlayan bu dönem, bazı ürünler için 2022 yılına kadar sürecek. Ermenistan hükümeti, tüccarların AEB teknik düzenlemelerine mümkün olan en kısa sürede adapte olmalarını önerdi. 2022 itibarıyla, AEB'de üretilen, ithal edilen ve AEB içinde dolaşan tüm malların AEB çapındaki zorunlu gereklilikleri karşılaması gerekiyor.

EAEU taslak teknik düzenlemeleri en az 60 gün boyunca AET web sitesinde Rusça olarak yayınlanır ve ardından Dünya Ticaret Örgütü'ne (DTÖ) bildirim gönderilir. Herhangi bir Ermeni veya yabancı işletme, web sitesinde listelenen irtibat kişisine (Rusça) yorum yapabilir. Nihai AEB teknik düzenlemeleri AET web sitesinde yayınlanmaktadır. AEB teknik düzenlemeleri yürürlüğe girdiğinde, aynı ürünler için ilgili Ermenistan teknik düzenlemelerine üstün kabul edilir.

Ulusal Standartlar ve Metroloji Kurumu (SARM), Ekonomi Bakanlığı'na bağlı olarak çalışır ve Ermenistan'ın standartlar konusundaki ana kuruluşudur. SARM; ulusal, eyaletler arası ve uluslararası standartların araştırılmasına, geliştirilmesine ve yayınlanmasına odaklanır. Diğer kilit organlar arasında Ulusal Akreditasyon Kuruluşu ve Piyasa Gözetimi bulunmaktadır.

Bulgaristan

Bulgaristan, Güneydoğu Avrupa'nın önde gelen tarımsal ürün ihracatçılarından biridir. Komşularına kıyasla daha küçük olmasına rağmen, Bulgar çiftçiler buğday, mısır, ayçiçeği tohumları (2020'de Bulgaristan dünyanın en büyük yedinci ihracatçısı), kolza tohumu, arpa vb. gibi tüm mahsullerin ekimi konusunda köklü bir geleneğe sahiptir. Bulgar Hükümeti son yıllarda yerel çiftçilerin verimliliği artırmasına ve AB'de ve dünya çapında rekabet etmesine yardımcı olmak için sulama sistemlerini geliştiriyor ve bunlara yatırım yapıyor. Özellikle küçük ve orta ölçekli çiftlikler için tarım işletmelerinin modernizasyonu, AB yapısal fonları ve Ulusal İyileşme ve Direnç Geliştirme planı gibi AB finansal mekanizmaları tarafından desteklenen ve ülkede tarımsal ticaret teknolojileri ve çözümleri satın almak için uygun tüm çiftçilerin kullanımına açık olan Bulgaristan makamları için temel bir önceliktir.

2020'de tarım sektörünün Bulgaristan gayri safi yurtiçi hasılası (GSYİH) içindeki payı yüzde 5,1; sanayinin yüzde 27,5 ve hizmetlerin ise yüzde 67,4 oldu. Bulgaristan'daki toplam ekilebilir arazi yaklaşık 3,8 milyon hektar veya ülke yüzölçümünün yaklaşık yüzde 47'sidir. Bulgaristan, Güney Doğu Avrupa'da oldukça saygın bir pazar oyuncusu ve önemli bir ham tarım ürünleri ihracatçısıdır.

2021-2027 dönemi için Bulgaristan, çiftçilerin desteklenmesi ve Bulgaristan'ın tarım endüstrisinin geliştirilmesi için önceki döneme göre kayda değer bir artış olan yaklaşık 8 milyar ABD dolarına erişebilecek. Aktif olduğunda, Bulgar çiftçiler AB fonlarından yararlanabilecek ve yeni ekipman satın alabilecekler.

Her kanun, yönetmelik, kararname, Bakanlar Kurulu kararı, teknik düzenleme veya anlaşma, Resmi Gazetede (sadece Bulgarca) ve yayınlayan tüm makamların resmi gazetelerinde yayımlandıktan sonra yürürlüğe girer. Mevzuatın tercüme edilmiş versiyonları şu adreste bulunabilir: <https://www.apis.bg/en/>

Ticari standartlar ve düzenlemelerle bağlantılı kurumlar şunlardır: Bulgaristan Standardizasyon Enstitüsü, Bulgaristan Metroloji Enstitüsü, Devlet Metrolojik ve Teknik Gözetim Ajansı, Bulgaristan İlaç Kurumu, Bulgaristan Sağlık Bakanlığı ve Bulgaristan Akreditasyon Servisi.

Gürcistan

Minimum olarak, Gürcistan'daki ithalatlar bir beyanname, fatura ve nakliye belgeleri gerektirir. Gürcistan Gümrük Kanunu [<https://mof.ge/en/4677>], malların geçici girişi dışında, gümrük işlemleri öncesinde ithalatçıların Gürcistan'a mali teminat vermesini şart koşmamaktadır.

Gürcistan'daki ana standart kuruluşu Ulusal Standardizasyon, Teknik Düzenlemeler ve Metroloji Ajansı'dır. Uygunluk Değerlendirmesi, Ulusal Ajansın işlevlerinden biridir. Ajansın ortakları ISO, ASTM, IEC, CEN, CENELEC, BIPM, COOMET, ve IRSA'dır. 7 Mart 2013 tarihli Hükümet Kararnamesine göre Amerika Birleşik Devletleri, Gürcistan hükümetinin kabul ettiği teknik düzenlemelere sahip 37 AB ve OECD ülkesi arasında yer almaktadır.

Yunanistan

Yunanistan tarım sektörü, ülke için önemli bir ekonomik faaliyet ve istihdam sektörü olmaya devam ediyor ve tarım ürünleri ihracatı, ülkenin toplam ihracatının üçte birini teşkil ediyor. Tarım, GSYİH'nın yüzde 4,1'i düzeyinde katkıda bulunur ve küçük çiftlikler ve düşük sermaye yatırımı ile karakterize edilir. Yunanistan'ın kullandığı tarım alanı 5 milyon hektara yakın olup, bunun yüzde 57'si ovalarda, yüzde 43'ü ise dağlık veya yarı dağlık alanlardadır. Ülkede sistematik bahçelerde veya ülke geneline dağılmış yaklaşık 150 milyon zeytin ağacı bulunmaktadır. Diğer AB Üye Devletleri ile karşılaştırıldığında Yunanistan'da daha düşük tarımsal üretkenlik, işletmelerin ortalama boyutunun daha küçük olmasıyla ilişkilidir. Modern çiftçilik uygulamalarının sunduğu ölçek ekonomileri, Yunanistan'da tipik olarak kullanılan küçük arazi parçaları üzerinde sınırlı etkiye sahiptir.

Yunanistan, ihraç ettiğinden çok daha fazla yiyecek ve içecek ithal ediyor. İyi satış potansiyeline sahip ürünler arasında yerel gıda işleme ve şekerleme/dondurma sektörleri için peynir, et, alkollü içecekler, organik gıdalar, süt ürünleri, bazı egzotik meyveler, mevsim dışı meyveler ve GDO'suz içerikler bulunmaktadır. Yunanistan 2021 için %6 büyümeye ile toparlandı ve tüketim kademeli olarak toparlanıyor. Perakende ve Gıda sektörleri toparlanmaya başladı.

Avrupa Birliği gıda yasalarının uyumlaştırıldığı ölçüde, Yunanistan'ın gıda yasaları ve yönetmelikleri Avrupa Birliği kurallarına uygundur.

Yunanistan'da gıda güvenliği, Yunanistan Genel Kimyasal Durum Laboratuvarı ve Vatandaş Koruma Bakanlığı ile işbirliği içinde çalışan Yunanistan Kırsal Kalkınma ve Gıda Bakanlığının birincil sorumluluğu altındadır. Zaman zaman, Yunanistan Kalkınma ve Ticaret Bakanlığı da bu konuda rol oynayabilir. Yunan Gıda Güvencesi Otoritesi (EFET), AB Direktifi 89/397 uyarınca hem gıda güvencesini sağlamak hem de tüketici sağlığını korumak için gıda mevzuatına uygunluğu kontrol etmek amacıyla düzenlemelerin uygulanmasından ve satış noktalarından numune alınmasından sorumludur.

Yunanistan ve AB gereksinimlerine eksiksiz bir genel bakış için FAS Yunanistan GAIN Raporu IT1586 Yunanistan Gıda ve Tarımsal İthalat Düzenlemeleri ve Standartlarına bakılmalıdır [Hilde Brown, 2015]. Ürünlerin belirli AB teknik mevzuatı tarafından düzenlenmediği durumlarda, her zaman AB Genel Ürün Güvenliği Direktifinin yanı sıra olası ek ulusal şartlar geçerlidir.

Avrupa Birliği mevzuatı ve standartları, Avrupa Standardizasyon Kuruluşlarının (CEN, CENELEC, ETSI) sorumluluğu altındadır ve AB mevzuatını ve politikalarını desteklemek için kullanılabilir. Standartlar, endüstrinin rekabet edebilirliği, Tek Pazar'ın işleyişi, çevrenin korunması ve insan sağlığı gibi kamuyu ilgilendiren birçok alanı etkileyebileceğinden ve inovasyonun artırılmasını unutmamak kaydıyla, Komisyon standardizasyona özel önem vermektedir. Gıda sektöründe uyumlaştırılmış AB kuralları ve standartlarının oluşturulması birkaç on yıldır devam etmektedir, ancak AB gıda yasasının genel ilkelerini belirleyen genel bir gıda yasasının yayınlanması Ocak 2002'ye kadar sürmüştür. Bu Yönetmelik, 1 Ocak 2005 tarihinden itibaren yem ve gıda zinciri boyunca zorunlu izlenebilirliği hayata geçirmiştir. Tarım standartları hakkında özel bilgi almak için, lütfen Yabancı Tarım Servisi'nin web sitesine bakınız.

Common borders. Common solutions.

Dış Tarım Hizmetinin web sitesinde ithalat düzenlemeleri ve standartları için ihracat kılavuzları da bulunmaktadır.

Romanya

Tarım, Romanya ekonomisinde ayrılmaz ve benzersiz bir rol oynamaktadır. Rumenlerin yaklaşık beşte biri (%19) (AB üye ülkelerin ortalamasının %4,1 olduğunu göz önünde bulundurunuz) tarımla ilgili faaliyetlerde istihdam edilmektedir. Romanya'nın 3,4 milyon tarım arazisi sahibi, AB'deki toplam tarım arazisi sahiplerinin üçte birini oluşturuyor. Bununla birlikte, Romanya'nın ortalama arazi mülkiyeti 3,7 hektardır ve Avrupa Birliği (AB) ortalaması olan 15 hektardan oldukça küçüktür.

Romanya, tahıl ve yağlı tohumların ekildiği AB bölgesinin %11'ini oluşturuyor. Avrupa'nın en büyük mısır ve ayçiçeği üreticisi olan Romanya, AB'nin buğday ve soya fasulyesi üreticileri arasında ilk beşte yer almaktadır. 2019 yılında üretim 25,5 milyon metrik ton (MMT) tahıl ve 4,2 MMT yağlı tohuma ulaştı. 2020'de Romanya mahsulleri; don, geniş günlük sıcaklık dalgalanmaları ve bitkilerin en çok ihtiyaç duyduğu zamanda ortalamanın çok altında bir yağış seviyesi ile tutarsız bir hava rejiminden etkilendi. Bu olumsuz hava şartlarının tahıl ve yağlı tohum üretiminde %15'lik, dolaylı olarak da ihracatta %23'lük bir düşüşe yansması bekleniyor.

Tarımsal emtia üretimindeki önemine rağmen, Romanya net gıda ithalatçısı olmaya devam ediyor. 2019 yılında gıda ve tarım ithalatı %4,6, ihracat ise %5,1 oranında arttı. 2019 yılında et, bahçecilik, süt ürünleri, yem katkı maddeleri ve içecekler ana ürün ithalat kategorileri olurken, ihracatta hububat, yağlı tohumlar, canlı hayvanlar ve katı yağlar öne çıktı.

Tohumların, taze meyvelerin, sebzelerin ve diğer bitki materyallerinin ekilmesi için bitki sağlığı sertifikaları gereklidir. Sağlık Belgeleri: Hayvansal ürünlerden veya yan ürünlerden oluşan mallar için AB ülkeleri, sevkiyatların ihracatçı ülkenin yetkili makamı tarafından düzenlenen bir sertifika ile birlikte yapılmasını şart koşmaktadır. Bu, ürünün beşeri tüketim için, farmasötik kullanım için veya yoksa kesinlikle insan harici kullanım için (örneğin veterinerlik biyolojik maddeleri, hayvan yemleri, gübreler, araştırmalar) olmasından bağımsız olarak geçerlidir. Bu sertifikaların büyük çoğunluğu AB genelinde tek tiptir, bununla beraber uyumlaştırma süreci halen devam etmektedir. Son zamanlarda, kondroitin sülfat, hyaluronik asit, hidrolize kıvırdak ürünleri, kitosan, glukozamin, peynir mayası, balık tutkalı ve amino asitler dahil olmak üzere yüksek düzeyde işlenmiş bir dizi ürünün sertifikaları uyumlaştırılmaktadır. Uyumlaştırma tamamlanana kadar, belirli üye devletin ithalat gereklilikleri uygulanmaya devam eder. Yasal olarak gerekli AB sağlık sertifikalarına ek olarak, uluslararası ticarette bir dizi başka sertifika da kullanılmaktadır. AB mevzuatına da uyumlu hale getirilebilen bu sertifikalar, gümrük amaçları ve belirli kalite özellikleri için menşei belgelenmektedir.

Türkiye

Türkiye'nin tarım ekonomisi, ülkenin yarısının tarım arazilerinden oluşması ve nüfusunun yaklaşık dörtte birinin tarım alanında istihdam edilmesiyle dünyada ilk on arasında yer almaktadır. Türkiye; buğday, şeker pancarı, süt, kümes hayvanları, pamuk, domates ve diğer birçok meyve ve sebzelerin önemli bir üreticisidir ve kayısı ve fındıkta dünyanın en büyük üreticisidir. Türkiye'nin genç ve büyüyen nüfusu, pazar büyümesi ve yeni ürün tanıtımları için fırsatlar sunuyor. Türkiye, et ve hızla büyüyen kümes hayvanı sektörleri için hayvan yemi girdisi olarak soya fasulyesi ve küspe dahil olmak üzere yağlı tohumların yanı sıra tahıl ürünlerini ithal etmektedir. Türkiye ayrıca gıda işleme ve fırıncılık sektörü için girdi ve gelişmiş tekstil endüstrisi için girdi olarak ilaveten pamuk ithal etmektedir.

Türkiye pazarına satış yapan firmalar, bir onaylanmış kuruluştan uygunluk belgesi veya ilgili tüm standartlar ve direktif eklerine uygunluğunu beyan eden üretici tarafından düzenlenmiş bir uygunluk beyanı ile CE İşareti kanıtını sunmalıdır. Gümrük vergisi amaçları için bazı yabancı

Common borders. Common solutions.



lkeler tarafından belirtilen malların menş  lkesini onaylayan bir Menş   Şahadetnamesi gereklidir. Bitki, bitkisel ürün, canlı hayvan ve hayvansal ürünlerin ithalatında özel sağlık sertifikaları aranır. USDA bünyesindeki APHIS, bitkilerin, bitkisel ürünlerin, canlı hayvanların ve hayvansal rnlerin Türk yasalarının zorunlu kıldığı sağlık ve sıhhi veya bitki sağlığı gerekliliklerine uygunluğunu denetler ve onaylar.

6.5 Gümrük vergileri ve döviz kurları

Gümrük vergileri, hkmetlerin gelirlerini artırmalarının ve yerli sanayileri korumanın bir yolu olması da dahil olmak üzere çeşitli sebeplerle ithalata uyguladığı bir vergi türüdür. Bu ikinci sebep - koruma - yerli tüketicilere daha yüksek fiyatlar şeklinde bir maliyet getirebilir. Ortaya çıkan daha yüksek fiyatlar, mal arzındaki değişiklikleri teşvik edebilir veya engelleyebilir, bu da küresel ticaret dengesinde “arpıklıklar” olarak adlandırılan etkilere neden olabilir. lkeler, yerli sanayileri ithalattan kaynaklanan fiyat rekabetine karşı korumak için gümrük vergisi uygular. Ülkelerin yüzde 90'ından fazlasında tarım ürünlerine uygulanan gümrük vergileri, tarım dışı mallara göre daha yüksektir. Tarım için uygulanan ortalama küresel gümrük vergisi yaklaşık yüzde 10'dur [https://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/2016-bilateral-trade-agreements_en]. Her gümrük vergisinin etkisi, uzun vadede daha düşük GSYİH, cretler ve istihdam olacaktır. Gümrük vergileri aynı zamanda AB vergi kanununu daha az ilerici hale getirecek çünkü artan vergi yükü en çok düşük ve orta gelirli hane halklarına dő cektir.

Politika yapıcılar, ticarete olumsuz ekonomik sonuçları olacak engeller koymak yerine, serbest ticareti ve getirdiği ekonomik faydaları desteklemelidir. Gümrük vergilerinin kaldırılması, zaten büyük tarımsal ihracatçı olan bölgelerde ortaya çıkacak olan büyük ihracat kazançları sağlayacaktır. AB dışındaki tüm bölgeler, tarımsal ihracatın yanı sıra ithalatta da bir artış gerçekleştirecektir (aşağıdaki tabloya bakınız). Ayrıca, tüketicisi refahı da daha iyi duruma gelebilir.

Dünya Savaőı'nın sona ermesinden bu yana, dünya büyük ölçüde korumacı ticaret politikalarından kurallara dayalı, açık bir ticaret sistemine doğru ilerledi. Savaő sonrası ticarete serbestleşme, daha yüksek gelir seviyeleri, daha düşük fiyatlar ve daha fazla tüketicisi seçeneği dahil olmak üzere yaygın faydalara yol açtı. Tarım sektörüne göre gümrük vergilerine <https://www.ers.usda.gov/amber-waves/2021/june/how-the-removal-of-tariffs-would-impact-agriculture-trade/> adresinden ulaşılabilir.

Gümrük vergileri gibi ticaret engelleri, fiyatları yükseltir ve işletmeler ve tüketiciler için mevcut mal ve hizmet miktarlarını azaltır, bu da daha düşük gelir, daha az istihdam ve daha düşük ekonomik çıktı sonucunu doğurur.

Ticaret dengesi gibi ticaret akıőlarının ölçümü, muhasebe kimlikleridir ve ekonomik sağlığın göstergeleri olarak yanlış anlaőılmamalıdır. Cari hesaptaki denge ne olursa olsun, üretim ve alıő-veriő zenginlik yaratır. Ticarete ve yatırıma açıklık, bir ülkenin büyümesine önemli ölçüde katkıda bulunmuőtur. En yüksek gümrük vergileri tarım, tekstil ve ayakkabı üzerinde yoėunlaőmıőtır.

6.5.1 Döviz kurları ve ulusal/KH bölgesel tarım ticareti

2002'de Orden, döviz kuru hareketlerinin ticarete konu olan bir malın yurt içi ve yurt dışı fiyatları arasındaki farkı belirlediği sonucuna vardı. Daha genel olarak, piyasalar ticareti yapılan ve yapılmayan malların göreli fiyatlarında sistematik bir hareket gerektirdiğinde dengeleyici bir rol oynarlar. Döviz kuru hareketleri, uluslararası sermaye akımlarına ve bu akımları belirleyen para politikası da dahil olmak üzere makroekonomik faktörlere bağlıdır. Mali şokların, tarım fiyatlarındaki değişkenliğin bir kısmını açıklayan nötr olmayan etkileri vardır. Ayrıca makroekonomik şartlar, ülke içi tarım politikalarının ve dolayısıyla dünya piyasalarındaki

rekabet edebilirlik düzeylerinin ve ticari ilişkilerdeki gerilimlerin belirlenmesinde çoğu zaman belirleyici olmaktadır. Döviz kuru hareketlerinin bu yapısal politika sonuçları, herhangi bir zamanda piyasalar üzerindeki doğrudan etkileriyle birlikte, döviz kurlarının tarım için önemli olmasının sebebidir [Orden, 2002].

Thortesten ve arkadaşları 2015'te, döviz kurlarının değeri düşük olan ülkelerin, bu tür bir değer kaybının düzeyine bağlı olarak, bağlı ve uygulanan gümrük vergilerinin, bildirilen gümrük vergilerinden daha büyük oranlarda artırılabilirliğini gözlemlemiştir. Uygulanan ve sınırlanan gümrük vergileri arasında küçük bir fark olan ülkeler için, tüm değer kayıpları, uygulanan gümrük vergilerinin DTÖ içinde müzakere edilen limitleri aştığı anlamına gelebilir. Döviz kurları düşük değerde olan ülkeler, bu tarz bir değerlendirme düzeyine bağlı olarak, bağlı ve uygulanan gümrük vergilerini negatif düzeylere indirebilir veya iptal edebilir; bu, ülkenin ithalatı teşvik ettiği ve DTÖ içinde müzakere edilen gümrük vergisi koruma seviyesinden feragat ettiği anlamına gelir [Thortesten , 2015].

6.5.2 Ödemeler

"İthalatçı-ihracatçı" ilişkisinde sürekli olarak ödeme yöntemi sorunu gündeme gelmektedir. Uluslararası ticarette, birkaç farklı ödeme şekli vardır.

Uluslararası ticaret söz konusu olduğunda, alım satım süreci oldukça zaman alabilir. Ve genel olarak, oldukça karmaşık ve bazen kafa karıştırıcıdır. Ancak önce bir fiyat üzerinde ve en önemlisi hesaplamanın nasıl yapılacağı konusunda anlaşmanız gerekir.

Ödeme şartları ne anlama geliyor? Bunlar, uluslararası bir ödeme yapmak için her iki tarafın da üzerinde anlaştığı şartlardır. Bunlar, 1) ödemenin malın sevkıyatından önce mi yoksa sonra mı yapıldığı, 2) fonların nasıl aktarıldığı 3) işlemin farklı aşamalarında ürünün sahibi olarak kimin kabul edildiğine ilişkin bir anlaşmayı içerir. Tabii ki, satıcı parayı bir an önce almak, alıcı da malları aldıktan sonra mümkün olduğunca geç ödeme yapmak ister. En sorunlu nokta, bir fikir birliğine varmak ve herkese uyan en iyi yolu bulmaktır.

Uluslararası ödeme yapmanın beş ana yöntemi vardır:

Uluslararası ödeme yapmanın beş temel yöntemi vardır:

1. Ön Ödeme: Peşin Nakit
2. Akreditif
3. Vesaik karşılığı tahsil
4. Açık hesap
5. Konsinye

1. Ön ödeme

Bu, ithalatçının malları satın alma işleminden hemen sonra, mallar sevk edilmeden önce ödediğini varsayan en basit yöntemdir. Ödeme çeşitli şekillerde yapılabilir: para transferi, çek veya banka kartı ile.

"Peşin ödeme şartları ile ihracatçı, malın mülkiyeti devredilmeden önce ödeme alındığı için kredi riskinden kaçınabilir. Uluslararası satışlarda; banka havalesi ve kredi kartı, ihracatçıların en sık kullandığı peşin ödeme seçenekleridir. İnternetin gelişmesiyle birlikte emanet hizmetleri, küçük ihracat işlemleri için başka bir peşin ödeme seçeneği haline gelmektedir. Ancak, peşin ödeme talep etmek alıcı için en az cazip olan seçenektir çünkü tercih edilmeyen nakit akışı yaratır. Yabancı alıcılar da ödemenin peşin yapılması durumunda malların gönderilemeyebileceğinden endişe duymaktadır. Bu nedenle, tek iş yapma şekli olarak bu

Common borders. Common solutions.

ödeme yönteminde ısrar eden ihracatçılar, daha cazip ödeme şartları teklif eden rakiplerine karşı kaybedebilir.” (https://2016.export.gov/tradefinanceguide/eg_main_043221.asp)

Tabii ki, ihracatçılar bu yöntemi seçebilirler, mallar hala kendilerine aitken parayı peşin alırlar. Genellikle bu şu şekilde gerçekleşir: her iki taraf da, alıcının ne kadar faizi önceden ve ne kadarını malların gönderilmesinden sonra ödemesi gerektiği konusunda hemfikirler.

Ön ödeme, alıcı için birçok riskle doludur. Bir noktada ihracatçının hem parayı hem de malların mülkiyetini elinde tuttuğu, ithalatçının ise hiçbir şeye sahip olmadığı görülür. Tüm bunlar, alıcı için elverişsiz bir nakit akışı durumu yaratır. Bu sebeple alıcılar genellikle diğer ödeme yöntemlerini tercih etmektedir.

Peşin ödeme ile çalışmak sadece çok nadir durumlarda uygundur. Örneğin, ürün küçük bir ebada sahip olduğu veya ihracatçının daha avantajlı bir konumda olduğu durumlarda - örneğin piyasada bulunması çok zor bir ürün sattığını farz edelim. Ayrıca bu alıcının kredibilitesinden emin olmayan üreticiler ve üreticiye tamamen ve koşulsuz güvenen alıcılar için harika bir yöntemdir.

İhracatçıların müşterilerine nadiren ön ödeme teklif etmeleri mantıklıdır çünkü bu durumda alıcıların maruz kaldığı risklerin gayet iyi farkındadırlar. Mümkün olduğu kadar çok müşteri çekmek istiyorsanız, nasıl esnek olunacağını ve uygun şartlar sağlamayı öğrenmeniz gerekir. İstisnalar, hemen yukarıda açıklanan durumlardır.

2. Akreditif (L/C)

Akreditif, uluslararası ticarete en yaygın ve daha da önemlisi güvenilir ve güvenli ödeme yöntemlerinden biridir. Özellikle Çin ve Orta Doğu'da popülerdir. Akreditif, belirli şartların karşılanması durumunda satıcının ödeme alacağına dair bir banka garantisidir. Genellikle şartlar akreditifin kendisinde belirtilmektedir - ancak çoğu zaman bunlar malların kendisiyle değil, beraberindeki belgelerle ilgilidir.

"Akreditifler (LC'ler), uluslararası iş yapan tüccarlar için mevcut en güvenli araçlardan biridir. LC, gerekli tüm belgelerin ibraz edilmesiyle doğrulandığı üzere, LC'de belirtilen hüküm ve şartların karşılanması şartıyla, alıcı adına bir banka tarafından ihracatçıya ödeme yapılacağı taahhüdüdür. Alıcı kredi tesis eder ve bankasına bu hizmeti vermesi için ödeme yapar. Yabancı bir alıcı hakkında güvenilir kredi bilgilerinin elde edilmesinin zor olduğu, ancak ihracatçının alıcının yabancı bankasının kredi itibarından memnun olduğu durumlarda LC yararlıdır. LC ayrıca alıcıyı da korumaktadır, çünkü mallar söz verildiği şekilde sevk edilene kadar herhangi bir ödeme yükümlülüğü doğmaz."
(https://2016.export.gov/tradefinanceguide/eg_main_043221.asp)

İthalatçının akreditif alabilmesi için bankanın kredibilitesini doğrulaması gerekir. Banka, önce ithalatçı adına bir ödeme yapar ve ardından ithalatçıdan masrafları karşılamasını ister. Kural olarak, tüm bu süreç akreditif hükümlerinde en anlaşılır veya ayrıntılı biçimde açıklanmaktadır.

Akreditifli ödeme şekli, ihracatçı ve ithalatçı henüz ilişki kurmamışsa ve ilk kez işbirliği yapıyorsa ideal bir çözümdür. Ayrıca, ihracatçı ithalatçının finansal yeterliliklerinden tam olarak emin değilse, akreditif bir kazan-kazan seçeneğidir. Her halükarda, akreditif, ödemeler garanti edildiğinden ihracatçı için neredeyse hiçbir risk taşımaz.

Bu ödeme yönteminin dezavantajları vardır. İlk ve ana dezavantaj, yüksek maliyettir, çünkü bankalar kendilerinden önemli bir komisyon alırlar. Komisyonun büyüklüğü, ithalatçının kredibilitesine ve işlemin karmaşıklığına bağlıdır. Diğer bir dezavantaj, denetim eksikliği ile ilişkilidir çünkü banka, ihracatçı tarafından sevk edilen malları denetlemez.

3. Vesaik karşılığı tahsil - D/C

Vesaik karşılığı tahsil, ihracatçının önce malları alıcıya sevk ettiği ve ancak daha sonra bankası aracılığıyla alıcıdan mallar için ödeme aldığı bir uzlaşma metodudur. Bu ödeme metodu, alıcıları ve satıcıları aynı risklere maruz bırakmaktadır. Tüm işlemler her iki taraf adına doğrudan bankalar tarafından gerçekleştirilir, yani bankalar aracı olarak hareket eder. Süreç, ihracatçının malları sevk etmesi ve ithalatçıya gerekli tüm nakliye ve mali belgeleri göndermesi ile başlar. Alıcının ödeme yapmayı reddetmesi durumunda, belgeler kendisine devredilmez ve mallar üzerinde tasarruf hakkına sahip olmaz. Satıcı, alıcının ödemeyi reddetmesi halinde mal ve belgelerle ilgili yapılacak işlemleri bankaya ihtar etmekle yükümlüdür.

"Vesaik karşılığı tahsil (D/C), ihracatçının bir satış için ödemenin tahsilatını bankasına (havaleyi yapan banka) emanet ettiği, alıcının ihtiyaç duyduğu ve belgeleri ödeme için alıcıya teslim etme talimatlarını içeren belgeleri ithalatçının bankasına (tahsilat bankası) gönderen bir işlemdir. Para ithalatçıdan alınmakta ve bu belgeler karşılığında tahsilat yapan bankalar aracılığıyla ihracatçıya havale edilmektedir. D/C'ler, ithalatçının ibrazında tutarı (belge mukabilinde ödeme) veya belirli bir tarihte (belge mukabilinde kabul) ödemesini gerektiren bir ödeme emri kullanmayı içermektedir. Senet tahsil yazısı, mülkiyetin mallara devri için gerekli belgeleri belirten talimatları verir. Bankalar müşterileri için kolaylaştırıcı olarak hareket etmelerine rağmen, D/C'ler herhangi bir doğrulama süreci sunmaz ve ödeme yapılmaması halinde sınırlı rücu hakkı sunar. D/C'ler genellikle L/C'lerden daha ucuzdur." (https://2016.export.gov/tradefinanceguide/eg_main_043221.asp)

Bir diğer ifadeyle, banka, satıcıdan gelen talimatlarla birlikte tahsilatı (alıcının hesabına yatırılan fonlarla banka aracılığıyla ödeyenden alıcıya fon transferi) alır. Ayrıca, satıcının talimatlarına uygun olarak faturanın ödenmesi veya kabulü karşılığında malın alıcıya fiilen teslim edildiğinin kanıtı olan belgeleri de sağlar.

İki tür vesaik karşılığı tahsil vardır:

- Ödeme karşılığında belgelerin tebliği - Ödeme Karşılığında Belgeler (DAP)
- Kabule karşı belgelerin tebliği - Kabul Karşılığında Belgeler DA

Ödeme karşılığında belgeler

Banka belgeleri aldıktan sonra ihracatçıya ödeme yapar. Bu ödeme yönteminde gecikme olmaz - doğru belgeler sağlanır sağlanmaz ödeme yapılır.

Kabul karşılığında belgeler

Belgeler, ödemenin yapılacağı tarihi açıkça belirten bir anlaşmanın akdedilmesinin ardından ithalatçının bankasına teslim edilir. Yani, ödeme hemen değil, her iki ilgili tarafça kararlaştırılan belirli bir günde yapılır. Bu ödeme yöntemi ile ne ihracatçı ne de ithalatçı gereksiz risklere maruz kalır. Alıcı, malın belgelerini gördüğü anda veya hatta malın tesliminden sonra ödeme yapar. Ayrıca, bu yöntem akreditiften daha ucuzdur ve daha kısa sürede ödeme yapmanızı sağlar.

Ancak akreditifte olduğu gibi bankalar ürünlere değil belgelere önem verir. Bu sebeple, ödeme yapılmadan önce mallarla ilgili bir kalite sorununu tespit etmek bazen oldukça zor olabilir. Ayrıca, ithalatçının ödeme yükümlülüklerini yerine getirmemesi durumunda, ihracatçının asgari takdir yetkisi olacaktır. Bu noktaların dışında vesaik karşılığı tahsil hem alıcı hem de satıcı için "simetrik olarak dengeli" bir ödeme yöntemidir.

4. Açık Hesap

Bu format aşağıdaki ticari işlemi varsayar: ihracatçı, daha sonra belirli bir tarihte gerçekleştirileceğine dair anlaşma ile malları ithalatçıya ücretsiz olarak teslim etmeyi kabul

Common borders. Common solutions.

eder. Genellikle ödeme süresi teslimattan sonra 30, 60 veya 90 gündür. İthalatçının malları kredili alması ve hesaplamasının daha sonra yapılmasıyla sonuçlanır.

"Açık hesap işlemi, uluslararası satışlarda genellikle 30, 60 veya 90 gün içerisinde olan, ödeme vadesinden önce malların gönderildiği ve teslim edildiği bir satıştır. Açıkçası bu, ithalatçı için nakit akışı ve maliyet açısından en avantajlı seçeneklerden biridir, ancak sonuç olarak bir ihracatçı için de en yüksek riskli seçeneklerden biridir. İhracat pazarlarındaki yoğun rekabet sebebiyle, satıcının alıcıya kredi açması yurtdışında daha yaygın olduğundan, yabancı alıcılar genellikle açık hesap şartları için ihracatçılara baskı yapmaktadır. Bu sebeple, kredi vermekten kaçınan ihracatçılar rakiplerine satışlarını kaybedebilirler. İhracatçılar, bu Kılavuzda daha sonra ele alınan uygun ticaret finansmanı tekniklerinden bir veya daha fazlasını kullanarak ödeme yapılmama riskini önemli ölçüde azaltırken rekabetçi açık hesap şartları teklif edebilir. Açık hesap şartları teklif ederken ihracatçı, ihracat kredi sigortası kullanarak ekstra koruma talep edebilir." (https://2016.export.gov/tradefinanceguide/eg_main_043221.asp).

"Şimdi al - sonra öde" - bu ödeme yöntemi, ithalatçı elindeki malları ödeme yapmadan aldığından ötürü ithalatçı için faydalıdır. Alıcının işletme maliyetlerini ve işletme sermayesini düşünmesine gerek yoktur - malları satabilir ve geliri ihracatçının ticari faturasını ödemek için kullanabilir.

İthalatçıların her zaman ihracatçıları bu şartlar altında çalışmaya zorlaması şaşırtıcı değildir. Talebin arzdan daha az olduğu bir pazarda (malları satın almak isteyenlerden daha fazla mal olduğunda), bu ödeme yöntemi tamamen haklı ve belki de en uygun olanıdır. Değerli bir müşteriye güvenini göstermek isteyen ihracatçılar için de uygundur.

Akılda tutulması gerekenler: açık bir hesap, ihracatçı için birçok risk taşır. Riskler arasında ödeme yapılmaması, gecikmeli ödeme, iflas ve başka mücbir sebepler sayılabilir. İhracatçı malları üretir ve ödemeyi almadan önce gönderir. Bu durumda işletme sermayesi kaçınılmaz olarak azalır ve bu da üreticiye çok fazla rahatsızlık verir.

Bu sebeplerle ihracatçılar, ihracat kredi sigortası ve faktoring dâhil olmak üzere çeşitli finansal araçlar kullanarak konumlarını güçlendirmeye çalışmaktadırlar. Bunlardan ikincisi, ithalatçının vadeli bir ödeme ile mal satın almasına ve satıcının gelirin peşin ödenmesi, ödenmeme (adem-i tediye) riskine karşı koruma, ödemelerin sözleşme son tarihlerinde veya sonrasında tahsil edilmesi ve alacaklar için muhasebe gibi bir dizi hizmet almasına izin verir.

5. Konsinye

Son olarak, başka bir ödeme yöntemi de konsinyedir: İhracatçı malları üretir, sevk eder ve teslim eder ve yalnızca ithalatçı tüm ürünleri sattıktan sonra ödeme alır. Bu ödeme yöntemi genellikle yurtdışında distribütörleri veya üçüncü taraf acenteleri olan ihracatçılar tarafından kullanılır. Sıradan alıcı-satıcı ilişkilerinde oldukça nadirdir

"Uluslararası ticarette konsinye, ödemenin ancak mallar yabancı distribütör tarafından son müşteriye satıldıktan sonra ihracatçıya gönderildiği bir açık hesap çeşididir. Uluslararası bir konsinye işlemi, yabancı distribütörün malları, satılana dek malların mülkiyetini elinde tutan ihracatçı adına teslim aldığı, yönettiği ve sattığı bir sözleşmeye dayanır. Açıkçası, konsinye ihracat, ihracatçıya herhangi bir ödeme garantisi verilmediğinden ve malları yabancı bir ülkede bağımsız bir distribütör veya acentenin elinde olduğundan çok risklidir. Konsinye, ihracatçıların daha iyi bulunabilirlik ve malların daha hızlı teslim edilmesi konularında daha rekabetçi olmalarını sağlar. Konsinye satış, ihracatçıların envanteri depolama ve yönetmenin doğrudan maliyetlerini azaltmasına da yardımcı olabilmektedir. Konsinye ihracatta başarının anahtarı, saygın ve güvenilir bir yabancı distribütör veya üçüncü taraf bir lojistik sağlayıcı ile ortaklık kurmaktır. Nakil halindeki veya yabancı bir distribütörün

elinde bulunan sevkiyat mallarını kapsamak ve ayrıca ödeme yapılmama riskini azaltmak için uygun bir sigorta yürürlükte olmalıdır.”
(https://2016.export.gov/tradefinanceguide/eg_main_043221.asp)

Bu ödeme yönteminin nadirliği çok basit bir şekilde açıklanmaktadır. Bu yöntem, ihracatçıyı benzeri görülmemiş risklere maruz bırakır. Satıcı, malların üretimi, nakliyesi ve teslimatı ile ilgili tüm masrafları üstlenir. Ve hepsi bu kadar da değil. İthalatçı malları teslim aldığı anda, çoğu zaman mal ihracatçıya ait görülmeye devam eder, yani yangın, hırsızlık, kasırga veya diğer öngörülemez olaylar durumunda, kayıpları karşılayacak olan ihracatçıdır.

İhracatçı ödemelerin yapılmaması veya geç yapılmasıyla ilgili riskleri de üstlenir. Ayrıca ithalatçı, her iki tarafın da beklentilerinin aksine malları satmayabilir. Bu sebeple ihracatçıların sevkiyatı kabul etmekte son derece isteksizdirler.

Bu ödeme yöntemi, ancak ihracatçı ile ithalatçı arasında güçlü bir ilişki olduğunda geçerlidir. İthalatçı saygın ve güvenilir olmalıdır, ihracatçının da mallarını siyasi ve ticari açıdan güvenli ülkelere göndermesi gerekmektedir. Uygun sigorta önlemlerini almayan ihracatçılar hiçbir durumda böyle bir işbirliği yapmamalıdır.

İhracatçı kendini nasıl koruyacağını biliyorsa konsinye onun için faydalı olabilir. Bu, yeni bir pazara girmek, envanter maliyetini azaltmak (bu, ürünün fiyatını etkileyecektir) veya ürünü pazara daha hızlı getirmek ve böylece rekabet avantajı elde etmek için iyi bir fırsattır.

Tablo 1: Ödeme riski

	En Az Güvenli	Daha Az Güvenli		Daha Güvenli	En Güvenli
İthalatçı	Konsinye	Açık hesap	Vesaik karşılığı tahsil	Akreditif	Peşin nakit
İhracatçı	Peşin nakit	Akreditif	Vesaik karşılığı tahsil	Açık hesap	Konsinye

Bilinmesi gereken diğer ödeme yöntemleri

Yukarıda bahsettiğimiz ana ödeme yöntemlerine ek olarak, ödeme yapmanın başka yolları da vardır. Bunlardan bazıları:

Banka ödeme yükümlülüğü - finans dünyasında yeni bir sözcük. Süreç, ithalatçı adına hareket eden bir borç alan banka ve ihracatçı adına hareket eden bir alıcı banka olmak üzere iki bankayı içermektedir. Birincisi, mal bedelini belirli bir tarihe kadar lehdarın bankasına ödeyeceğine dair gayrikabili rücu taahhüname imzalar.

Onaylı Akreditif. İthalatçının bankası tarafından düzenlenen ve başka bir banka tarafından doğrulanan (ihracatçının takdirine bağlı olarak seçilen) bir akreditifi temsil etmektedir. Doğrulamanın amacı sadece ithalatçının bankasının ödeme gücüne sahip ve sağlam olduğundan emin olmak değildir. İthalatçının bankasının ödeme yapmayı reddetmesi halinde, ihracatçının bankası malın bedelini ihracatçıya ödemeyi de kabul eder.

6.6 Malların uluslararası nakliyesi

Uluslararası nakliye, malların veya insanların bir ülkeden diğerine taşınmasıdır. Yani, mallar bir ülkenin sınırlarından hava, kara veya deniz yoluyla bir başka ülkeye geçtiğinde, taşıma yöntemi uluslararası taşıma olarak kabul edilir. Uluslararası taşımacılık dünya çapında çalışır ve ulusal sınırların ötesine geçer. Nakliye acenteleri (malların bir noktadan diğerine hareketini

Common borders. Common solutions.

düzenlemekten sorumludur ve nakliye komisyoncusu olarak da bilinir) ve güvenli ve hızlı nakliye sağlayan nakliye şirketleri tarafından gerçekleştirilir. Uluslararası taşımacılıkta taşıma modu ve araçları büyük ölçüde sevk edilecek malların zamanlamasına bağlıdır. Örneğin, gıdaların veya meyvelerin taşınması hızlı teslimat gerektirir. Bu sebeple, bir taşıma modu seçilirken hız ve mesafenin dikkate alınması gerekir. [<https://www.saloodo.com/logistics-dictionary/international-transportation/>].

Hamburg Kuralları olarak da bilinen Birleşmiş Milletler Malların Deniz Yoluyla Taşınmasına İlişkin Sözleşme (Hamburg, 1978), malların deniz yoluyla taşınmasına ilişkin bir sözleşme kapsamında göndericilerin, taşıyıcıların ve alıcıların hak ve yükümlülüklerini düzenleyen tek bir yasal rejim kurar. Hamburg Kuralları göz önünde bulundurularak, Uluslararası Malların Tamamen veya Kısmen Deniz Yoluyla Taşınmasına İlişkin Sözleşmelere İlişkin Birleşmiş Milletler Sözleşmesi (New York, 2008), aynı zamanda Rotter Kadınlar Kuralları olarak da bilinir ve uluslararası bir denizcilik ayağı da dâhil olmak üzere kapıdan kapıya taşıma anlaşması kapsamındaki göndericilerin, taşıyıcıların ve alıcıların haklar ve yükümlülükleri konusunda tekdüze ve modern bir yasal rejim kurar. Rotterdam Kuralları, konteyner trafiğinin büyümesi, tek bir sözleşme imzalayarak kapıdan kapıya taşımayı organize etme isteği ve elektronik taşıma belgelerinin kullanımının genişletilmesi dâhil olmak üzere, deniz yoluyla eşya taşımacılığına ilişkin daha önceki sözleşmelerin kabul edilmesinden bu yana deniz taşımacılığında meydana gelen teknolojik ve ticari gelişmelerin birçoğunu dikkate alan yasal bir çerçeve sunmaktadır. Sözleşme, nakliyecilere ve taşıyıcılara, aynı zamanda çok modlu bir mal taşımacılığı da sağlayabilen, deniz yoluyla malların taşınmasına ilişkin sözleşmelerin yürütülmesini desteklemek için bağlayıcı, dengeli ve evrensel bir rejim sağlar.

Özel çekme hakkının sorumluluk sınırlarına ilişkin hükümlerinde, hesap birimine ilişkin Yönetmelikte ve uluslararası nakliye ve sorumluluk sözleşmelerinde (1982) sorumluluk sınırlarının ayarlanmasına ilişkin hükümlerde hesap birimi olarak özel çekim hakkı tesis etmek kabul edildi. Uluslararası Ticarete Taşıma Terminali İşletmecilerinin Sorumluluğu Hakkında Birleşmiş Milletler Sözleşmesi (Viyana, 1991), taşıma terminali operatörünün taşımadan sonra, malların kaybolması veya hasar görmesi ve ayrıca mal nakliyesinde gecikme yaşanması konusundaki sorumluluğunu düzenleyen tekdüze bir yasal rejim oluşturur. (<https://uncitral.un.org/ru/texts/transportgoods>)

6.7 Taşımacılık için ilgili uluslararası düzenlemeler

Malların Kısmen veya Tamamen Deniz Yoluyla Uluslararası Taşınmasına İlişkin Sözleşmeler Hakkında Birleşmiş Milletler Konvansiyonu (New York, 2008) (Rotterdam Kuralları)

(https://uncitral.un.org/ru/texts/transportgoods/conventions/rotterdam_rules)

Uluslararası Ticarete Taşıma Terminali İşletmecilerinin Sorumluluğu Hakkında Birleşmiş Milletler Sözleşmesi (Viyana, 1991)

(https://uncitral.un.org/ru/texts/transportgoods/conventions/liability_of_operators_of_transport_terminals)

Malların Deniz Yoluyla Taşınmasına İlişkin Birleşmiş Milletler Sözleşmesi (Hamburg, 1978) (Hamburg Kuralları) model hükümleri

(https://uncitral.un.org/ru/texts/transportgoods/conventions/hamburg_rules)

Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Hukuku Komisyonu, hesap birimi hükmü ve uluslararası nakliye ve sorumluluk sözleşmelerinde sorumluluk sınırının ayarlanmasına dair hükümler (1982) (https://uncitral.un.org/en/texts/transportgoods/modelprovisions/liability_in_international_transport)



Project funded by
EUROPEAN UNION



Kaynaklar

<https://tradingeconomics.com/country-list/gdp-from-agriculture>

<https://www.fao.org/3/i6583e/i6583e.pdf>, erişim tarihi: 23 April 2022

Joseph W. Glauber, PRESS STATEMENT, The current state of agricultural trade and the World Trade Organization, published July 29, 2020, erişim tarihi: 24 Nisan 2022.

Dolgov, N. I. How important is agriculture in the modern world economy / N. I. Dolgov. - Text: direct // Innovative economy: materials of the I Intern. scientific conf. (Kazan, October 2014). - Kazan: Buk, 2014. - S. 44-47. — URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/130/6217/> (date of access: 02/15/2022).

World Trade Statistical Review 2019,

https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/wts2019_e/wts2019_e.pdf, erişim tarihi: 24 Nisan 2022

Hilde Brans, EU-28, Food and Agricultural Import Regulations and Standards -Narrative, FAIRS Country Report, 2015

International trade in food and agricultural products, (Международная торговля продовольствием и сельскохозяйственными товарами), https://studme.org/32332/ekonomika/mezhdunarodnaya_torgovlya_prodovalstviem_selskoho_zayaystvennymi_tovarami, erişim tarihi: 25 Nisan 2022

International Trade Administration, <https://www.trade.gov/research-country>, erişim tarihi: 10 Nisan 2022.

Revenko L. S. Modern agro-food crisis: characteristic features and features of development // Russian Economic Bulletin. 2010. No. 1. P. (Ревенко Л. С. Современный агропродовольственный кризис: характерные черты и особенности развития // Российский экономический вестник. 2010. № 1. С. 3.)

WTO, Agreement on Agriculture, https://www.wto.org/english/docs_e/legal_e/14-ag_01_e.htm

Agriculture briefing, <https://www.eea.europa.eu/soer/2015/europe/agriculture>, erişim tarihi: 17 Nisan 2022

<https://www.ers.usda.gov/amber-waves/2021/june/how-the-removal-of-tariffs-would-impact-agricultural-trade/>

<https://www.tradedatamonitor.com/>

Food and Agricultural Import Regulations and Standards Export Certificate Report, https://apps.fas.usda.gov/newgainapi/api/Report/DownloadReportByFileName?fileName=Food%20and%20Agricultural%20Import%20Regulations%20and%20Standards%20Export%20Certificate%20Report_Ankara_Turkey_06-30-2021.pdf

FAO, Trade and Food Standards, 2018, <https://www.fao.org/3/i7407e/i7407e.pdf>

Nóra Gombkötő, International Trade in Agricultural and Food Products, RACST - International Journal of Commerce, Business and Management (IJCBM), ISSN: 2319-2828 Vol. 6, No.3 May-June 2017.

Nahanga Verter, The Application of International Trade Theories to Agriculture, Mediterranean Journal of Social Sciences, MCSER Publishing, Rome-Italy, Vol 6 No 6 S4, December 2015,

Common borders. Common solutions.





Project funded by
EUROPEAN UNION



Doi:10.5901/mjss.2015.v6n6s4p209

(<https://pdfs.semanticscholar.org/d465/fb8458b83eed46a21915ebf2c260024a5771.pdf>)

European Commission, Agricultural trade, https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/food-farming-fisheries/farming/documents/agricultural-food-trade_en.pdf

"Study on the impact of EU agriculture and agricultural trade of EU concluded bilateral trade agreements", Copenhagen Economics, 2016. https://ec.europa.eu/agriculture/external-studies/2016-bilateral-trade-agreements_en

THORSTENSEN, Vera; MARÇAL, Emerson; and FERRAZ, Lucas, "Impacts of Exchange Rates on International Trade Policy Instruments: The Case of Tariffs", Journal of World Trade, v. 46, i. 3, 2012

Orden, D. (2002). Exchange Rate Effects on Agricultural Trade. Journal of Agricultural and Applied Economics, 34(02), 303-312. doi:10.1017/s1074070800009056



Materyalin editörü: AGREEN proje ortakları konsorsiyumu

Ana Yararlanıcı: Dobrudzha Agricultural and Business School (DABS)

Adres: Bulgaria, 9300 Dobrich, 3 Bulgaria str.

Telefon: +359 58 65 56 26

E-mail: dabs.projects@gmail.com

Karadeniz Havzası 2014-2020 Ortak Operasyonel Programı
AGREEN proje ortakları konsorsiyumu
Ekim 2022

Karadeniz Havzası 2014-2020 Ortak Operasyonel Programı, Avrupa Komşuluk Aracı aracılığıyla Avrupa Birliği ve katılımcı ülkeler olan Ermenistan, Bulgaristan, Gürcistan, Yunanistan, Moldova Cumhuriyeti, Romanya, Türkiye ve Ukrayna tarafından ortaklaşa finanse edilmektedir.

Bu yayın Avrupa Birliği'nin mali desteği ile hazırlanmıştır. İçeriği, yalnızca AGREEN proje ortakları konsorsiyumunun sorumluluğundadır ve Avrupa Birliği'nin görüşlerini yansıtmaması gerekir.