

Tarım İşletmelerinin Pazarlama Kabiliyetlerini Geliştirmek için Verilen Hibelerden Yararlanma Durumu¹

Metin CAN², Murat SAYILI³, Murat YILMAZÇOBAN⁴, İhsan BİLİCİ⁵

Özet

Türkiye’de tarım işletmelerinin pazarlama kabiliyetlerini geliştirmek için çalışma konularıyla ilgili uygulayacakları projelerde kamu kurumları tarafından hibe şeklinde finansman desteği verilmektedir. Bu desteklerin geri ödemesiz olarak veriliyor olması ve yapılacak yatırımlara ciddi miktarlarda katkı sağlaması nedeniyle tarımsal pazarlama kanallarındaki aktörler tarafından önemli bir fırsat olarak görülmektedirler. Bu hibeler Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu ve Kalkınma Ajansları olmak üzere üç kurum tarafından verilmektedir. Çalışmada tarımsal pazarlama ve yukarıda ismi geçen kurumların işleme, paketleme ve depolama gibi tarım işletmelerinin pazarlama kabiliyetlerini geliştirmek için verdikleri hibe olanakları ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Tarımsal Pazarlama, Hibe, KKYDP, TKDK, Kalkınma Ajansı

Benefiting Situation of Agricultural Organisations from the Grant Supports to Improve their Marketing Capabilities

Abstract

In Turkey, agricultural organizations are provided with grant supports by governmental institutions. These grants are used in their projects implemented for the marketing capabilities of agricultural organizations. These are non-repayable supports and they contribute significantly to the investments. Thus, they are seen as important opportunities by the actors in agricultural marketing channels. The grants are provided by three institutions: The Ministry of Food, Agriculture and Livestock, Agriculture and Rural Development Support Agency and the Regional Development Agencies. In the study, the grant opportunities (such as processing, packaging and storage) provided by the mentioned institutions to improve the marketing capabilities of agricultural organizations have been revealed.

Keywords: Agricultural Marketing, Grant, RDPPI, ARDSI, Development Agency

¹ V. Yerel Ekonomiler Kongresi’nde 09.05.2013 tarihinde sözlü olarak sunulmuştur.

² Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Strateji Geliştirme Başkanlığı, Ankara-TÜRKİYE
E-posta: canmetin2000@yahoo.com

³ Gaziosmanpaşa Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Tokat-TÜRKİYE

⁴ İzmir Kalkınma Ajansı, İzmir-TÜRKİYE

⁵ Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu, Ankara-TÜRKİYE

Giriş

Perakendeciler taze meyve ve sebzelerde ölçek ekonomisi, kalite ve güvenlik, yıl boyu arz ve uygun fiyat aramaya başlamışlardır. Birçok yerde hal komisyoncuları üreticilere nakliye ve kredi sağlamakta, ancak kalite ve güvenlik standartları için yatırım yapmamaktadır. İhracat esnasında kalite ve güvenlik standartları AB standartlarına uygun bir şekilde yapılmaktadır. Ancak örgütsüz, küçük ve dağınık üreticilerin bu kalite ve güvenlik standartlarını yerine getirmesi güç olmaktadır. Diğer taraftan, birçok küçük ve orta büyüklükte işletme; devlet, perakendeciler ve yabancı ithalatçılar tarafından belirlenen kalite ve güvenlik standartlarını mali ve üretim ölçeği yetersizlikleri nedeniyle karşılamakta zorlanmaktadır. Türkiye’de üreticilerin başlıca kısıtları; küçük üretim ölçeği, yatırım için kredi bulma zorluğu, danışmanlık hizmetlerinin eksikliği, girdi kalitesindeki yetersizlikler, yüksek fiyat dalgalanmaları ve ortak faaliyet eksikliği şeklindedir (URL1:6-7). Bunun yanında tarımsal ürünlerin nihai tüketiciye ulaşımına kadar geçtiği süreçlerdeki pazarlama kanallarında yer alan aktörlerin temel olarak standardizasyon, ambalajlama, etiketleme, kalite yönetim sistemleri gibi konularda bilgi yetersizliği, yasal altyapı ve uygulamalardan kaynaklanan önemli sorunlar bulunmaktadır (Aydemir, 2006:1).

Değişen piyasa koşulları ve yükselen gıda güvenliği talepleri nedeniyle pazarlama kanallarının kendilerini geliştirmeleri gerekmektedir. Bu değişime ayak uydurulamamasının üreticilere, aracılar, işleyen kurum/kuruluşlara, tüketicilere ve ülke iç ve dış ticaretine olumsuz yansımaları olmaktadır.

Mevzuat ve düzenleyici hükümlerle düzeltmeler sağlanmakla birlikte pazarlama kanalındaki aktörlerin pazarlamaya yönelik yapmaları gereken düzenlemelerin finansal maliyeti bazen vermeye razı olmayacakları ya da erteleyecekleri mali boyutta olabilmektedir. Bu noktada gıda ve tarım politikası aracı olan kamu destekleri önemli bir enstrüman olmaktadır.

Kırsal kesimde yaşayan vatandaşların gelir düzeyini yükseltebilmek için tarımsal üretim ile tarımsal sanayi entegrasyonunun sağlanması gerekmektedir. Türkiye’de sübvans edilmiş kredi uygulaması yanında belirtilen türdeki yatırımları desteklemek için çeşitli hibeler geliştirilmiştir. Bu hibeler Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu ve Kalkınma Ajansları olmak üzere üç kurum tarafından verilmektedir.

Çalışmada, Türkiye tarımında pazarlama sorunları ve yukarıda ismi geçen kurumların, tarım işletmelerine işleme, paketleme ve depolama gibi pazarlama kabiliyetlerini geliştirmek için verdikleri hibelerden yararlanma durumları incelenmiştir.

Materyal ve Yöntem

Çalışmada; Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu ile Kalkınma Ajanslarının ilgili birimleri ile görüşülerek bilgiler alınmış, ayrıca ilgili araştırma ve yayınlardan makro veriler, yazılı kaynak ve internet ortamında bulunan literatürden faydalanılmıştır. Elde edilen veriler; harita, şekil ve tablolar şeklinde sunulmuştur.

Bulgular ve Tartışma

Tarımsal Pazarlama

Pazarlama; “*bireysel ve kurumsal amaçları tatmin edecek değişimleri sağlamak üzere, ürün, hizmet ve fikirlerin şekillendirilmesi (üretilmesi), fiyatlandırılması, dağıtım ve tutundurulmasının planlama ve uygulama süreci*” olarak tanımlanmaktadır. Pazarlama, üretimden sonra değil, üretimden önce başlayıp üretim sırasında, satış öncesi, satış anı ve satış sonrasında da devam eden bir eylemdir (Aydemir, 2006: 1).

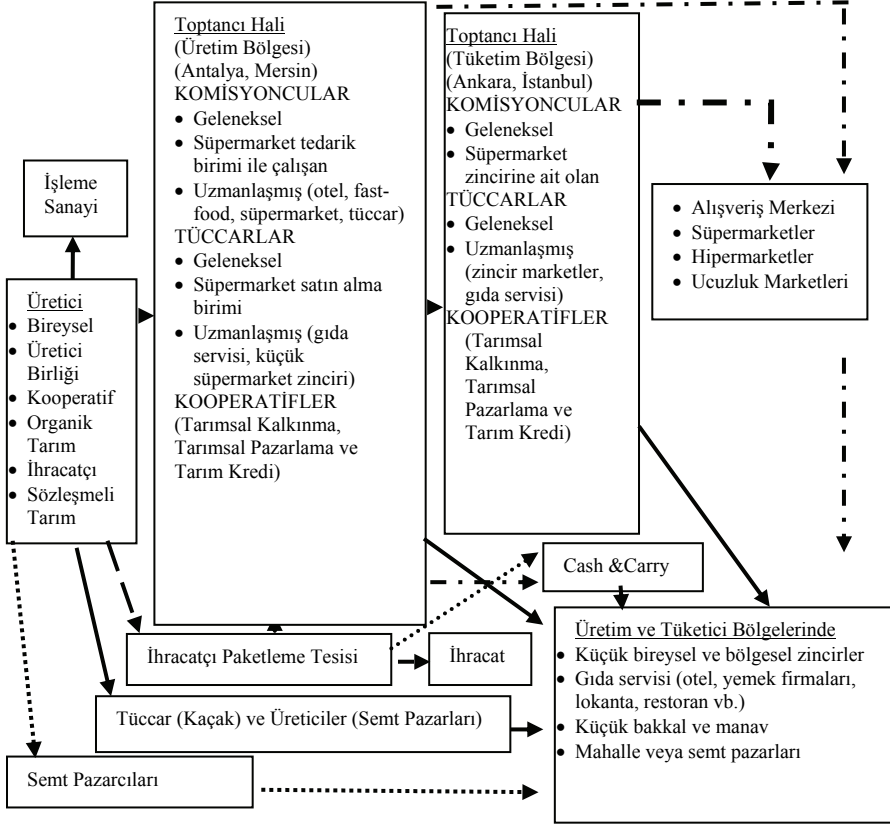
Tarımsal üretimde verim ve kalitenin artırılması kadar, üretilen ürünün sağlıklı şekilde ve talep doğrultusunda pazarlanması da zorunludur. Tarımsal ürünlerin, üretim fikrinin oluşmasından başlayarak, nihai tüketicinin eline ulaşıncaya kadar geçirdiği bütün işletme faaliyetleri, *tarımsal pazarlama* adı altında toplanabilir. Tarımsal pazarlama ürünlerin; şekil, yer, zaman ve mülkiyet faydasını artıran hizmetlerin bütünü ile ilgilidir (URL,2). *Tarımsal pazarlama*; üreticinin hangi miktar ve kalitede ürün üreteceği ile başlayıp, ürünün pazara hazırlanması, standardizasyonu, depolama, nakliyat ve nihayetinde tüketiciye kadar süreçteki faaliyetlerin tümünü kapsamaktadır (Aydemir, 2006:2). Birçok ülkede pazarlama hizmetleriyle ilgili birçok kural yasal düzenlemelerde de yer almıştır. Bu gelişme tarım ürünleri ve gıda maddelerinin sağlıklı bir şekilde alıcılara ulaştırılmasında pazarlama kanalı ve hizmetlerinin gıda güvenliğini esas alarak yerine getirilmesinin önemini günden güne artırmaktadır. Ancak az gelişmiş ekonomilerde ve pazarlarda sağlıklı gıda üretimi kadar pazarlamada da sorunlar yumağı bulunmaktadır (Albayrak ve ark., 2010:1). Üretilmiş olan ürünler son tüketiciye ulaşıncaya kadar çeşitli yollar izlerler, çeşitli araçlar ile karşılaşılır ve değişik şekillerde işlenirler. Ürünlerin üretimlerinden itibaren içinden aktıkları ve işleme, depolama, paketleme, elden ele geçme gibi değişik olaylar ile karşılaştıkları bu yollar ve yerler toplu olarak *pazarlama kanalları* olarak adlandırılırlar. Tarım kesiminde faaliyet gösteren üreticiler genellikle pazarlama imkânları kısıtlı olan küçük işletmelerdir. Pazarlama kanallarının etkinliği sayesinde bu kısıtlı imkânlar ortadan kalkabilmekte, üreticiler yerel pazarlar dışındaki pazarlara kolaylıkla ulaşabilmektedir. Türkiye’de tarımsal ürünlerin pazarlama sistemi üründen ürüne farklılık göstermektedir. Kamu

kuruluşları ve kooperatifler kimi ürünlerin pazarlama kanallarında yer alırken, sistem genellikle özel sektör ağırlıklı işlemektedir. Türkiye’de tarımsal yapıdaki bozukluklar, tarımsal ürünlerin pazarlama organizasyonuna da yansımakta ve genellikle çok sayıda aracının yer aldığı uzun pazarlama kanalları ile pazarlama hizmetlerinin yetersiz yerine getirildiği, yüksek pazarlama marjlarının görüldüğü bir pazarlama sistemi ortaya çıkmaktadır. Ürünler, pazarlama kanalları içerisinde çeşitli aşamalarda ve pazarlarda farklı işlemler görmektedir. Geleneksel bir pazarlama sisteminde bu aşamalar ya da pazarlar; *üretici*, *toptancı* ve *perakendeci* şeklinde üç temel grupta toplanabilir. Pazarlama sistemi ürünün yapısına göre farklılık göstermekte olup; yaş meyve ve sebze ile canlı hayvanda genellikle kamu dışı pazarlama organizasyonları geçerli iken, tahıl ürünleri kamu kuruluşları ve ticaret borsalarında veya fındık, pamuk, ayçiçeği gibi ürünler kooperatif ve tüccar kanalıyla sistem içinde yarışmaktadırlar. Ürünün yapısından dolayı, kimi ürünlerin tamamı bir sistem içinde yer alabilirken, kimi ürünler sistem içinde birçok pazarlama kanalı içinde yer alabilmektedir (Aydemir, 2006:1-2). Örnek olarak Şekil 1’de domates için pazarlama kanalı ortaya konulmuştur.

Çiftçiler ürünleri dağıtım kanalındaki farklı aktörler/aracılar yoluyla pazarlanmaktadır. Tanımlanan 9 farklı aktör; büyük şehirlerdeki toptancı halleri, büyük şehre yakın toptancı halleri, işleyici firmalar, köy ve şehre yakın yerlerde faaliyet gösteren yerel simsarlar, tüccarlar, ihracatçılar, çeşitli kooperatifler (kalkınma, kredi, pazarlama vb.), semt pazarları ve süpermarketlerdir. Bu aktörler arasında yerel simsarlar, şehre yakın toptancı pazarlarda faaliyet gösteren komisyoncular, tüccarlar, işleyiciler ve ihracatçılar çiftçilerin çevresindeki en önemli aktörlerdir. Süpermarketler genellikle seçilen tedarikçilerden ürünlerini doğrudan tedarik ederken, çiftçilerin bu kanal üzerindeki bilgisi daha sınırlıdır. Çiftçilerin ürünlerini pazarlamasında kooperatif hareketi nadir görülmektedir (URL, 1: 4).

Tarımsal pazarlamanın; toplama, işleme ve dağıtım olmak üzere üç temel hizmeti vardır (Yılmaz, 2008):

- *Toplama:* Tarımsal ürünlerin tüketiciye ulaşmasında ilk halka, ürünlerin üreticilerden alınarak belirli bir merkezde toplanmasıdır.
- *İşleme:* Elde edilen tarım ürünlerinin çeşitli işlemlerden geçirilerek katma değer kazandırılması ve dayanıklılık süresinin uzatılmasıdır. Hayvanın kesilmesi, sütün pastörize edilmesi, konserve, reçel, salça meyve suyu yapımı gibi işlemlerdir.
- *Dağıtım:* Ürünün toplanıp işlendikten sonra tüketim merkezlerine götürülmesidir. Dağıtım, toptan ve perakende satış yerlerini ve tüketiciye dağıtımı kapsamaktadır.



Şekil 1: Türkiye’de Yaş Meyve ve Sebze Sektörünün İşlem Zinciri

Pazarlama hizmetlerinin ana unsurlarının yanında yardımcı hizmetler de bulunmaktadır (Yılmaz, 2008):

- *Hasat*: Tarımsal pazarlamada hasat olgunluğu, hasat şekli ve kayıplar (hasattan depoya kadar) çok önemlidir. Yaş meyve sebze yılda 43 milyon ton kayıp söz konusudur.
- *Dereceleme, Standardizasyon ve Kalite Kontrolü*: Ürünleri aynı özellikleri taşıyan gruplara ayırmaktır.
- *Paketleme, Ambalajlama ve Etiketleme*: Ürünün çeşitli etkenlerden korunması, ürüne ilişkin bilgileri kapsaması ve ürünün satışını kolaylaştıracak albeni kazandırılması gibi amaçlarla uygun bir kaba yerleştirilmesidir.

- *Depolama*: Ürünlerin belli bir süre saklanabilmesi amacıyla ürün özelliklerine göre hazırlanmış ortamlarda muhafaza etme işlemidir.

Türkiye’de üretilen bitkisel ürünlerin yaklaşık %20’si işletmenin kendi içinde tüketilmekte, %80’i de pazara sunulmaktadır. Hayvansal ürünlerin pazarlanma payı ise yaklaşık %60 civarındadır (Yılmaz, 2008).

İşletmelerde sınıflandırma ve ambalajlama oranı oldukça düşük bir seviyededir. Bu durum üreticinin ürettiği ürünü daha düşük bir fiyatla elden çıkarmasına ve nakliye esnasında ürün kayıplarının artmasına yol açmaktadır. Üreticilerin bu konularda bilinçlendirilmesi, bunun için de öncelikle ürünlerin sınıflandırma ve ambalajlamasının yapılacağı tesislerin kurulması gereklidir (Yulafçı ve Cinemre, 2007:268).

Pazarlama Kabiliyetlerinin Geliştirilmesi İçin Başvurulabilecek Hibe Kaynakları

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Kaynakları

Doğal kaynaklar ve çevrenin korunmasını dikkate alarak, kırsal alanda gelir düzeyinin yükseltilmesi, tarımsal üretim ve tarıma dayalı sanayi entegrasyonunun sağlanması için küçük ve orta ölçekli işletmelerin desteklenmesi, tarımsal pazarlama altyapısının geliştirilmesi, gıda güvenliğinin güçlendirilmesi, kırsal alanda alternatif gelir kaynaklarının oluşturulması, yürütülmekte olan kırsal kalkınma çalışmalarının etkinliklerinin artırılması ve kırsal toplumda belirli bir kapasitenin oluşturulması (URL, 3:1) amacıyla Kırsal Kalkınma Yatırımlarının Desteklenmesi Programı (KKYDP), Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından 2005 yılında uygulamaya konulmuş olup programın uygulama süresi 2015 yılı sonuna kadar uzatılmıştır.

Kırsal kalkınma uygulamalarının önceliği olan tarıma dayalı sanayinin gelişmesi için KKYDP önemli bir yer tutmakta ve söz konusu program tarımsal üretim ile tarıma dayalı sanayinin kırsal alanda entegrasyonunu sağlamaktadır. KKYDP, AB ile bütünleşme süreci içinde tarımın rekabet gücünü arttırmasında öncelikli bir konumda olup kırsal kalkınma yatırımlarının çeşitlendirilmesi, geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması büyük önem arz etmektedir.

Üreticilerin hibelerde eş finansmanı ile katılımını ve sorumluluk paylaşımını esas alan ve doğrudan üreticilere finansman sağlayan kırsal kalkınma projelerinin kırsal yaşam şartlarını iyileştirecek biçimde uygulanması önem arz etmektedir. Kırsal kalkınma yatırımları, işletmeleri kurmak için cesaretlendirerek üreticilerin girişimci haline gelmesini sağlamaktadır.

Ekonomik yatırımlar destekleme programı içinde aşağıdaki yatırım projeleri hibe desteği kapsamında değerlendirilmektedir (URL, 3:2-3):

- Tarımsal ürünlerin işlenmesi, depolanması ve paketlenmesine yönelik yeni yatırım tesislerinin yapımı,
- Tarımsal ürünlerin işlenmesi, depolanması ve paketlenmesine yönelik mevcut faal olan veya olmayan tesislerin kapasite artırımı ve teknoloji yenilenmesine yönelik yatırımlar,
- Tarımsal ürünlerin işlenmesi, depolanması ve paketlenmesine yönelik kısmen yapılmış yatırımların tamamlanmasına yönelik yatırımlar,
- Alternatif enerji kaynakları kullanan yeni seraların yapımına yönelik yatırımlar,
- Tebliğ kapsamında bulunan konularla ilgili tarımsal faaliyetlere yönelik yapılmış veya yapılacak tesislerde kullanılmak üzere, alternatif enerji kaynaklarından jeotermal, biyogaz, güneş ve rüzgar enerjisi üretim tesisleri,
- Koyun, keçi ve manda konularında sabit yatırım projeleri.

Ekonomik yatırımlar kapsamında; 2006-2012 döneminde 3965 adet tarımsal sanayi tesisi tamamlanmış ve 771 Milyon TL hibe desteği verilmiştir. Projeler kapsamında yaklaşık 42 bin kişiye iş imkânı sağlanmış olup 2015 yılına kadar 3000 adet yeni tarımsal tesisin tamamlanması, 30 bin yeni istihdamın sağlanması hedeflenmektedir (URL, 4: 135).

KKYDP, tarımsal sanayiye yönelik uygulama konuları genişletilmiş, böylelikle tarımsal ürünlerin işlenmesi, depolanması ve paketlenmesine yönelik yeni yatırım tesislerini, kısmen yapılmış atıl işletme yatırımların tamamlanması, kapasitelerinin geliştirilmesi ve teknolojilerinin yenilenmesine yönelik yatırımlar ve yeni teknolojilerin yaygınlaşmasını sağlayacak makine ekipman alımları hibe destekleme kapsamına alınmıştır. Program çerçevesinde 81 ilde yapılacak yatırımlar desteklenmekte olup ekonomik yatırımların proje bütçesi limiti, gerçek kişi başvurularında 150000 TL; tüzel kişilik başvurularında ise 600000 TL'dir. Hibe oranı; ekonomik yatırımlarda KDV hariç %50'dir. Diğer %50'si oranındaki tutarı başvuru sahipleri kendi öz kaynaklarından temin etmelidir (URL, 3:4).

6. etaba yönelik ödeme işlemleri devam etmektedir. Ayrıca "Tarıma Dayalı Ekonomik Yatırımlar 7. Etap" yürürlüğe girmiş ve değerlendirmeler tamamlanmıştır. 1014 adet proje ile hibe sözleşmesi imzalanmak üzere işlemler başlatılmıştır (URL, 5: 15).

Tablo 1: Türkiye’de Sektörel Bazda Proje Konuları İl Öncelik Sıralaması

İller	Sektörel Bazda Proje Konusu Kodlar*		İller	Sektörel Bazda Proje Konusu Kodlar*	
	1	2		1	2
Adana	BÜİ	TÜD	Konya	BÜİ	HÜİ
Adıyaman	BÜİ	SHD	Kütahya	SER	SÜİ
Afyonkarahisar	BÜİ	SHD	Malatya	SHD	BÜİ
Ağrı	HÜİ	TÜD	Manisa	BÜİ	HÜİ
Amasya	BÜİ	HÜİ	Kahramanmaraş	SHD	KKM
Ankara	TÜD	SHD	Mardin	BÜİ	TÜD
Antalya	BÜİ	SHD	Muğla	BÜİ	KKM
Artvin	KKM	HÜİ	Muş	BÜİ	HÜİ
Aydın	BÜİ	HÜİ	Nevşehir	BÜİ	HÜİ
Balıkesir	KKM	HÜİ	Niğde	SHD	BÜİ
Bilecik	BÜİ	SHD	Ordu	BÜİ	HÜİ
Bingöl	KKM	BÜİ	Rize	BÜİ	SÜİ
Bitlis	SHD	HÜİ	Sakarya	HÜİ	BÜİ
Bolu	HÜİ	TÜD	Samsun	BÜİ	HÜİ
Burdur	HÜİ	BÜİ	Siirt	BÜİ	HÜİ
Bursa	BÜİ	SHD	Sinop	HÜİ	SÜİ
Çanakkale	BÜİ	HÜİ	Sivas	KKM	SHD
Çankırı	HÜİ	BÜİ	Tekirdağ	BÜİ	HÜİ
Çorum	SHD	HOG	Tokat	BÜİ	SER
Denizli	BÜİ	HÜİ	Trabzon	BÜİ	SÜİ
Diyarbakır	KKM	TÜD	Tunceli	HÜİ	BÜİ
Edirne	BÜİ	HÜİ	Şanlıurfa	BÜİ	TÜD
Elazığ	BÜİ	HÜİ	Uşak	HÜİ	BÜİ
Erzincan	BÜİ	HÜİ	Van	SHD	TÜD
Erzurum	HÜİ	BÜİ	Yozgat	TÜD	KKM
Eskişehir	TÜD	BÜİ	Zonguldak	HÜİ	BÜİ
Gaziantep	BÜİ	TÜD	Aksaray	KKM	SER
Giresun	BÜİ	HÜİ	Bayburt	HÜİ	KKM
Gümüşhane	BÜİ	HÜİ	Karaman	BÜİ	HÜİ
Hakkari	HÜİ	BÜİ	Kırıkkale	TÜD	BÜİ
Hatay	SHD	HÜİ	Batman	BÜİ	HÜİ
Isparta	BÜİ	HÜİ	Şırnak	KKM	TÜD
Mersin	SHD	BÜİ	Bartın	SÜİ	KKM
İstanbul	HÜİ	BÜİ	Ardahan	HÜİ	BÜİ
İzmir	HÜİ	BÜİ	İğdır	BÜİ	HÜİ
Kars	HÜİ	HOG	Yalova	SHD	BÜİ
Kastamonu	SHD	KKM	Karabük	BÜİ	HÜİ
Kayseri	KKM	BÜİ	Kilis	BÜİ	SER
Kırklareli	BÜİ	SHD	Osmaniye	BÜİ	TÜD
Kırşehir	SER	BÜİ	Düzce	BÜİ	HÜİ
Kocaeli	KKM	SÜİ			

* BÜİ = Bitkisel Ürün İşl., Pak. ve Depolanması,
HÜİ = Hayvansal Ürün İşl., Paket. ve Depolanması,
SÜİ = Su Ürünleri İşl., Pak. ve Depolanması,
TÜD = Tarımsal Ürünlerin Depolanması (Çelik Silo),
SER = Alternatif Enerji Kullanan Seralar,
HOG = Hayvansal Orijinli Gübre İşl., Pak.,
SHD = Soğuk Hava Deposu,
KKM = Koyun Keçi ve Manda Konusunda Sabit Yatırımlar
Kaynak: URL, 3: 16.

Program kapsamında, başvurusu alınan projelerin incelenmesi ve ilk değerlendirmeleri İl Proje Değerlendirme Komisyonu tarafından yapılır. Proje başvurusunda bulunmuş ve değerlendirme neticesinde nihai puanı belirlenen başvurular; Tablo 1’de belirtilen ilin önceliklerine göre sıralanmış sektörel bazdaki proje konularına göre gruplandırılır ve her gruba ait başvurular nihai puanlarına göre sıralanarak program teklif listesi hazırlanır. Belirlenen bütçenin yeterli olması durumunda, o ilin program teklif listesinde yer alan tüm başvurular yatırım programına alınır. Bütçe yetersiz ise; sektörel bazda ilin birinci öncelikli proje konusunda en yüksek puan alan başvurudan başlanarak, o il için belirlenen bütçe kapsamında sırası ile diğer sektörlerin en yüksek puan alan projeleri programa alınır (URL, 3:8).

Tablo 1’de proje konularının sektörel öncelikleri incelendiğinde, birinci öncelik; toplam illerin %48’i olan 39 ilde bitkisel ürün işlenmesi, paketlenmesi ve depolanması konusunda, %20’si olan 16 ilde hayvansal ürün işlenmesi, paketlenmesi ve depolanması konusunda, %12’si olan 10 ilde soğuk hava deposu konusunda, %5’i olan 4 ilde tarımsal ürünlerin depolanması (Çelik Silo) konusunda, %1,2’si olan 1 ilde su ürünleri işlenmesi paketlenmesi ve depolanması konusunda olduğu geri kalan %14’lük kısım ise koyun keçi ve manda konusunda sabit yatırımları, alternatif enerji kullanan seralar konusundadır.

Ekonomik ve alt yapı yatırımları kapsamında ürün işleme, paketleme ve depolama tesisleri desteklenme durumuna ilişkin bilgiler Tablo 2’de verilmiştir. 2006-2013 Şubat ayı dönemi verilerine göre KKYDP kapsamında 615,2 Milyon TL’lik hibe verilmiş olup ürün işleme, paketleme ve depolama tesisleri sayısı toplamı 3035 adet olmuştur.

Bitmiş olan projelerin dağılımı incelendiğinde, 1565 adet ile bitkisel ürün işleme paketleme tesisi birinci, 813 adet ile hayvan ürün işleme paketleme ile ikinci ve 330 adet ile de tarımsal ürün depolamanın üçüncü sırada olduğu görülmektedir.

İllere göre biten tesis sayılarına bakıldığında; hibe kaynaklarından en fazla faydalanan iller sırasıyla 113 adet tesis ile Şanlıurfa birinci, 96 adet tesis ile Manisa ikinci, 95 adet tesis ile Konya üçüncü ve 91 adet tesis ile de Gaziantep dördüncü sırada yer almaktadır. En az yararlanan iller sırasıyla İstanbul 1 adet, Bayburt 4 adet, Karabük 5 adet ve Şırnak 6 adettir (Tablo 3).

Tablo 3 incelediğinde, Kırsal Kalkınma Yatırımları kapsamında;

- Bitkisel ürün işleme paketleme tesisi sayısı 1565 adet olup bu kapsamda en çok faydalanan il sırasıyla Manisa, Gaziantep ve Şanlıurfa illeri olup İstanbul ve Ardahan illerinden desteklenen proje yoktur.

- Hayvansal ürün işleme paketleme tesisi 813 adet olup bu kapsamda en çok faydalanan iller sırasıyla Sivas, Bitlis ve Erzurum illeri olup Şırnak ilinden desteklenen proje yoktur.
- Su ürünleri işleme paketleme tesisi 20 ilde toplam 34 adet olup bu kapsamda en çok faydalanan iller sırasıyla Trabzon, Samsun ve Afyonkarahisar illeridir. 61 ilden herhangi bir tesis fonlanmaması göze çarpmaktadır.
- Hayvansal orjinli gübre işleme paketleme tesisi sayısı 7 adet olup; Adıyaman, Ankara, Gümüşhane, Konya, Kütahya, Elazığ ve Kayseri illerinden birer adettir.
- Tarımsal ürün depolama tesisi 58 ilde toplam 330 adet olup bu kapsamda en çok faydalanan iller sırasıyla Mardin 31 adet, Eskişehir 19 adet ve Konya’da ise 17 adet olup bunun yanında 23 ilden herhangi bir tesis fonlanmamıştır.
- Soğuk hava deposu 64 ilde toplam 286 adet olup bu kapsamda en çok faydalanan iller sırasıyla Antalya 27, Bursa 17 ve Yalova’da 12 adettir bunun yanında 23 ilden herhangi bir tesis fonlanmamıştır.

Tablo 2: Türkiye Kırsal Kalkınma Yatırımları Kapsamında Ürün İşleme, Paketleme ve Depolama Tesisleri (2006-2013)*

Proje Konuları	Biten Tesis		Devam Eden Tesis	
	Sayı (adet)	Ödenen Hibe (Milyon TL)	Sayı (adet)	Ödenen Hibe (Bin TL)
Bitkisel Ürün İşleme Paketleme	1565	322,4	2	0
Hayvansal Ürün İşleme Paketleme	813	152,6	1	123
Tarımsal Ürün Depolama	330	69,4	1	243
Soğuk Hava Deposu	286	62,4	1	0
Su Ürünleri İşleme Paketleme	34	6,6	1	223
Hayvansal Orijinli Gübre İşleme Paketleme	7	1,8	0	0
Toplam	3035	615,2	6	589

* Şubat – 2013 verileridir.

Kaynak: Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Ankara.

Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu Kaynakları

AB aday ve potansiyel aday ülkelere mali yardım mekanizmasını 2007-2013 yılları için yeniden yapılandırmış ve IPA (Katılım Öncesi Yardım Aracı) adı verilen bu yapı ile bir önceki dönemde uygulanan PHARE, ISPA, SAPARD, CARDS ve Türkiye için Katılım Öncesi Mali Yardımları tek bir çatı altında toplanmıştır.

IPA'nın temel amacı; aday ülkenin AB'ye üye olma yolundaki ihtiyaç ve önceliklerine hizmet eden projelerin desteklenmesidir. Projeler aracılığıyla kullandırılan fonlarla, AB müktesebatına uyum ve bu uyum için gerekli idari kapasite oluşturulmasını hedeflenmektedir (URL, 6).

IPA kapsamında yapılacak mali yardımlar 5 ana başlık altında toplanmıştır. IPA bileşenleri olarak adlandırılan başlıklar şunlardır (URL,7):

- Geçiş Yardımı ve Kurumsal Yapılanma
- Sınır Ötesi İşbirliği
- Bölgesel Kalkınma
- İnsan Kaynaklarının Gelişimi
- Kırsal Kalkınma

Kırsal Kalkınma Bileşeninin amacı; politika geliştirme ve AB Ortak Tarım Politikası (OTP)'sının uygulanması ve idaresi için hazırlıkların tamamlanmasını desteklemektir. Desteğin genel amacı; aday ülkede tarım sektörünün ve kırsal alanların sürdürülebilir adaptasyonuna katkı sağlanması ve OTP ile kırsal kalkınma politikası kapsamındaki topluluk mevzuatının uygulanmasına hazırlık çalışmalarına katkı sağlamaktır (URL, 8:156).

Aday ülkenin IPARD fonlarından faydalanabilmesi için;

- Ülkenin kırsal alan durumunun fotoğrafını çeken ve fonların hangi alanlarda kullanılacağını belirleyen kırsal kalkınma planının hazırlanması,
- Kırsal kalkınma planını uygulayacak kurum olan IPARD Ajansı'nın kurulması ve akredite olması gerekmektedir.

IPA Tüzüğü ve IPA Uygulama Tüzüğü ile IPARD'da uyulması gereken kuralların genel bir çerçevesi çizilmektedir. Söz konusu tüzüklerde IPARD kapsamında desteklenebilecek eksenler, tedbirler ve bunların destekleme koşullarına yer verilmiştir. Ülkeler, tüzükte belirtilen tedbirlerden uygun olanlarını, ülke önceliklerini dikkate alarak kendileri belirlemişlerdir. Bu kapsamda Tarım ve Köyişleri Bakanlığı (yeni adıyla Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı) Strateji Geliştirme Başkanlığı koordinasyonunda, ilgili tüm kamu kuruluşları ve Sivil Toplum Kuruluşları (STK)'nın resmi görüşleri alınarak Politika Çerçeve Belgesi hazırlanmıştır. Politika Çerçeve Belgesi ile IPA Uygulama Tüzüğü'nde belirtilen 9 tedbirden 7'si Türkiye tarafından uygulanmaya karar verilmiş olup, belirlenen tedbirler ve bu tedbirler arasında desteklenecek sektörler Tablo 4'te yer almaktadır.

IPARD programı kapsamına alınması planlanan sektörlerdeki mevcut durumu, zayıf ve güçlü yönleri, sektörün gelişme ihtiyaçları ve gerekli müdahale alanlarını belirlemek amacıyla sektör analizleri yapılmıştır. Bu kapsamda et, meyve/sebze ve balıkçılık sektör analiz çalışmaları AB fonları kullanılarak, süt sektörü ise Birleşmiş Milletler (BM) Gıda ve Tarım Teşkilatı (FAO) kaynakları ile Tarım ve Köyişleri Bakanlığı Yönetim

Otoritesi Koordinasyonunda yerli/yabancı bağımsız uzmanlarla işbirliği halinde yürütülmüştür. Bu sektör analizlerinde hangi tür yatırımlara yoğunlaşılması ve hangi yatırım kalemlerine yer verilmesi gerektiği vurgulanmıştır (URL, 9).

Tablo 4: Türkiye İçin IPARD Öncelik ve Tedbirleri

Tedbir Kodu / Adı	Alt Tedbir
Tedbir 101. Tarımsal İşletmelerin Yeniden Yapılandırılması ve Topluluk Standartlarına Ulaştırılmasına yönelik yatırımlar (tarımsal işletmelere yatırım)	1- Süt üreten tarımsal işletmeler
	2- Et üreten tarımsal işletmeler
Tedbir 103. Tarım ve balıkçılık ürünlerinin işlenmesi ve pazarlanmasının yeniden yapılandırılması ve Topluluk Standartlarına ulaştırılmasına yönelik yatırımlar (işleme ve pazarlama)	1- Süt ve süt ürünlerinin işlenmesi ve pazarlanması
	2-Et ve et ürünlerinin işlenmesi ve pazarlanması
	3-Sebze ve meyvenin işlenmesi ve pazarlanması
	4-Balıkçılık ürünlerinin işlenmesi ve pazarlanması
Tedbir 102. Üretici gruplarının kurulmasına destek	
Tedbir 201. Çevreye ve kırsal peyzajın gelişmesine yönelik faaliyetler	1- Erozyon kontrolü
	2- Su kaynaklarının korunması
	3- Biyolojik çeşitlilik
Tedbir 202. Yerel kırsal kalkınma stratejilerinin hazırlanması ve uygulanması	1- Yetenek kazandırma, harekete geçirme ve yerel kalkınma stratejisinin hazırlanması
	2- Yerel kalkınma stratejilerinin uygulaması
	3- Yerel eylem gruplarının faaliyet giderleri
	4- İşbirliği projelerinin uygulanması
Tedbir 302. Kırsal ekonomik faaliyetlerin çeşitlendirilmesi ve geliştirilmesi	1- Çiftlik faaliyetlerinin çeşitlendirilmesi
	2- Yerel ürünler ve mikro işletmelerin geliştirilmesi
	3- Kırsal turizm
	4- Kültür balıkçılığı (yetiştiricilik)
Tedbir 501. Teknik Destek	

Avrupa Komisyonu ile müzakereler sonunda nihai halini alan IPARD Programı, 19 Aralık 2007 tarihinde Brüksel’de üye ülkelerin temsilcilerinden oluşan ve AB’nin Program konusunda karar alma organı olan Avrupa Komisyonu Kırsal Kalkınma Komitesi’nde kabul edilmiştir. IPARD Programı’nın kabul edildiğine dair Avrupa Komisyonu’nun onayı 25 Şubat 2008 tarihinde imzalanmıştır (URL, 9). IPARD fonlarının kullanımı için bir diğer gereklilik olan IPARD Ajansı 18.05.2007 tarih ve 5648 sayılı kanun ile Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu olarak belirlenmiştir. Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu 2007 yılından itibaren başlayan akreditasyon sürecinde akreditasyon kriterleri çerçevesinde gerekli hazırlıkları gerçekleştirmiş, ulusal akreditasyon başvurusunda bulunmuş ve 21 Temmuz 2010 tarihinde Yetkili Akreditasyon Görevlisi tarafından ulusal akreditasyon verilmiştir. Akabinde tüm IPARD kurumları için Ulusal Yetkilendirme Görevlisi tarafından yetki devri için talebinde bulunulmuş ve Avrupa Komisyonu tarafından ilk yetki devri kararı 29 Ağustos 2011 tarihinde 17 il ve 3 tedbir için verilmiştir (URL, 10).

Harita 1: IPARD Uygulama İlleri



Kaynak: URL, 8: 215.

IPARD Programında yıllar ve tedbirler bazında bütçe tahsisleri Tablo 5'te verilmiş olup, program boyunca 863,4 Milyon Avro topluluk katkısı, 282,5 Milyon Avro da ulusal katkı olmak üzere toplam destek tutarı 1145,9 Milyon Avro olarak belirlenmiştir (URL, 8: 319-320).

Tablo 5: Tedbirler Bazında Bütçe Tahsisi (2007-2013)

Tedbir Adı	Tedbirin Program Bütçesindeki Payı (%)*	AB Katkısı (Avro)*	Hibe Tutarı (AB + Ulusal Katkı) (Avro)
Tarımsal İşletmelere Yatırım	40,0	345360000	460480000
Üretici Gruplarının Kurulması	5,8	50 212 000	66 949 333
Tarım ve Balıkçılık Ürünlerinin İşlenmesi ve Pazarlanması	24,3	210063000	280084000
Tarım çevre	2,0	17 605 000	22 006 250
LEADER	3,3	28.168.000	35 210000
Kırsal Ekonomik Faaliyetlerin Çeşitlendirilmesi	22,6	194724000	259632000
Teknik Destek	2,0	17268000	21 585000
TOPLAM	100,0	863 400000	1 145 946 583

* Kaynak: URL, 8.

Sektör analizlerinin çıktıları temelinde Komisyon tarafından yayınlanan Çok Yıllı İndikatif Planlama Belgesi (MIPD)'nde Tarım ve Balıkçılık Ürünlerinin İşlenmesi ve Pazarlanması tedbirine ağırlık verilmesi gerektiği belirtilmiş ve bu kapsamda program bütçesinin yaklaşık %25'i bu tedbire tahsis edilmiştir (URL, 8: 320). Tedbir için tahsis edilen bütçenin sektörler bazındaki dağılımı Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6: Tarım ve Balıkçılık Ürünlerinin İşlenmesi ve Pazarlanması Tedbiri Bütçe Tahsisi (2007-2013)

Alt Tedbir Adı	Sektörün Tedbirdeki Payı (%)*	AB Katkısı (Avro)*	Hibe Tutarı (AB +Ulusal Katkı) (Avro)
Süt ve Süt Ürünlerinin İşlenmesi ve Pazarlanması	46	96628980	128838640
Et ve Ürünlerinin İşlenmesi ve Pazarlanması	30	63018900	84 025 200
Meyve ve Sebze Ürünlerinin İşlenmesi ve Pazarlanması	11	23 106 930	30 809240
Su Ürünlerinin İşlenmesi ve Pazarlanması	13	27 308190	36 410 920
TOPLAM	100	210063000	280 084000

* Kaynak: URL, 8.

IPARD Programında Tarım ve Balıkçılık Ürünlerinin İşlenmesi ve Pazarlanması tedbiri kapsamında;

- İşleme tesislerinin ilgili Topluluk standartlarına ulaşmasına destek sağlanması,
- Tarım ve balıkçılık ürünlerinin işleme ve pazarlanmasındaki performansının ve rekabet gücünün artırılması amacıyla geliştirilmesine katkı sağlanması
- Daha az gelişmiş alanlarda istihdam olanakları yaratmak suretiyle kırsal alanlardaki bölgesel dengesizliklerin azaltılmasına katkıda bulunulması hususları hedeflenmiştir (URL, 8: 224).

Tarım ve balıkçılık ürünlerinin işlenmesi ve pazarlanması tedbiri için belirlenen destek alt ve üst limitleri Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7: Tarım ve Balıkçılık Ürünlerinin İşlenmesi ve Pazarlanması Tedbiri Destek Alt ve Üst Limitleri

Tedbir Adı	Uygun Harcama Tutarı En Az (Avro)	Uygun Harcama Tutarı En Fazla (Avro)
Süt İşleme Tesisleri	50000	3000000
Süt Toplayan Üretici Örgütleri	25 000	1000000
Et ve Et Ürünlerinin İşlenmesi ve Pazarlanması	30000	3000000
Meyve ve Sebze Ürünlerinin İşlenmesi ve Pazarlanması	50 000	1250000
Su Ürünlerinin İşlenmesi ve Pazarlanması	50 000	1500000

Kaynak: URL, 11.

IPARD kapsamında faydalanıcılara verilen destek oranı tedbirlere bağlı olarak %50-65 arasında değişmekle birlikte, tarım ve balıkçılık ürünlerinin işlenmesi ve pazarlanması tedbirinde bu oran %50'dir (URL, 12: 82).

Akreditasyonu takiben proje kabulüne başlanmış olup, Mart 2013 tarihi itibarıyla toplam 9. başvuru çağrı ilanına çıkmıştır. İlk 8 çağrıda akredite olan 20 il için başvuru çağrı ilanına çıkmış olup, 9. çağrıdan itibaren 2. Faz dönemini kapsayan 22 yeni il daha IPARD Programı kapsamındaki destekleri vermeye başlamıştır. Süreci tamamlanmış olan ilk 6 çağrı neticesinde 295 faydalanıcı ile 221238617 TL tutarında destek sözleşmesi imzalanmıştır (Tablo 8).

Tablo 8: TKDK'nin İlk 6 Çağrı Kapsamında İmzalanmış Sözleşmeler (2011-Mart 2013)

Tedbir Adı	Yatırım Tutarı (TL)	Hibe Tutarı (TL)
Tarımsal İşletmelere Yatırım	268783076	160535258
Tarım ve Balıkçılık Ürünlerinin İşlenmesi ve Pazarlanması	103472126	51 736 063
Kırsal Ekonomik Faaliyetlerin Çeşitlendirilmesi	17 934 590	8 967295
TOPLAM	390189792	221 238 617

Kaynak: URL, 13.

Tablo 9'da görüleceği üzere ilk 6 çağrı kapsamında meyve ve sebze ürünlerinin işlenmesi ve pazarlanması tedbiri kapsamında imzalanmış sözleşme bulunmamaktadır. Bunun önemli bir sebebi bu sektör kapsamında faydalanıcı tanımının üretici örgütleri ile sınırlandırılmış olmasıdır. 2012 yılı son çeyreğinde IPARD Programında yapılan değişiklikle birlikte meyve ve sebze ürünlerinin işlenmesi ve pazarlanması tedbiri faydalanıcı tanımına gerçek ve tüzel kişilikler de dâhil edilmiştir. Bunun yanında Amasya, Balıkesir, Diyarbakır, Hatay, Isparta, Malatya ve Van illerinden tarım ve balıkçılık ürünlerinin işlenmesi ve pazarlanması tedbiri kapsamında imzalanmış sözleşme olması göze çarpmaktadır.

İlk 7 çağrı kapsamında IPARD Programında yer aldığı şekliyle 20 ilde sadece potansiyeli olan sektörler desteklenmiştir. 2012 yılı sonunda IPARD Programında yapılan değişiklikle birlikte tüm IPARD illerinde tüm tedbirler uygulanmaya başlanmış ve tedbirler bazında kapasite artırımlarına gidilmiştir. Bu değişiklik 8. başvuru çağrı ilanından itibaren uygulanmaya başlanmıştır. 22 yeni ilinde dahil olması ve IPARD Programında yapılan değişikliklerle birlikte ciddi bir fon kullanım potansiyeli oluşmuş olup başvuru sayısında traktörün destek kapsamına alınması önemli rol oynamakla birlikte, sadece bu çağrı döneminde hibe desteği almak amacıyla 1627 adet proje başvurusu alınmıştır (Tablo 10).

Tablo 9: İlk 6 Çağrı Kapsamında Tarım ve Balıkçılık Ürünlerinin İşlenmesi ve Pazarlanması Tedbiri Kapsamında İmzalanan Sözleşmeler (2011 - Mart 2013)

İLLER	Süt Ürnl. İşl. vePazarl.	Et Ürnl. İşl. vePazarl.	Meyve-Sebze Ürnl. İşl. vePazarl.	Su Ürünleri İşl. vePazarl.	Hibe Tutarı (TL)	Yatırım Tutarı (TL)
Afyon	2	-	-	-	817064	1634128
Amasya	-	-	-	-	-	-
Balıkesir	-	-	-	-	-	-
Çorum	1	-	-	-	2703618	5 407 236
Diyarbakır	-	-	-	-	-	-
Erzurum	2	-	-	-	3 577 073	7 154146
Hatay	-	-	-	-	-	-
Isparta	-	-	-	-	-	-
Kahramanmaraş	1	-	-	-	1 901802	3 803 604
Kars	1	-	-	-	3 465 631	6 931262
Konya	4	3	-	-	14819116	29638232
Malatya	-	-	-	-	-	-
Ordu	-	-	-	2	3 073 545	6 147091
Samsun	1	-	-	2	6 574941	13149882
Sivas	-	1	-	-	574 158	1 148316
Şanlıurfa	1	1	-	-	5 495 788	10991577
Tokat	1	-	-	-	1 951655	3 903310
Trabzon	-	-	-	3	2 992 415	5 984 829
Yozgat	1	1	-	-	3 789258	7 578516
Van	-	-	-	-	-	-
TOPLAM	15	6	0	7	51736064	103472129

Kaynak: URL, 13.

Tablo 10: 7., 8. ve 9. Başvuru Teklif Çağrıları Alt Tedbir Bazında Sunulan Projeler

ALT TEDBİR	Proje Sayısı (adet/çağrı dönemi)		
	7. Çağrı	8. Çağrı	9. Çağrı
Süt Üreten Tarımsal İşletmeler	60	81	204
Et Üreten Tarımsal İşletmeler	24	33	209
Süt ve Süt Ürünlerinin İşlenmesi ve Pazarlanması	1	6	26
Et ve Et Ürünlerinin İşlenmesi ve Pazarlanması	2	4	21
Meyve ve Sebze Ürünlerinin İşlenmesi ve Pazarlanması	0	6	21
Su Ürünlerinin İşlenmesi ve Pazarlanması	0	0	3
Çiftlik Faaliyetlerinin Çeşitlendirilmesi ve Geliştirilmesi	6	94	1088
Yerel Ürünler ve Mikro İşletmelerin Geliştirilmesi	4	6	10
Kırsal Turizm	8	10	32
Kültür Balıkçılığının Geliştirilmesi	0	1	13
TOPLAM	105	241	1627

Kaynak: Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu, Ankara.

Tarımsal ürünlerin işlenmesi ve pazarlanması tedbirinde mevcut bir işletmenin IPARD fonlarından faydalanmak amacıyla başvurabilmesi için, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın ilgili biriminden AB standartlarını karşılamak için gerekli yatırım kalemlerini gösterir belgeyi alarak projesinde bu kalemlere yer vermesi gerekmektedir (URL, 11). Bu tedbirde belirlenen sektörlerle faydalanıcı katkısı ile beraber yaklaşık 560 Milyon Avro'luk bir kaynak kullanılacağı düşünülürse, bu hususun sektörlerde nitelikli işletmelerin artmasında önemli bir rol oynayacağı ortaya çıkmaktadır.

Kalkınma Ajansları Kaynakları

Kalkınma Ajansları; kamu kesimi, özel kesim ve sivil toplum kuruluşları arasındaki işbirliğini geliştirmek, kaynakların yerinde ve etkin kullanımını sağlamak ve yerel potansiyeli harekete geçirmek suretiyle, ulusal kalkınma plânı ve programlarda öngörülen ilke ve politikalarla uyumlu olarak bölgesel gelişmeyi hızlandırmak, sürdürülebilirliğini sağlamak, bölgeler arası ve bölge içi gelişmişlik farklarını azaltmak üzere oluşturulacak kamu tüzel kişiliğine haiz kurumlardır (URL, 14: 1).

Kalkınma ajansları; bölgeler arası gelişmişlik farklılıkları, yerel ve küresel rekabetteki değişimler, AB'ye uyum sürecindeki yükümlülükler, finansal ve beşeri kaynakların rasyonel dağılımı zorunluluğu, çevresel duyarlılıktaki artış, yerel kalkınma ve örgütlenme taleplerinin artışı ve bu taleplerin etkin yönlendirilmesi ihtiyacı gibi nedenlerle katılımcı, esnek bir yapıya sahip, teknik kapasitesi güçlü, yerel ve bölgesel gelişmeyi hızlandırmaya odaklı kalkınma birimleri oluşturmak amacıyla kurulmuştur (URL, 15: 13).

Kalkınma ajanslarının işletmelerin pazarlama kabiliyetlerini geliştirme kapsamında değerlendirilebilecek görevleri maddeler halinde aşağıdaki gibi verilebilir (URL, 14: 2-3):

- Bölge plân ve programlarının uygulanmasını sağlayıcı faaliyet ve projelere destek olmak; bu kapsamda desteklenen faaliyet ve projelerin uygulama sürecini izlemek, değerlendirmek ve sonuçlarını Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığına (yeni adıyla Kalkınma Bakanlığı) bildirmek,
- Bölge plân ve programlarına uygun olarak bölgenin kırsal ve yerel kalkınma ile ilgili kapasitesinin geliştirilmesine katkıda bulunmak ve bu kapsamdaki projelere destek sağlamak,
- Bölgede kamu kesimi, özel kesim ve STK tarafından yürütülen ve bölge plân ve programları açısından önemli görülen diğer projeleri izlemek,

- Bölgenin kaynak ve olanaklarını tespit etmeye, ekonomik ve sosyal gelişmeyi hızlandırmaya ve rekabet gücünü artırmaya yönelik araştırmalar yapmak, yaptırmak, başka kişi, kurum ve kuruluşların yaptığı araştırmaları desteklemek,
- Yönetim, üretim, tanıtım, pazarlama, teknoloji, finansman, örgütlenme ve işgücü eğitimi gibi konularda, ilgili kuruluşlarla işbirliği sağlayarak küçük ve orta ölçekli işletmelerle yeni girişimcileri desteklemektir.

Kalkınma ajansları Türkiye'nin genç kurumlarından. 2006 yılında yayımlanan 5449 sayılı Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun'la belirlenen çerçevede Bakanlar Kurulu kararlarıyla kurulmuşlardır. Ajansların kurulma işlemi 2006 yılında ilk kurulan İzmir ve Çukurova Kalkınma Ajanslarıyla başlamış ve 2009 yılında tamamlanmıştır. Türkiye'deki her bir Düzey 2 istatistikî bölgesinde bir tane olacak şekilde 26 Kalkınma Ajansı, 81 ili kapsayacak şekilde görev yapmaktadır (URL, 16; URL, 17; URL, 18; URL, 19). Türkiye'de kurulan kalkınma ajansları ve sorumluluk bölgeleri Tablo 11'de verilmiştir.

Ajansların verilen görevleri yapmak için şu destek mekanizmaları ile yetkilendirilmişlerdir (URL, 20):

1. Mali Destekler

a) Doğrudan Finansman Desteği

- Proje Teklif Çağrısı Yöntemiyle Sağlanan Destek
- Doğrudan Faaliyet Desteği
- GÜDÜMLÜ Proje Desteği (GPD)

b) Faiz Desteği

c) Faizsiz Kredi Desteği

2. Teknik Destek

Her bir ajans; bu desteklerden hangisine ne kadar kaynak aktaracağını her yıl hazırladığı ve kendi Yönetim Kurulunun uygun görmesi ve Kalkınma Bakanlığı'nın onaylanan çalışma programı ve bütçesi ile belirlemektedir. Bu programların bölge planına ve ulusal strateji belgelerine uyumlu olarak geliştirilmektedir (URL, 14). Bununla birlikte kuruluşundan itibaren en çok uygulanan destek aracı doğrudan finansman destekleri ve özellikle de proje teklif çağrısı yöntemiyle sağlanan desteklerdir.

Ajanslar uygulayacakları Mali Destek Programlarını (MDP) yıllık programla yapmakla birlikte hangi konularda destek verileceği orta ve uzun vadeli stratejik dokümanlarında yer almamaktadır. Bu kapsamda bir politika belgesinin varlığının muhtemel başvuru sahiplerinin planlama yapmalarına imkân sağlayacağı düşünülmektedir.

Tablo 11: Türkiye’de Kalkınma Ajansları ve Sorumluluk Bölgeleri

Sıra No	Kalkınma Ajansı	Kapsadığı İller	Sıra No	Kalkınma Ajansı	Kapsadığı İller
1	Ahiler	Aksaray, Kırıkkale, Kırşehir, Niğde, Nevşehir	14	Güney Marmara	Balıkesir, Çanakkale
2	Ankara	Ankara	15	İpekyolu	Adıyaman, Gaziantep, Kilis
3	Batı Akdeniz	Isparta, Antalya, Burdur	16	İstanbul	İstanbul
4	Batı Karadeniz	Bartın, Karabük, Zonguldak	17	İzmir	İzmir
5	Bursa Eskişehir Bilecik	Bursa, Eskişehir, Bilecik	18	Karacadağ	Diyarbakır, Şanlıurfa
6	Çukurova	Adana, Mersin	19	Kuzey Anadolu	Çankırı, Kastamonu, Sinop
7	Dicle	Batman, Mardin, Şırnak, Siirt	20	Kuzeydoğu Anadolu	Bayburt, Erzincan, Erzurum
8	Doğu Akdeniz	Hatay, Kahramanmaraş, Osmaniye	21	Mevlana	Karaman, Konya
9	Doğu Anadolu	Bitlis, Hakkari, Muş, Van	22	Orta Anadolu	Kayseri, Sivas, Yozgat
10	Doğu Karadeniz	Artvin, Giresun, Gümüşhane, Ordu, Rize, Trabzon	23	Orta Karadeniz	Amasya, Çorum, Samsun, Tokat
11	Doğu Marmara	Bolu, Düzce, Kocaeli, Sakarya, Yalova	24	Serhat	Ağrı, Ardahan, Iğdır, Kars
12	Fırat	Bingöl, Elazığ, Malatya, Tunceli	25	Trakya	Edirne, Kırklareli, Tekirdağ
13	Güney Ege	Aydın, Denizli, Muğla	26	Zafer	Afyonkarahisar, Uşak, Kütahya, Manisa

Kaynak: URL, 16; URL, 17; URL, 18; URL, 19.

Kalkınma Ajansları tarafından ilan edilen MDP’lerin başvuru kılavuzları incelendiğinde ajansların kuruluşundan Mart 2013 dönemine kadar ilan ettikleri Mali Destek Programları Tablo 12’de verilmiştir (URL, 21). Ajanslar 2008 yılında başladıkları hibe programları konusunda çok hızlı yol aldıkları görülmektedir.

Kalkınma kavramının ve paydaşlarının genişliği, bir başka ifade ile Ajansların müdahale etmesi gereken pek çok iyileştirme noktasının varlığı nedeniyle MDP’ler farklı konuları ele almaktadır. Oluşturulacak MDP’lerin içeriği temel kurallar dışında bölge ihtiyaçlarına göre şekillendirilmektedir. Halen büyük ilgi gören MDP’lerde, Türkiye’nin tarımsal üretiminin zenginliği ve kaynakların henüz istenen düzeyde kullanılmadığı gerçeğinden hareketle tarımsal pazarlama konusu da yer bulmaktadır. Türkiye’nin tarım ve gıda sektöründeki potansiyeline karşın diğer pek çok

konuda olduğu gibi çözülmeyi bekleyen pazarlama sorunlarının varlığı Ajansların bu konuya müdahale etmesini bir noktada zorunlu kılmaktadır.

Tablo 12: Yıllara Göre Mali Destek Programları Bilgileri

Yıllar	Ajans Sayısı (adet)	MDP Sayısı (adet)	Bütçe (000 TL)
2008	2	6	48 440
2009	5	9	95 288
2010	24	53	447 817
2011	24	64	462 510
2012	18	53	53 871
Toplam		193	1 590 926

Türkiye’de kırsal kesimde tarımın ve tarımsal pazarlamanın başvuru kılavuzları incelenerek duyurulan MDP’ler, bu konuları doğrudan hedefleyen, dolaylı olarak kapsayan ve kapsam dışı bırakan MDP’ler olarak sınıflandırılarak (URL, 21) Tablo 13’te verilmiştir. Tablodan da anlaşıldığı üzere kalkınma ajansları bölgesel ve kırsal kalkınma adına farklı alanlarda destek veren, bu nedenle de her bir alanda uzmanlaşmasının mümkün olmadığı ve beklenmemesi gereken kurumlardır.

Tablo 13: MDP’lerin Tarımsal Pazarlamayı Kapsama Düzeyi

İLGİ DÜZEYİ	Sayı (adet)	Bütçe (000 TL)
Tarımsal Pazarlamayı Doğrudan hedefleyen	24	132566
Tarımsal Pazarlamayı Dolaylı olarak kapsayan	85	814 695
Kapsam dışı bırakan	76	643 665

Programlarda genel olarak arazi alımları, faiz ve ceza ödemeleri, canlı demirbaş alımları gibi istisnalar dışında projeye ilgili olmak şartıyla makine ve ekipman alımları, hizmet alımları ve verilen desteğin %30’unu geçmeyen inşaat işleri proje kapsamına alınabilmektedir (URL, 20). Bu durum her başvuru sahibinin kendi sorunu çerçevesinde projeyi geliştirmesine imkân verirken proje konusuna hâkim olmayanlarca hazırlanacak projelerde tasarım hatalarını da beraberinde getireceği düşünülmektedir.

Projelerde destek oranları kar amacı güden kişi ve kuruluşlarca %50’yi geçemezken kar amacı gütmeyen kurum ve kuruluşlar için bu oran %90’a kadar çıkabilmektedir (URL, 20). Tarımda pazarlamada önemli rolleri olan tarımsal örgütlerin bu sorunları aşmada %90’a ulaşabilen bu kaynaklardan yararlanabilmeleri büyük önem taşımaktadır. Risturn veya kar payı dağıtmamasını taahhüt etmesi durumunda kooperatifler de kar amacı gütmeyen kuruluş olarak tanımlanmaktadırlar.

Sonuç

Bu çalışmada, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu ve Kalkınma Ajanslarının vermekte olduğu hibe destekler, yöntem süreç ve sonuçları değerlendirilmiştir. Karşılaştırma sonucunda aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

KKYD Programı kapsamında tahsis edilen bütçe, yapılan uygun başvuruların ancak %35-45'ini karşılayabilmektedir. Tahsis edilen bütçenin artırılması uygulanan proje sayısında artış sağlayacak ve dolayısıyla projeden beklenen fayda daha da artacaktır.

IPARD desteklerinin verilmiş amacı üyelik öncesi AB müktesebatına uyumunun sağlanması ve dolayısıyla üyelikle birlikte doku uyumsuzluğunun olmamasıdır. Bu çerçevede desteklenecek işletmelerin yatırım sonunda AB standartlarını sağlaması istenmektedir. IPARD Programı'nın etkin uygulanmasında rol alan teknik kurumların AB'ye uyum kapsamında gerekli yasal düzenlemeleri ve uygulamaları yapmaları, proje hazırlıklarını yürüten danışman firmaların proje hazırlama kapasitelerinin artması ve nitelikli projelerin gelmeye başlaması zaman alacaktır. Yaklaşık 2 yıl önce başlayan proje kabul süreci ile birlikte önemli ölçüde potansiyel olmuştur. IPARD destekleri 2014-2020 döneminde devam edecek olup, hazırlıkları başlamış olan yeni IPARD programında işleme ve pazarlama sektörüne ilişkin ihtiyaç duyulan alanların iyi belirlenmesi durumunda, söz konusu hibe destekleri bu sektörlere önemli bir kaynak oluşturmaya devam edecektir.

Kalkınma ajanslarının bölge içi gelişmişlik farklılıklarını azaltma ve kırsal kalkınmayı sağlama görevi, tarımsal pazarlamayı da çalışma alanına sokmaktadır. Bununla birlikte görev alanlarının genişliği tarımsal pazarlama konusuna odaklanarak destek çalışmalarında bulunulmasını kısıtlamaktadır.

Ajansların görevlerinden olan bölgenin potansiyelini harekete geçirme, kırsal kalkınmaya sağlama konusu hep tarımın ve kırsal yatırımların desteklenmesi konusunu karşımıza çıkarmaktadır. Bu nedenle ajanslar bu konuya müdahale etmek zorunda kalmaktadırlar.

Tarımsal pazarlamadaki sorunların giderilmesi sadece fon alabilecek konumdaki kişilerin hibe ile desteklenmesi ile mümkün olacağını beklemek gerçekçi olmayacaktır. Bir başka ifade ile yalnızca ekipman malzeme alımının desteklenmesi yeterli olmamakla birlikte tarımsal pazarlama kanalında yer alan insan sermayesinin ve kurumların kapasitesinin de geliştirilmesi gerekmektedir. Kalkınma ajansı desteklerinin bu açıdan Bakanlık ve TKDK desteklerine göre daha uygun olduğu düşünülmektedir.

Bir diğer farklı konu da MDP'lerin yıllık olarak uygulanmasıdır. Oysa en azından orta vadeli yapılan çalışma programları gerek tarım ve gıda

sektöründeki kişilerin, gerekse sektöre yatırım yapmak isteyenlerin konumlarını buna göre şekillendirmelerini sağlayacaktır.

Kalkınmanın yerel düzeydeki fon veren aktörü olarak bazı alanlarda çakışma olduğu eleştirilerine karşılık bu durumun yaşayan Ajansların da genel olarak konuya hitap eden mali destek programları vardır. Bunların kullanılması gereklidir. Bununla birlikte ajans uygulamalarında genellikle mevcut bir işletme olması gerektiği ve şirket üzerinden destek verilmesi yoluna gidilmesi pazarlama konusunda sınırlayıcılık doğurabilmektedir.

Küçük ve orta büyüklükteki tarımsal işletmeler, devletin ve piyasanın istediği kalite ve güvenlik standartlarını yapısal ve üretim kapasitesi yetersizlikleri nedeniyle karşılamakta zorlanmaktadır. Sonuç olarak; uygun destekleme politikaları, ortak girişim ve pazarlama stratejileri geliştirilmediği takdirde küçük ölçekli üreticilerin pazardan dışlanma tehdidiyle yüz yüze gelecekleri aşikârdır.

KAYNAKÇA

- Albayrak, M., Taşdan, K., Güneş, E., Saner, G., Atış, E., Çukur, F., Pezikoğlu, F. (2010). Küresel Rekabet Açısından Türkiye’de Tarım ve Gıda Ürünleri Pazarlama Sistemlerine Bakış: Mevcut Yapı, Sorunlar, Fırsatlar, Hedefler, Ziraat Mühendisliği VII. Teknik Kongresi, 11-15 Ocak 2010, Bildiriler Kitabı-2, s: 1305-1320, Ankara.
- Aydemir, S.R. (2006). Yaş Meyve ve Sebzenin Pazarlanmasında Belediye Toptancı Halleri, Semt Pazarları ve Üretici Örgütleri, Mevzuat Dergisi, İstanbul. <http://www.mevzuatdergisi.com/>, 01 Nisan 2013.
- Bilici, İ. (2010). Türkiye’de Kırsal Kalkınmanın Gelişimi ve IPARD Süreci. Gaziosmanpaşa Üniversitesi FBE Yüksek Lisans Tezi, Tokat.
- URL, 1. Pazarların Yeniden Yönetimi Programı Bülteni, Antalya, <http://www.regoverningmarkets.org/en/filemanager/active?fid=590>, (27.03.2013).
- URL, 2. Tarım Net İnternet sitesi, Tarımsal Pazarlamanın kapsamı, <http://www.volkanderinbay.com/tarimnet/gidapaz.asp?konuno=2>, (25.03.2013).
- URL, 3. Kırsal Kalkınma Yatırımlarının Desteklenmesi Programı Kapsamında Tarıma Dayalı Ekonomik Yatırımların Desteklenmesi Hakkında Tebliğ (Tebliğ No: 2012/64), 4.9.2012, Sayı: 28401, Ankara. <http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazet>

e.gov.tr/eskiler/2012/09/20120904.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2012/09/20120904.htm, 15.03.2013

- URL, 4. 2003-2013 Bir Değişim ve Dönüşüm Öyküsü... Türkiye Tarımı, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Ankara.
- URL, 5. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı İnternet Sitesi. <http://www.tarim.gov.tr/Documents/SagMenuVeriler/TRGM.pdf>, Ankara, (01.03.2013).
- URL, 6. Avrupa Birliği Bakanlığı Resmi İnternet Sitesi, Türkiye-AB Mali İşbirliği, <http://www.abgs.gov.tr/index.php?p=5>, (01.04.2013)
- URL, 7. Katılım öncesi yardım aracı (IPA) oluşturan 1085/2006 sayılı Konsey Tüzüğü'nün Uygulanmasına İlişkin 12.06.2007 tarih ve 718/2007 sayılı Komisyon Tüzüğü (EC), <http://www.bumko.gov.tr/TR,1174/katilim-oncesi-yardim-araci-ipa.html>
- URL, 8 (2008). Katılım Öncesi Yardım Aracı Kırsal Kalkınma (IPARD) Programı, Tarım ve Köyışleri Bakanlığı, Ankara.
- URL, 9 (2008). Katılım Öncesi Yardım Aracı, Kırsal Kalkınma Programı Hazırlıkları ve Yönetim Otoritesi, Türktarım Dergisi, Sayı:183, Ankara.
- URL, 10. Ulusal Kırmızı Et Konseyi İnternet Sitesi, “Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu”, www.ukon.org.tr/.../tarimvekirsal-kalkinmayidesteklemekurumu.ppt, 01.04.2013
- URL, 11. Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu Resmi İnternet Sitesi, IPARD Başvuru Çağrı Rehberleri, <http://www.tkd.gov.tr/BasvuruCagriRehberi.aspx>, 01.04.2013
- URL, 12. BÜMKO Resmi İnternet Sitesi, Katılım Öncesi Yardım Aracı, <http://www.bumko.gov.tr/TR,1174/katilim-oncesi-yardim-araci-ipa.html>, 28.03.2013
- URL, 13. Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu Resmi İnternet Sitesi, İmzalanan Sözleşmeler, http://www.tkd.gov.tr/Imzalanan_Sozlesmeler.aspx, 28.03.2013
- URL, 14. Başbakanlık Mevzuat Bilgi Sistemi İnternet Sitesi, Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5449.pdf>, 18.03.2013.
- URL, 15. Kalkınma Bakanlığı İnternet Sitesi, 5449 Sayılı Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun Genel Gerekçesi, http://www.kudaka.org.tr/ContentDownload/5449_Sayili_Kalkinma_Ajanslarinin_Kurulusu_Koordinasyonu_Ve_Gorevleri_Hakkinda_Kanun_Gerekcesi.pdf, 21.03.2013.

- URL, 16. İzmir Kalkınma Ajansı İnternet Sitesi, 2006/10550 Sayılı Bazı Düzey 2 Bölgelerinde Kalkınma Ajansları Kurulmasına Dair Karar, <http://www.izka.org.tr/kurumsal/mevzuat/kurumsal/mevzuat/kararnamelar/karar-no200610550-bazi-duzey-2-bolgelerinde-kalkinma-ajanslari-kurulmasina-dair-karar/>, 21.03.2013.
- URL, 17. İzmir Kalkınma Ajansı İnternet Sitesi, 2008/14306 Sayılı Bazı Düzey 2 Bölgelerinde Kalkınma Ajansları Kurulması Hakkında Karar, <http://www.izka.org.tr/kurumsal/mevzuat/kararnameler/bazi-duzey-2-bolgelerinde-kalkinma-ajanslari-kurulmasi-hakkinda-karar/>21.03.2013.
- URL, 18. İzmir Kalkınma Ajansı İnternet Sitesi, 2009/15236 Sayılı Bazı Düzey 2 Bölgelerinde Kalkınma Ajansları Kurulması Hakkında Karar, <http://www.izka.org.tr/kurumsal/mevzuat/kararnameler/200915236-sayili-bazi-duzey-2-bolgelerinde-kalkinma-ajanslari-kurulmasi-hakkinda-karar/>, 21.03.2013.
- URL, 19. İzmir Kalkınma Ajansı İnternet Sitesi, 2009/15433 Sayılı Bazı Düzey 2 Bölgelerinde Kalkınma Ajansları Kurulmasına Dair Bakanlar Kurulu Kararlarında Değişiklik Yapılması Hakkında Karar, <http://www.izka.org.tr/kurumsal/mevzuat/kararnameler/bazi-duzey-2-bolgelerinde-kalkinma-ajanslari-kurulmasina-dair-bakanlar-kurulu-kararlarinda-degisiklik-yapilmasi-hakkinda-karar/>, 21.03.2013.
- URL, 20. 2008. Resmi Gazete İnternet Sitesi, Kalkınma Ajansları Proje ve Faaliyet Destekleme Yönetmeliği. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2008/11/20081108-3.htm>,
- URL, 21. Kalkınma Bakanlığı İnternet sitesi, www.kalkinma.gov.tr, 09.03.2013.
- Yılmaz, T. (2008). Ülkemizde Tarımsal Pazarlama, Ankara, <http://www.tzymb.org.tr/koseyazilari.asp?yazar=6&yazi=48>, 01.04.2013.
- Yulafçı, A., Cinemre, H.A. (2007). Çarşamba Ovasında Yaş Meyve ve Sebze Pazarlama Sorunları ve Çözüm Önerileri. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 22(3): 260-268.