

JAPONYA'DA SHİZUOKA ÇAY BORSASININ ÇALIŞMA YÖNTEMİ VE “YAŞ ÇAY” TABAN FİYATINI OLUŞTURMA TEKNİĞİ

Dünya çay sektörü içerisinde Türkiye sadece; çayın genetik olarak adaptasyon ve yayılma alanlarının sınırında (kuzey yarımkürede) yer alan bir ülke olmayıp, diğer çay üreticisi ülkelerden farklı olarak çay üretiminin iklim faktörlerine bağlı 5-6 ay, tüketiminin ise 12 ay olduğu bir ülkedir. Bununla birlikte çay; iç piyasada **çapraz fiyat esnekliği** (ikame ürünlere karşı) pozitif etki riskine sahip ve **gümrük tarifeleri** ile korunmaya çalışılan bir üründür. Türk çay sektörü, bu yapısı ile ekonomik kırılganlığı ve riskleri yüksek bir tarımsal sektördür. Sanayi yatırımı sağlayan ve katma değer oluşturan bir tarım ürünü açısından, bu niteliklere sahip bir ülkede “Ürün İhtisas Borsaları” sektörün can damarı olmalıdır !

Endüstri bitkileri içerisinde çay; iklim ve toprak istekleri ile birlikte kaliteyi etkileyen edafik faktörler bakımından, tüketim merkezleri ve uluslararası pazar bölgelerinden uzakta, mono kültür olarak plantasyon düzeninde yetiştirilmektedir ki ancak bu durumda, ekonomik değeri yükselen bir ürün olma özelliğine sahiptir. Bu özelliklere sahip bir tarım ürününün pazara arzında; ürün çeşitliliği sağlayarak, farklı tüketici ve gelir gruplarına sunulması, sektörün sürekliliği ve paydaşların ekonomik olarak refahını arttırmanın tek yoludur. Çayın pazara arz sürecinde dünya üzerinde ki uygulamalar incelendiğinde, tedarik zinciri içerisinde ki en etkin yöntemin “Ürün İhtisas Borsası” olarak faaliyet gösteren “Çay Borsası” yoluyla pazarlamak olduğu görülmektedir. Bunun en somut örneği; büyük çay üreticisi ülkeler (Çin, Hindistan ve Sri Lanka) arasından ihracat atağı ile sıyrılan Kenya’dır. FAO 2014 yılı verilerine göre dünyanın “en büyük siyah çay ihracatçısının” Kenya olması ve bu ihracat hacmine ulaşmada çay borsasının sağladığı büyük katkı dikkat çekicidir.⁽¹⁾ Bunu kısaca şöyle de ifade edebiliriz; 4.7 milyon ton’luk dünya siyah çay üretiminin %8’ini gerçekleştirerek, Çin (%35) ile Hindistan’ın (%21) ardından 3. sırada yer alan Kenya, 2 milyon Ton’a ulaşan dünya siyah çay ihracatının; %22.24’ünü gerçekleştirerek 444.8 milyon Kg siyah çay ihraç edip 1.3 milyar\$ gelir elde etmiştir!⁽²⁾ Bu makalede, sadece çay borsalarının işleyişlerini ele alacağımız için dünya çay sektöründe ki tedarik zincirleri ve pazarlama kanallarının çeşitliliğinin detaylarına inilmemiştir.

Çay üreticisi ülkelerde faaliyet gösteren ürün ihtisas borsalarının, çay sektöründe ki kapsayıcılığı ve çatısı altında bir araya getirdiği paydaşların yapısı incelendiğinde, çay borsalarının önemi ve işlevi daha iyi anlaşılacaktır. Bu paydaşlar sırasıyla şunlardır:

Çay plantasyonları; çayın üretildiği ve son ürünün kalitesini belirleyen çay bahçeleri ki, bir çok çay üretici ülkede bu üretim alanları işletme niteliği taşır.

Çay üreticileri; çay tarımı yaparak ham maddeyi üreten çiftçilerdir.

Çay sanayicileri ; ham maddeyi işleyen ve mamul çay haline dönüştüren işletmeler.

Çay harman ve paketleme yapan firmalar; çay borsasında alıcı durumunda olan işletmeler.

Toptan ve perakende satıcılar; paketli çayları dağıtan ve pazarlayan perakendeciler.

Tüketiciler; çay sektörünün memnun etmeyi amaçladığı hedef kitle.

Kamu; Devlet kurumları ister ülkemizdeki gibi sektörde işletmeci olarak yer alsın yada almasın, çay sektörünün kayıt altında ki işleyişinden ve kamu bütçesine olumlu katkısından yararlanır.

Akredite brokerler; çay borsasında alım-satım aracılık eden tüzel kişiler.

Akredite alıcılar ; borsada satışa sunulan çayların alıcısı olan tüzel kişiler.

Lisanslı depolar ; satılmak üzere çay borsasına gönderilen çayların depolandığı birimler.

Ürün ihtisas Borsaları; yalnızca bir üründe uzmanlaşma sağlanan ve sadece o ürün için işlem yapan borsalardır. Çay üreticisi ülkelerin, dünya çay pazarında büyük paylara sahip olmalarını sağlayan ürün ihtisas borsalarının sektöre başlıca katkıları şöyle sıralanabilir:

1-Evrensel hukuk kurallarına bağlı pazar ekonomisinin adil işlemlerini sağlayarak oluşturduğu güven ortamı sonucunda, ulusal ve uluslararası alıcı ve satıcıları bir araya getirir.

2-Arz ve talep dengesini oluşturur. Talebin gizli kalmasını önleyerek spot piyasalarda emeğin sömürülmesini önler.

3-Ürün fiyatları arz ve talebe göre belirlediği için, borsada oluşan fiyata spekülatif müdahale riski düşer.

4-Kalitenin artışı, kaliteyle doğru orantılı oluşan fiyatla teşvik edilmiş olur.

5-Satıcının çok alıcının az olduğu pazar koşullarında fiyatlar düşerken, borsalarda satıcı az alıcı çok olduğundan fiyatlar yükselir ki bu doğrudan üreticilerin gelirinin de yükselmesi demektir.

6-Üretici ve sanayicinin zorunlu işbirliğini sağlayarak, hem kalite hemde üretim hacminden her iki grubun ekonomik olarak sorumlu olması sağlar. Ki bu durum, ham madde kalitesi ile birlikte mamul ürün kalitesini yükseltir.

7-Üretici ve sanayiciye eğitim verilir. Onların yenilikleri uygulamasına olanak sağlanır.

8-Etkin bir kalite kontrol sağlayarak, standart dışı ürünlerin piyasaya arzını önler.

9-Sektörler ilgili istatistiki veri tabanı oluşturur ve ileriye dönük projeksiyonların sağlıklı sonuçlar vermesine yardımcı olur.

10- Fiyat istikrarı sağlayarak kaçak ürüne ihtiyacı azalttığı için, ürün kaçakçılığın en etkin kontrol edildiği yöntemdir.

Bir çay borsasında ürün alım satımı veya bir “satış seansı” nasıl gerçekleştirilmektedir ? Sorunun en güzel yanıtı, dünya çay borsaları içerisinde iç işleyişini dünya kamuoyuna en çok açan, Japonya da ki Shizuoka çay borsasını ana hatlarıyla inceleyerek görelim.⁽³⁾



Her yıl düzenlenen geleneksel Borsa açılış töreni. Borsa da işlemler sabah saat 06:00'da başlar.



Japon çay üreticilerine ait firma ve çay fabrikalarından lisanslı depolara teslim edilen çay ürünlerinden, analiz ve tadım için borsaya gönderilen örnekler.



Yukarıda ki örneklerden laboratuvar analizi için alınan örnekler



Üzerlerinde laboratuvar analizleri sonuçları yazılı kartlarla, akredite alıcıların tadım ve fiziksel değerlendirmeleri için hazırlanmış yeşil çay örnekleri.

Fiyatlar (paketsiz) mamul ürün değeri üzerinden oluşur.



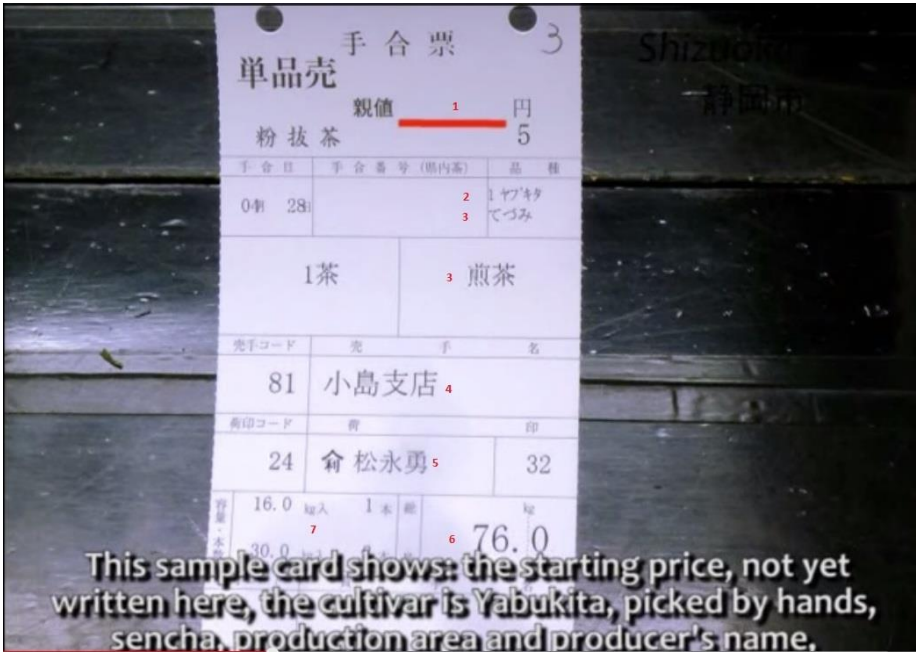
Tadım salonu ve tadım yapan akredite alıcılar



Tadım sonrası çay ürünlerinin fiziki değerlendirmesi ve fiyatın oluşma aşaması. Shizuoka çay borsasında insanlar kullandıkları “şapkaların renkleri” ile ayırt edilirler:

Mavi renk : Akredite alıcıları
Sarı renk : Borsa çalışanlarını
Yeşil renk : Akredite satıcılar (brokerler)

Geleneksel olarak fiyat teklifi ve hesaplamalar ahşap bir “abaküs” kullanılarak yapılır !



Önemli konulardan biride ürün tanıtım kartlarıdır. Bu kartlar üzerinde şu bilgiler yer alır :

1. Başlangıç fiyatı
2. Çayın varyete adı
3. Hasat şekli (elle veya makine ile)
4. Üretildiği bölge
5. Üretici firma ismi
6. Borsaya gönderilen örnek miktarı (Kg)
7. Laboratuvar analiz değerleri (ekstrakt, kafein, L-theanine vb)

“Sosyalist pazar ekonomisi” adını verdikleri model gereğince çay sektöründe borsa kurulmasına izin vermeyen Çin hariç, diğer büyük çay üreticisi ülkelerde ki çay borsalarında ülkelere özgü ufak farklılıklar dışında, temelde işlemler yukarıda gösterildiği gibi yürütülür.

Çay borsalarında, üreticiler (çiftçiler) açısından önem arz eden diğer bir konuda, mamul çay satışları sonucunda oluşan piyasa satış fiyatının, ham madde fiyatlarına nasıl yansıtılacağıdır? Bunun için çay borsalarında, ülkelerin ekonomik koşullarına bağlı olarak parametreleri değişmekle birlikte aşağıdaki formülün benzerleri kullanılır. Bu formülle belirlenen taban fiyata ilaveten, ihracat sonucu elde edilen gelirin yüksekliğine bağlı olarak ek destekleme ödemeleri yapılmaktadır. (0,68 : 1 Kg yaş çay yaprağının bahçede ki üretim maliyeti katsayısı) ⁽⁴⁾

$$\text{Yaş Çay Taban Fiyatı} = \{\text{Borsada oluşan fiyat} \times (1/4,65) \times 0,68\}$$

Ürün ihtisas borsalarının, “üreticilerin aleyhine sonuçlar oluşturduğu” şeklindeki yanlış kanaatler genellikle bu pazarlama yönteminin ve işleyiş mekanizmasının bilinmemesinden kaynaklanmaktadır. Hem üreticiler hemde sanayiciler açısından unutulmaması gereken temel piyasa kuralı : “**Satıcının çok, alıcının az olduğu açık pazar koşullarında fiyatlar düşer. Satıcı az, alıcı çok olduğundan borsa koşullarında ise fiyatlar yükselir**” !

Türkiye’de de tüm ulusal çay alım satımının çay borası aracılığıyla yapılması ve Türk çay borsasının dünya da ki çay borsaları içerisinde önemli bir merkez konumuna gelmesi için tüm paydaşların, daha fazla zaman kaybetmeden gerekli adımları atmaları gerekmektedir.

Kamil Engin İSLAMOĞLU
Ziraat Mühendisi
kamilengin@yahoo.com

Kaynaklar

- (1) This Report Contains Assessments Of Commodity And Trade Issues Made By Usda Staff And Not Necessarily Statements Of Official U.S. Government Policy. 10/31/2013
- (2) <http://af.reuters.com/article/investingNews/idAFKBN0ML0PB20150325>
- (3) <https://www.youtube.com/watch?v=EsjWUrwFySw>
- (4) Tea Smallholdings in Assam. Is There a Way Out? Kalyan Das. Economic & Political Weekly march 17, 2012 vol xlviI no 11