

Temelde üretici ve tüketicuyu hedef alan tarımsal destek politikaları, arz ve talebi etkileyerek piyasada arzu edilen yöndeki değişimi yapmayı amaçlarlar.

II. MİKROEKONOMİ VE TARIM POLİTİKASI

2.1. Mikro Ekonomi

Tarım politikası çalışılırken ve politika analizleri yapılırken ilgili mikroekonomi prensipleri sık sık kullanılmaktadır. Bazı temel mikroekonomi prensipleri var ki bunlar tarımdaki ekonomik problemlerin kaynağını anlamak için gerekli olmaktadır. Burada çalışılacak ve politika analizleri ile ilgisi kurulacak prensipler, bundan sonra ki konuları daha iyi anlamaya yardımcı olacaktır. Ayrıca, aşına olunan bu prensiplerin uygulamada nasıl kullanıldığı gösterilerek daha iyi öğrenilmesi sağlanacaktır.

Genelde tarım politikaları, tarım ürünlerinin arz ve taleplerini etkilemek amacıyla uygulanır. Örneğin, uluslararası pazarı genişletme programları, dış talebi artırmak ve dolayısıyla ülke içindeki fiyatları yükseltmek için uygulamaya koyulur. Arzı kontrol programları, üretimi sınırlayarak fiyatları yükseltir. Diğer bazı programlar, arz ve talep değişimlerinin olumsuz sonuçlarından kaçınmak için yapılabilir. Örneğin, hedef fiyatı programları, üretilen birim üründen elde edilecek belli bir miktardaki geliri, piyasa fiyatına bakmaksızın garanti eder. Hükümet, oluşan piyasa fiyatı ile hedef fiyat arasındaki farkı doğrudan ödeyerek çiftçiyi destekler. Bu durumda çiftçiler piyasa fiyatına göre değil de hükümetin belirlediği hedef fiyatına göre ne üreteceğine karar verir. Ayrıca, uygulamaya sokulacak tarım politikalarının uygunluğu konusunda yapılan analizlerde arz ve talep kavramları çok sık olarak kullanılmaktadır. Tüm bu nedenlerden dolayı, tarımsal ürün talebi ve arzını bilmek ve bunları etkileyen faktörleri anlamak, bu ürünlerle ilgili politikaları iyi bir şekilde kavramak ve politika analizleri sonuçlarını iyi bir şekilde yorumlamak için gereklidir.

2.2. Talep, Talep Esnekliği ve Piyasa Talebi

Talep eğrisi aşağı ve sağa doğru giden ve fiyat düştükçe tüketicinin daha çok alacağını ifade eden bir eğridir. Her bir kişi kendine ait bir piyasa talebi eğrisine sahiptir. Piyasa talebi ise bütün fertlerin talepleri toplamıdır. Bu talep eğrisinin eğimi, tüketicinin fiyat değişimleri karşısında tüketimde ne kadar bir değişiklik yaptığını ifade eder. Ekonomistler bu duyarlılığı talebin fiyat esnekliği olarak tanımlarlar. Talebin fiyat esnekliği, ürün fiyatının yüzde bir oranında değişmesiyle ortaya çıkan talep miktarındaki yüzde değişimdir. Tarım ürünleri için talep, yurt içi ve yurt dışı piyasalarda olmak üzere iki kısımdır. Genelde yurt içindeki alıcılar tarımsal ürünlerdeki fiyat değişimlerine karşı yurt dışındakilere göre daha az tepki gösterirler.

Bu yüzden, eğer bu piyasalar birbirinden tamamen ayrılabilirlerse çiftçiler fiyatları arttırdığında yurt içinde yurt dışından daha çok gelir elde ederler.

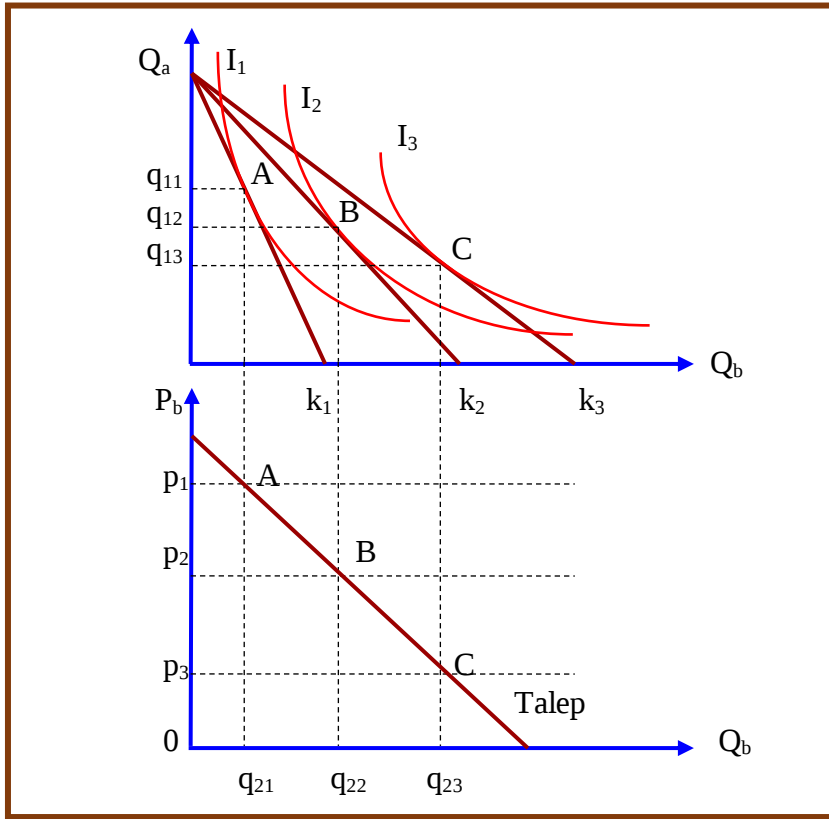
Talep esnekliği, üründen ürüne de farklılık gösterir. Örneğin ekmeğin talebinin fiyat esnekliği, etinkinden daha azdır. Çünkü ekmek, ete göre daha temel bir gıda maddesidir. Diğer taraftan et yerine ikame edilebilecek çeşitli ürünler vardır. Talebin fiyat esnekliğinin büyüklüğü, politika analizleri açısından büyük bir öneme sahiptir. Örneğin, eğer talep esnekliği 1,0'den küçük ise fiyat artışı çiftçilerin gelirin artıracaktır. Çünkü fiyattaki yüzde artış talep miktarındaki yüzde düşmeden fazla olacağından çiftçilerin gelirinde bir artma söz konusu olacaktır. Dolayısıyla daha az elastik talep eğrisine sahip ürünlerin fiyatlarında meydana gelecek artışlar, çiftçiye daha fazla gelir sağlayacaktır.

Talep, gelir, nüfus, ikame ve tamamlayıcı malların fiyatları ve tüketici tercihlerine bağlı olarak değişir. Gelir arttığında genel olarak talep de artar. Gelir ve talep deki değişimlerden dolayı ortaya çıkan ilişki, gelir esnekliği olarak ifade edilir. Yani gelirdeki değişimin tüketim seviyesine etkisinin rakamsal ifadesi, talebin gelir esnekliği olarak tanımlanır. Talebin gelir esnekliği bir gıda maddesinden diğerine olduğu gibi, tüketiciden tüketiciye de değişebilir. Gelirlerinde artış olduğunda gıda tüketimi ile ilgili harcamaları daha fazla artacağından, düşük gelirli ailelerin gelir esnekliği, yüksek gelirlilerinkinden daha fazladır. Bu nedenle, düşük gelirli ailelerin gelirindeki artış, tarım ürünlerine talep artışı olarak piyasaya yansıtacağından ve çiftçi eline geçen fiyatların artışına neden olacağından çiftçiler için daha önemlidir.

Piyasadaki bir tüketiciye ait talep eğrisinin nasıl oluştuğunu açıklamak, talep kavramının daha iyi anlaşılması ve yorumlanması açısından bu noktada önem arz etmektedir (Şekil 2.1). Eş marjinal gelir kuralına göre, tüketiciler optimum yani faydanın maksimum yapıldığı tüketim seviyesinde tüketilen farklı mallara ödenen en son bir TL'nin sağladığı marjinal faydaları eşitleyerek ulaşırlar.

Bu durum, $MF_1/p_1 = MF_2/p_2 = \dots = MF_n/p_n$ formülü ile ifade edilebilir. Formüldeki mal sayısını 2'ye indirip bazı basit işlemler yapılırsa, bu formül $MF_1/MF_2 = p_1/p_2$ şeklinde ifade edilir ki burada eşitliğin sol tarafı marjinal ikame oranını, sağ tarafı ise fiyat oranını ifade etmektedir. Şekildeki grafik üzerinde gösterilirse, marjinal ikame ve fiyat oranlarının sırasıyla kayıtsızlık eğrilerinin (I_1, I_2, I_3) ve bütçe doğrularının (k_1, k_2, k_3) eğimini ifade ettiği görülmektedir. Bu oranların eşit olduğu noktalarda tüketici faydasını maksimum yaptığı tüketim seviyelerine ulaşmaktadır.

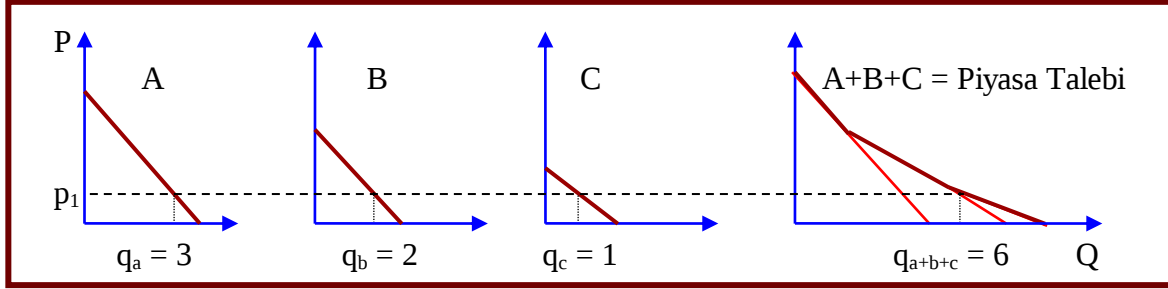
Grafikte bir malın fiyatındaki değişimler karşısında ortaya çıkan değişik bütçe doğruları ve ulaşılan eş tatmin eğrileri verilmekte ve bu değişmelerin sonucu olarak optimum tüketim seviyeleri de değişmektedir. Birinci malın fiyatının sabit olduğunda ikinci malın değişik p_1 , p_2 ve p_3 fiyatları karşısında, her iki malın tüketim seviyeleri faydanın maksimum yapılması için değiştirilmektedir. Böylece ikinci malın fiyatındaki değişimler karşısında bu malın tüketilen miktarları olan q_{21} , q_{22} ve q_{23} seviyeleri, şekil 2.1'de sırasıyla A, B ve C noktalarında ortaya çıkmaktadır. Bu noktalar birleştirildiğinde, değişik fiyatlardan bir tüketicinin optimum tüketim seviyelerini veren talep doğrusu belirlenmektedir.



Şekil 2.1. Talep eğrisinin oluşumu

Ekonomik analizlerde çoğu zaman bir tüketiciye ait talep doğrusu yerine piyasaya yani tüm tüketicilere ait talep doğrusu kullanılır. Piyasa talep doğrusu, piyasadaki her bir tüketiciye ait talep doğrularının yatay olarak toplanmasıyla oluşur. Konuyu izah edebilmek için piyasada değişik gelir seviyelerine ve farklı tercihlere sahip üç tüketicinin olduğunu Şekil 2.2'deki gibi varsayalım. A tüketicisi fiyat p_1 olduğunda 3 birim, B tüketicisi 2 birim ve C tüketicisi ise 1 birim mal tüketmektedir. Aynı fiyat

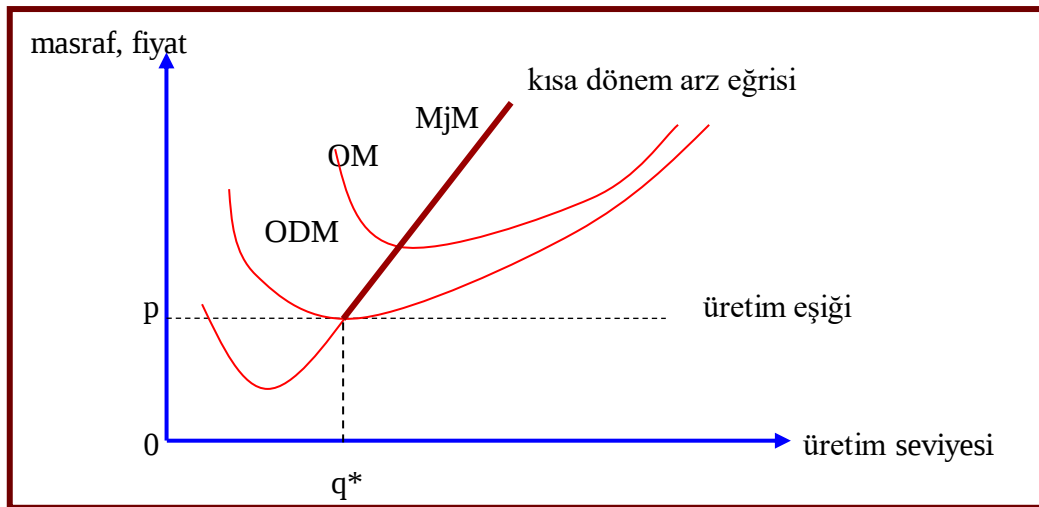
seviyesinde farklı tüketim seviyelerinin olmasının nedeni, o mala karşı olan farklı tercih ve sahip olunan farklı gelir seviyelerinden kaynaklanmaktadır. Bu talep doğruları yatay olarak toplandığında aynı fiyattan piyasanın talep miktarı $A+B+C = 6$ birim olmaktadır. Böylece daha elastik bir piyasa talep doğrusu ortaya çıkmaktadır.



Şekil 2.2. Piyasa talep eğrisinin oluşumu

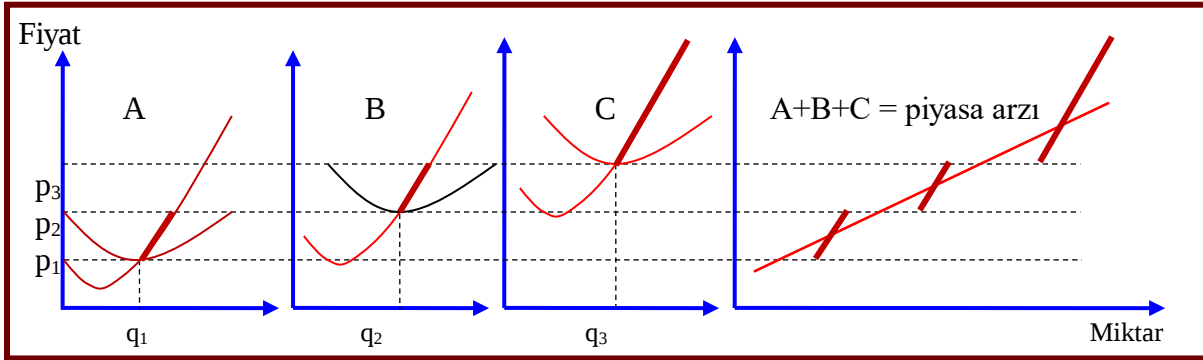
2.3. Arz, Arz Esnekliği ve Piyasa Arzı

Arz eğrisi, yukarı ve sağa doğru meyillidir ve değişik fiyatlardan üreticilerin üretmek veya arz etmek istedikleri mal miktarlarını gösterir. Çiftçiler karlarını maksimum yapmak için son ilave bir birim ürün için elde ettikleri geliri, yani marjinal geliri, ilave birim üretim için yapılan masrafa, yani marjinal masrafa eşitletler. Fiyat yükseldikçe, arz miktarı da yükselmektedir. Her tarım işletmesinin kendine ait arz eğrisi vardır ki bu kısa dönemde marjinal masraf eğrisinin ortalama değişen masraflarla çakıştığı noktanın üstünde kalan kısmıdır. Eğer firma ortalama değişen masrafları bile karşılayamazsa üretimini durdurur. Uzun dönemde arz eğrisi ise, marjinal masrafın ortalama masraf eğrisinin yukarısında kalan kısmıdır. Bu arz eğrisini Şekil 2.3'deki gibi gösterebiliriz.



Şekil 2.3. Arz eğrisinin oluşumu

Şekildeki kalın çizgi ile gösterilen marjinal masraf eğrisinin değişen masrafların üzerindeki kısmı bir firmanın arz eğrisidir. Bu eğri, değişik fiyatlardan işletmenin karını maksimum yaptığı optimum üretim seviyelerini verir. Piyasadaki her bir firmaya ait bu eğrilerin yatay olarak toplanmasıyla, piyasanın arz eğrisini oluşturur (Şekil 2.4). Varsayalım ki piyasada farklı kalitede kaynaklara sahip ve farklı tekniklerle çalışan ve dolayısıyla farklı maliyet eğrilerine sahip üç üretici firma var ve bunlar A, B ve C ile ifade edilip arz eğrileri aşağıdaki grafikteki gibi kalın çizgilerle gösterilmiş olsun. Değişik p_1 , p_2 ve p_3 fiyatlarından bu firmaların üretim eşliğindeki optimum üretim seviyeleri q_1 , q_2 ve q_3 ile gösterilmektedir. Bu arz eğrileri yatay olarak toplandığında piyasanın daha elastik olan kesikli arz eğrisi ortaya çıkmaktadır. Firma sayısının 3 değil de çok sayıda olduğu düşünülürse bu kesikli arz eğrisi devamlı olacaktır.



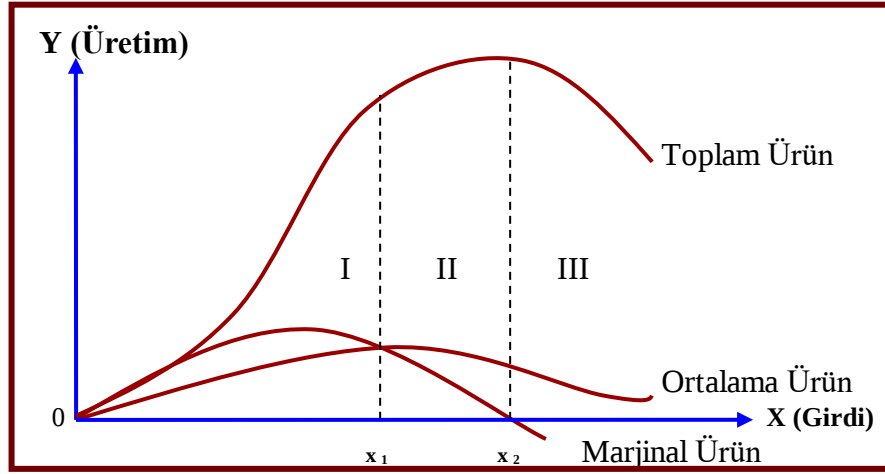
Şekil 2.4. Piyasa arz eğrisinin oluşumu

Arz esnekliği, fiyatlardaki değişmelerin arz miktarında meydana getirdiği değişmeği oransal olarak belirtir. Yani esneklik, fiyatlar karşısında üreticilerin davranış biçiminin rakamsal olarak ifadesidir. Tarımda arz esnekliği, zamanla yakından ilişkilidir. Tarımsal ürünler belli bir zaman sürecine bağlı olarak üretildiğinden çok kısa dönemde arz esnekliği sıfırdır. Uzun dönemde kısa döneme göre daha esnek olmakla beraber her iki dönemde de genelde esnek değildir. Arz esnekliği, ürünler arasında da ürünün özelliğine göre farklılık gösterir. Depolanabilir ve daha dayanıklı ürünlerin esnekliği, çabuk bozulabilen ve depolanması zor olan ürünlere göre daha esnektir.

2.4. Faktör (Girdi) Talebinin Oluşumu

Ürün piyasasında talep, tüketicilerin farklı fiyatlar karşısındaki davranışlarını ifade ederken, faktör (işgücü, sermaye, vs.) piyasasında talep ise, değişik fiyatlar karşısında firmaların davranışlarını ifade eder. Faktör piyasasında talep eğrisi, firmanın marjinal ürün değeri eğrisine eşittir. Marjinal ürün değeri, marjinal ürün ile ürün fiyatının

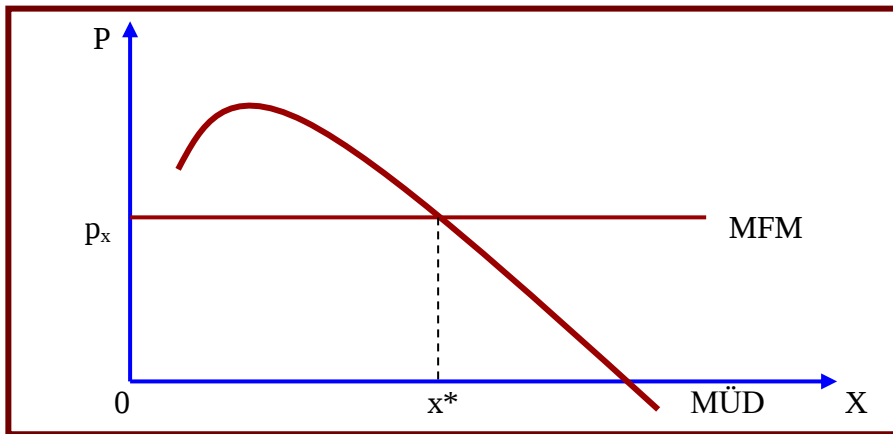
çarpımından elde edilir. Azalan getiriler kanununa göre, diğer üretim faktörleri sabit olduğunda artan üretim faktörü kullanımı, toplam, ortalama ve marjinal ürün eğrilerinin ve I, II, III üretim alanlarının şekil 2.5’deki gibi oluşmasına neden olur.



Şekil 2.5. Azalan getiriler kanunu

Şekil 2.5’deki marjinal ürün ile ürün fiyatı çarpıldığında marjinal ürün değeri elde edilir. Bu marjinal ürün değerine (MÜD) ait eğri, faktör fiyatı (p_x) yani marjinal faktör maliyeti (MFM) ile birlikte aşağıda şekil 2.6’da verilmiştir.

Şekil 2.6’da marjinal ürün değeri ile faktör fiyatı yani marjinal faktör maliyetinin kesiştiği noktada optimum girdi kullanımı (x^*) temin edilmektedir. Bu noktanın solunda her noktada üretim karlı olurken, bu noktanın sağında her bir noktada net zarar söz konusudur. Daha yüksek faktör fiyatları daha az, daha düşük faktör fiyatları daha fazla girdi talebine neden olmaktadır. Bu marjinal ürün değeri eğrisi, değişik girdi fiyatlarından girdi talebi miktarlarını verir. Böylece marjinal ürün değeri eğrisi, faktör talebi eğrisi olarak ortaya çıkmış olmaktadır.

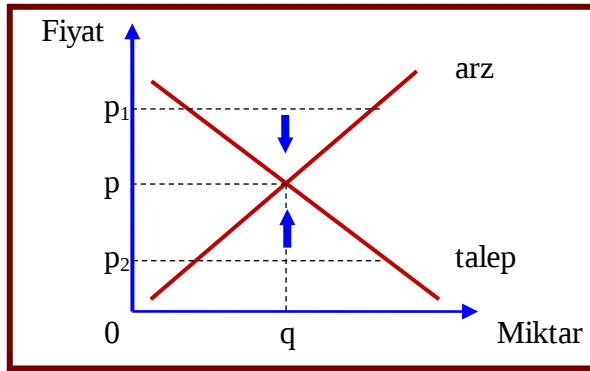


Şekil 2.6. Optimum girdi kullanımı ve faktör talebi

2.5. Piyasa, Piyasa Oluşumu ve Piyasa Tipleri

Üretici (arz eden, satıcı) ve tüketicilerin (talep eden, alıcı) bir araya geldiği ortama piyasa denilmektedir. Burada üretici, satıcı veya arz edenleri arz eğrisi, tüketici, alıcı veya talep edenleri ise talep eğrisi temsil etmektedir. İşte sırasıyla üreticiyi ve tüketiciyi temsil eden bu arz ve talep eğrilerinin bir araya gelmesiyle piyasa fiyatı oluşmaktadır ki bu durum Şekil 2.7’de gösterilmektedir.

Fiyatın p_1 seviyesinde olması durumunda arz fazlalığı fiyatın aşağı çekilmesine, fiyatın p_2 seviyesinde düşük olması durumunda talep fazlalığı fiyatın yukarı çekilmesine sebep olacak ve sonuçta fiyat p seviyesinde dengede olacaktır. Fiyatın dengede olması aslında teorik bir kavramdır. Değişik faktörlerin etkisi altında olan piyasa, dinamik bir yapıya sahip olup piyasadaki denge fiyatı ve miktarı sürekli değişmektedir.



Şekil 2.7. Piyasa fiyatının oluşumu

İlk defa Ekonomi eğitimi gören öğrenciler için arz ve talep eğrilerinin kesiştiği denge noktası sihirli bir nokta gibidir. Fakat çoğu tarım ürünlerinde denge fiyatının olduğu pratik olarak kabul edilemez. Hele hükümetin müdahalesi söz konusu olduğunda uygulanan politika bu fiyatı üreticilerin lehine değiştirir. Hükümet müdahaleleri söz konusu olduğunda bu fiyat artık rekabet eden pazarın denge noktasında değildir. Fiyatın, taban, tavan, hedef ve müdahale fiyatı gibi tarımsal fiyat politikalarıyla belirlenmesi söz konusu olabilmektedir.

Değişik piyasa tipleri birçok faktörlerin etkisi altında oluşmaktadır. Bu piyasaların başında, piyasa fiyatını etkilemeyecek kadar çok sayıda alıcı ve satıcının bulunduğu, malların homojen olduğu, piyasaya giriş ve çıkışların engellenmediği ve piyasayla ilgili bilgilerin ulaşılabilir olduğu “tam rekabet” piyasası gelmektedir. Aslında tam rekabet piyasası teorik bir kavram olup piyasaların değerlendirilmesinde mihenk taşı olarak kullanılmaktadır. Fakat bu sayılan özelliklere yakın piyasalar vardır ki bunlara

“çalışabilir rekabet” piyasaları denilmektedir. Burada çalışabilen rekabetten kasıt, malların homojen değil standartlaştırıldığı, eksik fakat toplanabildiği kadar bilginin olduğu, kaynakların değişen derecelerde hareketliliğinin olduğu ve endüstrinin bir veya birkaç firma ile ekonomik büyüklüğe ulaşabildiği bir ortamdır. Çalışabilen bir rekabet, kaynakların tam bir hareketliliğini gerekli kılmaz. Fakat kaynakların, kazançları maliyetlerini aşan diğer üretim alanlarında kullanımını gerektirir. Çalışabilen bir rekabet tam bir bilgiyi gerektirmez, fakat bilgi toplanmasını ve kullanılmasını gerektirir. Bu piyasada üretici ve tüketiciler piyasa fiyatını veri olarak kabul edip bu fiyata göre üretim ve tüketim seviyelerini belirlerler. Tarımsal ürün piyasalarının çoğu çalışabilir rekabet piyasasına örnek verilebilir. ****

Tek arz edenin ve çok sayıda talep edenin olması durumunda ortaya çıkan piyasaya “monopol” piyasa denilmektedir. Monopol piyasada firma piyasa fiyatını belirleme gücüne sahiptir. Firmanın malına olan talep piyasa talebi olduğu için üretilecek miktar bu talep tarafından belirlenir. Yani firma fiyatı düşürüp yükselterek üreteceği miktarı artırıp azaltabilir. Monopol piyasaya giriş çıkış serbest olmadığından bu piyasada uzun dönemde kâr söz konusudur. Monopol piyasaya örnek olarak, bir ilde elektrik veya doğal gaz dağıtımını yapan firmaların oluşturduğu piyasa verilebilir.

Bu iki piyasa arasında olan piyasa türlerini “monopol rekabet” ve “oligopol” piyasalar altında ikiye ayırabiliriz. Monopol rekabette firmalar mal farklılaştırması yaparak belli ölçüde kendi ürünleri için monopol oluştururlar ve fiyat belirlemede az da olsa söz sahibidirler. Fakat bu monopolleşme belli sınırlar içinde olur. Yani mal farklılaştırması olmasına rağmen, tüketicilerin başka firmaların mallarını bu firmanın malı yerine ikame etmesi ihtimali şartlar değiştiğinde mevcut olduğundan bu piyasada rekabette mevcuttur. Böylece hem rekabet hem de monopol aynı anda piyasada mevcuttur. Belli bir ilde farklı tüketici gruplarına hizmet eden süper marketler, giyim firmalarının oluşturduğu piyasa monopol rekabet piyasası olarak kabul edilebilirler.

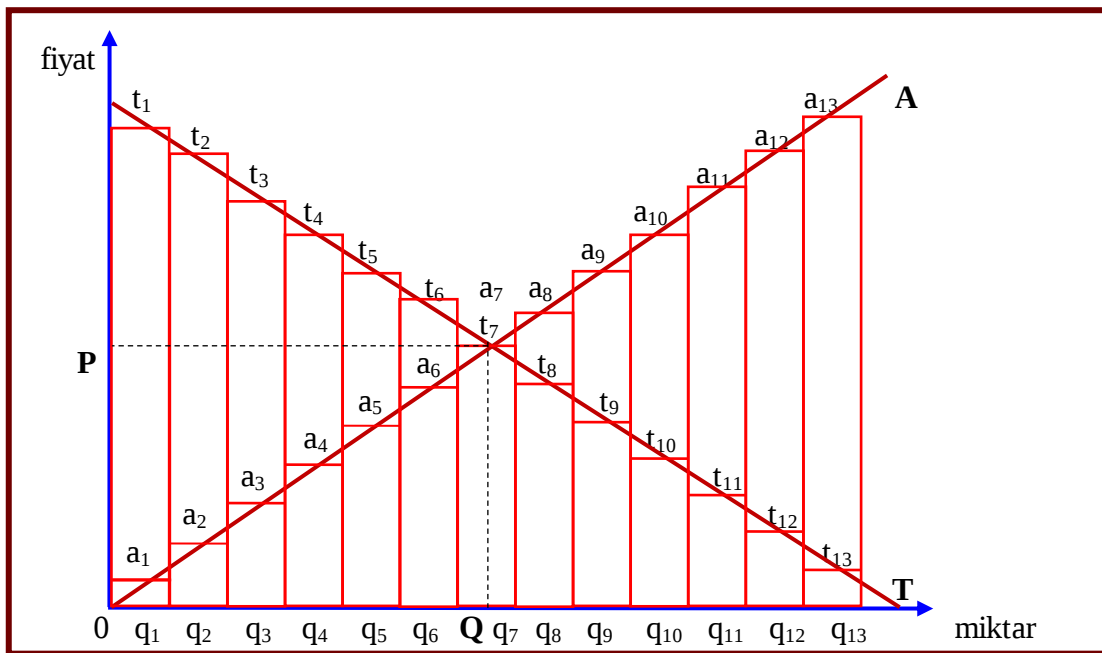
Oligopol piyasada ise arz edenlerin sayısı bir elin parmakları kadar az iken çok sayıda alıcı mevcuttur. Aslında çok sayıda olan firmalardan birkaçı yoğunlaşma sonucu piyasanın yarısından çoğunu elinde bulundurarak oligopol piyasa oluştururlar. Bu piyasa tipinde firmalar rakip firmaların faaliyetlerini yakın takibe alırlar ve ona göre piyasayla ilgili politikalarını belirlerler. Bu piyasada, piyasaya giriş ve çıkışta belli sınırlamalar mevcut iken firmalar fiyat üzerine az da olsa etkili olmaktadır. Türkiye’deki beyaz eşya, temizlik ürünleri, bisküvi ve çikolata sektörü bu piyasanın

örnekleri olarak verilebilir. Bu sektörde çok sayıda firma olmasına rağmen sadece birkaçı ülke piyasasının önemli bir kısmını elinde bulundururlar.

2.6. Üretici ve Tüketici Rantı

Politik kararları verenler için seçenekler sunan kamu kurumlarında çalışan ekonomistler, belli bir sektörün gelir seviyesini, iş imkânlarını veya istikrarını artırmaya yönelik dar kapsamlı amaçlara hizmet etmesi yanında toplumun hayat standardının yükselmesini de dikkate alan seçenekleri ortaya koymaları gerekir. Toplumun hayat standardını yükseltecek olan bir alternatif politikayı belirlemede kullanılacak yöntemin, bu politikanın ülkenin hayat standardını etkileyen kavramları içermesi gerekir. Bu kavramların başında bir anlamda sırasıyla kazanç ve maliyetleri ifade eden talep ve arz eğrileri gelmektedir.

Şekil 2.8’de bir sektöre ait arz (A) ve talep (T) eğrileri kullanılarak yapılan bir analizle tam rekabet piyasasının etkinliği gösterilmektedir. Bir monopol firma, tam bir fiyat ayrımı ile bir ürünün ilk birimi için (q_1) maksimum bir fiyatı (t_1) tahsil edebilir ki burada ilk birim için elde edilen gelir ($d_1 \cdot q_1$) dir. İkinci birim için maksimum fiyat d_2 dir ve elde edilen gelir ($t_2 \cdot q_2$) dir. Aynı zamanda 3. birimden elde edilen gelir ise ($t_3 \cdot q_3$) dür. Fiyat sıfır oluncaya kadar bu işleme devam edersek, talep eğrisinin marjinal kazanç eğrisi olduğunu görürüz. Bu talep doğrusunun (T) altında kalan kısım toplam gelirdir ve toplam gelir fiyatın sıfır olduğu noktada maksimum olur.



Şekil 2.8. Arz ve talep eğrileri ile gelir ve maliyetler

Birinci birimde q_1 'in marjinal üretim maliyeti s_1 'dir. Böylece birinci birimin toplam maliyeti $(a_1 \cdot q_1)$ dir. Bunun gibi, 2. birimin marjinal masrafı s_2 , 3. birimin marjinal maliyeti s_3 , ve toplam maliyetleri sırasıyla $(a_2 \cdot q_2)$ ve $(a_3 \cdot q_3)$ tür. Bu marjinal masrafların toplamı yani değişen masraf, Şekil 2.8'deki arz doğrusunun (**A**) altındaki alandır. ***

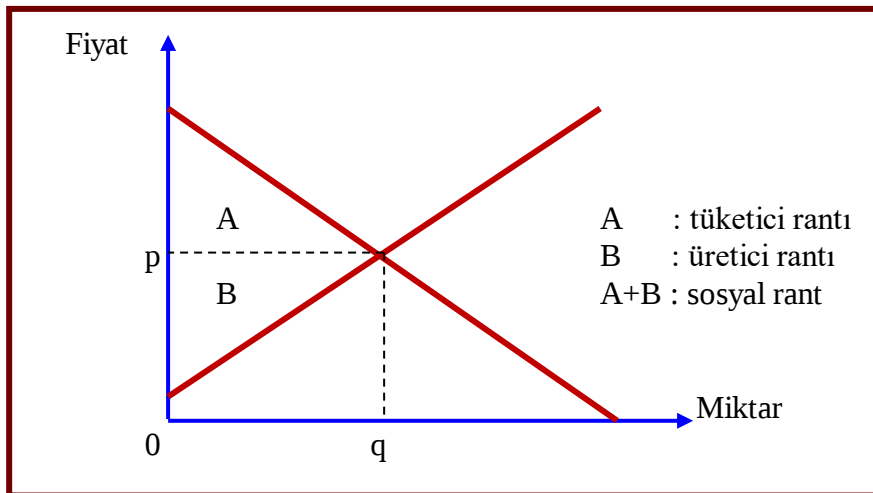
Net gelir, talep fiyatıyla (t) marjinal masraf (a) arasındaki farktır ve q_1 'den q_7 'ye kadar pozitif, q_7 'den sonra net gelirler negatiftir, çünkü marjinal masraf marjinal geliri aşmaktadır. Burada tam bir fiyat farklılığı uygulayan bir monopol firma için maksimum net gelir t_1 , t_7 , a_1 üçgenidir. Bu da yedi birim üretilip ve tüketildiği noktadır. Talep doğrusu bir malın farklı tüketim miktarları için tüketicilerin ödemeye istekli oldukları en yüksek fiyatları gösterir. Diğer bir ifade ile talep doğrusu, ilave olarak tüketilen maldan tüketicilerin elde ettiği ilave faydanın bir ölçüsüdür. Talep eğrisi üzerinde sağa kaydığımızda, fiyat düşer çünkü daha fazla tüketimden daha az marjinal fayda elde edilir.

Eğer üreticiler, rasyonel bir tavırla fiyat marjinal masrafı karşıladığı sürece ilave mal arz ederlerse o zaman artan maliyetler $a_1, a_2, \dots, a_{13}$ arz doğrusu üzerinde yer alır. Arz fiyatı, fırsat maliyeti veya diğer mal ve hizmetler yerine q malının üretimi için kaynakların kullanımının topluma maliyetidir. İlk birim tarımsal ürün, örneğin daha verimli bir arazide daha düşük bir masrafla üretilirken, daha fazla üretildikçe daha az verimli araziler üretime sokulduğundan, arz fiyatı (marjinal masraf) artmaktadır. İlave kaynaklar diğer malların üretiminden q 'nun üretimine kaydırıldıkça, masraflar artacak ve q 'nun dışındaki ürünler piyasada daha az olacaktır. Kaynaklar q 'nun üretimine tahsis edildiğinden ve diğer ürünlerin üretimine tahsis edilmesi mümkün olmadığından sabit masraflardan q malının üreticisi etkilenmez.

Tam rekabet piyasasında, fiyat ve miktar q_7 noktasında yani T ve A 'nın kesiştiği noktada oluşmaktadır. Böyle bir rekabet sonucu ortaya çıkmış olan kaynakların tahsisi noktası, net geliri veya reel ulusal gelir olan net sosyal kazancı en yüksek yapar. Eğer gelirin marjinal faydası sabit ise, bu durumda net gelirin her bir lirası fayda olarak ifade edilebilir. Böylece, gelirin marjinal faydasının sabit ve insanlar arasında eşit olduğu varsayımı altında tam rekabet piyasasında oluşan sonuç, net faydayı da en yüksek yapar.

Tam bir fiyat farklılığı oluşturabilen monopol bir firmanın elde edeceği bütün net geliri yani net sosyal faydayı, tam rekabet piyasası tüketiciler ve üreticiler arasında dağıtır. Piyasa fiyatının üzerindeki ve T talep eğrisinin altındaki alan, yani tüketicilerin ödemeğe hazır oldukları fiyatla ödemeleri gereken fiyat arasındaki fark tüketici rantı olarak adlandırılır ve $t_1 t_7 p$ alanını içine alır. Piyasa fiyatının altında ve A arz eğrisinin üzerindeki alan, değişen üretim masraflarının üzerinde çiftçilere ödenen miktardır ve üretici rantı olarak adlandırılan bu miktar $p a_7 a_1$ alanı kadardır. Üretici fazlalığı toplam gelirden toplam değişen masrafların çıkarılmasıyla elde edilir. Tüketici rantı artı üretici rantı net sosyal kazanca eşittir. Üretici rantı, tüketici rantı ve sosyal rant, şekil 2.9'daki gibi daha açık bir şekilde gösterilebilir.

Net sosyal kazanç, çalışan rekabet şartları altında denge miktarında maksimum olur. Piyasa denge fiyat ve miktarı, ilk baştaki kaynakların dağılımına bağlıdır. Burada q_7 noktasındaki tahsis, pareto optimum, yani bu nokta öyle bir nokta ki bu noktada yapılacak yeni bir tahsis ile birilerinin durumunu kötüleştirmeden diğer birilerinin durumunu daha iyi yapmak mümkün değildir. Piyasa çalışmadan önceki kaynakların ilk dağılımına bağlı olarak çok sayıda pareto optimum noktasına varılabilir. Eğer kaynakların ilk baştaki tahsisinde bir denge varsa, net sosyal kazançların en son dağılımı da dengeli olacaktır. Verilen zaman içerisinde bütün kaynaklar değişken olur ise, denge ekonomik kârı ortadan kaldıracak şekilde belirlenir. Uzun dönemde üretici rantı sıfır iken, tüketici net sosyal kazancın tümünü elde eder. Bu sonuç ekonomide tüketicinin egemenliği olarak adlandırılır.



Şekil 2.9. Üretici rantı, tüketici rantı ve sosyal rant

2.7. Fiyat Mekanizmasının Başarısızlığı

Arz, talep kavramlarının kullanımıyla değişik kesimler için hesap edilen rant, piyasa mekanizması içinde kalındığı ve piyasanın etkin ve başarılı olduğu varsayımlarından hareket edilerek hesaplanır. Bu varsayımlar yerine gelmediğinde, diğer bir ifade ile piyasa işlevleri açısından başarısız olduğu zaman bu hesaplar yanıltıcı olabilir.

Şahıslar ve firmalar geniş alanda kendi refahlarını yükseltmek için üretim ve tüketim ile ilgili kararlar alır ve takip ederler. Gerek kâr, gerek zenginlik ve gerekse itibar için bireysel amaçların takip edilmesinin sonucunda toplumun net olarak kötü duruma geçmesi mümkündür. İşte bu şekilde bireysel amaçlar ve bunların takibi ile ortaya çıkan toplumsal sonuçlar arasında ters bir ilişki olabilmektedir. Tarım politikalarında da bu tip hatalara düşülmektedir. Örneğin, geçmişte medeni kanunumuzdaki mülkiyet hakkından dolayı miras yoluyla kalan arazi mirasçılar tarafından eşit şekilde bölünebilmekteydi. Böyle bir politika bireyler arasında adaleti sağlamak açısından güzel görünmekteydi. Fakat konuya bütün olarak bakıldığında bu uygulama arazilerin parçalanmasına ve etkin bir tarımın yapılamamasına neden olmuş ve dolayısıyla tarımsal üretimi olumsuz yönde etkilediğinden kanunda değişiklik yapılmıştır.

Günümüzde birçok hükümet politika ve programların ortaya çıkmasının nedeni, piyasa ekonomisinin toplumun istediği bazı malların üretimi ve korunmasında aynı iticiliği sağlamamasıdır. Örneğin piyasa, mümkün olan en yüksek verim ile mevcut arazilerden en fazla gelir temin etmek hususunda çiftçileri teşvik eder. Fakat eğer arazi en yüksek verim elde etmek için sürekli işlenirse, üretim potansiyeli gelecekte düşer. Uzun dönemdeki bu gelir düşüşü, çoğu çiftçinin kısa dönem masraf (arz) ve gelir (talep) unsurlarının etkisi altında üretim kararlarını verdikleri için ortaya çıkmaz. Diğer bir deyişle, bazı kazanım ve kayıplar piyasanın dışında meydana gelmekte ve o andaki alıcı ve satıcılardan ziyade üçüncü şahıslara ulaşmaktadır. Bu etkiler, piyasa oluşumlarının dışındaki fert ve grupların bir takım kazanım ve kayıplara sahip olmasına neden olurlar. Örneğin, bir çiftçi nakit para problemlerinden dolayı toprak koruma uygulamalarından vazgeçerek daha yüksek oranda toprak erozyonuna ve dolayısıyla aşırı toprak kaybı ve suların kirlenmesine neden olabilir. Bu kirlenme, balıkçılar, o suyu kullanan diğer çiftçiler ve sadece bu suların güzelliğinden yararlanmak isteyen insanlar için olumsuz bir etki meydana getirir.

Arz ve talebin açık olarak bütün kazanım ve kayıpları kapsamına almadığı durumlarda, fiyat sisteminden toplumun isteklerini en iyi tatmin edecek şekilde kaynakların değişik üretim alanlarına dağılımını sağlaması beklenemez. Bu yüzden, dış etkiler piyasanın işlevini yürütememesine sebep olur. Bu da kaynakların toplumun çıkarları doğrultusunda kullanılmaması demektir. Tarımsal pazarların dış etkileri temsil edememesinden dolayı ortaya çıkan boşlukları doldurmak için, hükümetin birtakım hizmet ve düzenlemelerle müdahale ettiği durumlarla ilgili birçok örnek verilebilir. Hayvancılıkla uğraşan çiftçilerin yaptığı kirlenmeyi sınırlamak için kurallar çıkarılmış olabilir. ABD’de olduğu gibi hükümet desteklemelerine karşılık olarak çiftçilerin belli toprak ve su koruma uygulamaları içine girmeleri gerekli kılınabilir. Hâlbuki diğer yanda, tarımsal desteklerin çoğu içinde, toprak ve su koruma ile ilgili zorunlulukların bulunmadığı daha yüksek oranda erozyona sebep olacak daha fazla ve dolayısıyla yoğun tarımsal faaliyeti teşvik eder.

Dış etkiler, sadece kayıpları değil aynı zamanda kazançları da toplumun diğer kesimlerine yayabilirler. Bu kazançların çok büyük olduğu ve bunları piyasanın sağlayamayacağı durumlarda kamu malları kavramı ortaya çıkmaktadır. Örneğin, geniş kapsamlı tarımsal araştırma ve yayım programlarını oluşturmak ne iş çevreleri ne de çiftçiler tarafından yapılacak bir iş olmadığından, bu işi yapan devlet tarafından kurulmuş üniversiteler ve araştırma enstitüleri vardır. Yine aynı şekilde, piyasa hakkında bilgi, bitkisel ve hayvansal üretim raporları, kırsal alanların elektrikleştirilmesi ve tarımsal kredi gibi alanlarda, piyasa tarıma ve kırsal kesime yeterli hizmetleri sağlayamayacağı hükmüne varıldığından bu hususlarda hükümet programları açığı kapatmaktadır.

Piyasanın başarılı olup olmadığı, yani piyasanın belli bir takım işlevleri hükümetten daha iyi yapabileceğine güvenip güvenmeme ve hükümetin tarım sektöründeki rolü üzerine çok sayıda anlaşmazlıkları içeren tartışmalı konular ve sorular mevcuttur. Cevap, kamu kurumları tarafından yürütülen tarımsal programların idaresinde iyi veya kötü olma durumuna göre ve zaman içinde öne çıkan problemlere göre değişebilir. Bu cevabın verilmesinde ileriki konularda tarım politikası analizlerinden elde edilen sonuçlar yol gösterici olacak ve konuyu daha iyi anlamamızı sağlayacaktır. Dünyadaki gelişmelere paralel olarak daha rekabetçi, daha az müdahaleci ve fiyat mekanizmasının işlemesine izin veren düzenleyici, denetleyici ve destekleyici tarım politikalarını önceleyen bir yaklaşımla değerlendirmeler yapılmaya çalışılacaktır.

Tarım politikalarının tarım işletmelerinin kararları üzerine etkileri

Gelişmiş ülkelerde çiftçiler tarım politikalarını yani tarımsal destekleme politikalarını çok yakından takip ederler ve bu politikaları veri olarak alıp işletmecilik kararlarını verirler. Çünkü destekleme politikaları, çiftçilerin yapacakları üretim faaliyetlerinin karlılık durumunu doğrudan ve/veya dolaylı olarak etkiler. Zaten tarımsal destekleme politikalarının amacı da politika hedefleri doğrultusunda çiftçileri yönlendirmek değil midir? O halde çiftçilerin tarım politikalarını yakın takip etmeleri, gelirlerini etkileyeceğinin bilinci içinde olmaları aynı zamanda bu politikaların hedeflerine ulaşmada önemli rol oynar.

Çiftçilerin destekleme politikalarını yakın takip etmediği ve destekleme politikalarının kendilerini etkilemeyeceği inancında olan ülkelerde, tarımsal destekleme politikalarının hedeflerine ulaşması çok zor olacaktır. Hele de işletmelerin küçük, çiftçilerin yaşlı ve genel eğitim düzeyi çok düşük olduğu durumlarda destekleme politikalarının amaçlarına ulaşmak çok daha zor olacaktır.

Dolayısıyla bu ikinci durumun daha yaygın olduğu Türkiye’de çiftçi kararlarını etkilemek yani tarımsal destekleme politikalarının hedeflerine ulaşmak için, var olan tarımsal destekleme politikaları konusunda çiftçileri eğitmek, bilgilendirmek ve bu desteklerden nasıl yararlanacakları konusunda eğitim vermek gerekecektir

Erzurum’da 2005-2010 yılları arasında Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Erzurum valiliği ve Atatürk Üniversitesinin işbirliği ile “Erzurum İli Büyükbaş Hayvan Islahı Projesi” adında bir tarımsal yayım projesi yürütüldü. Bu tarihlerde bakanlık, projenin de hedeflediği suni tohumlamanın yaygınlaşmasına önemli destek veriyordu. İlk başlarda veteriner hekimleri yaptıkları suni tohumlama başına, daha sonra suni tohumlama yapılmış hayvan başına çiftçiye destekleyen bir destekleme politikası idi. Projenin eğitim çalışmaları doğrultusunda köyleri ve çiftçileri ziyaret ediliyor ve değişik şekillerde modern hayvancılık teknikleri, suni tohumlamanın yararlılığı ve nasıl yararlanılması konusunda eğitim çalışması faaliyetleri yapılıyordu.

Proje kapsamında yapılan bir köy ziyaretinde, bir çiftçi damızlık için yeni satın aldığı ve yüklü bir para ödediği boğayı övünerek gösteriyordu. Boğa gerçekten iri yarı görünümliydü. Çiftçiye damızlık için boğa satın almanın, yıl boyunca bakımını yapmanın çok pahalı olacağını ve bunun yerine suni tohumlama yaptırmanın çok daha ucuza geleceğini rakamlarla açıkladık. Bakanlığında suni tohumlamaya desteğinin olduğunu ve tüm bunların ötesinde damızlık boğanız ne kadar iri olur ise olsun, suni tohumlama yapılarak elde edilecek buzağların verimliliğini daha yüksek olduğunu anlatılınca, çiftçi tüm bunları daha önceden bilseydim bu boğayı kesinlikle satın almazdım dedi. Bu deneyim bize, politika amaçları doğrultusunda çiftçinin kararlarının yönlendirilmesi için, destekleme kararları yanında çiftçinin destekler konusunda bilgilendirilmesi gerektiğini net bir şekilde göstermektedir.