

ÇAY BORSASININ DEĞERLENDİRİLMESİ

1. Tarihçe

Dünya da çay borsası ilk defa 1610 yılında Amsterdam da kurulmuştur. Bildiğiniz gibi Hollanda da çay üretimi yoktur. Tüketici borsasıdır. Bunu Londra borsası ve diğer borsaların kuruluşu takip etmiştir.

Dünya da haberleşme, nakliye ve çayla ilgili teknoloji imkânları geliştikçe çay borsalarının üretici ülkelerde kurulduğu ve tüketici ülkelerinkinin kapandığı görülmüştür.

2. Amacı

2.1. Üretici, imalatçı, paketlemeci, satıcı ve tüketicinin haklarını korumak, borsanın asıl amacını oluşturur. Bu 5 li zincirin senkronize, uyumlu çalışmasını temin eder.

2.1.1. Üretici yönünden; Ürünü hak ettiği değerde satmaktır. Ürün bedelini zamanında almaktır. Böylece üreticinin emeği en iyi şekilde değerlendirilecektir. Ürün satışından maksimum gelir elde edecektir. Çay bahçesinin bakımını iyi yapan, kaliteli ve çok ürün satan, birim çaylık alandan en çok kar elde edecektir. Yaş çay satışında herhangi bir belirsizlik yaşamıyacaktır. Diğer bir ifade ile üretici en çok katma değere sahip olacaktır.

2.1.2. İmalatçı yönünden; Çay işleme fabrikalarını iyi organize eden firmalar, sermaye büyüklüğü, imal ettiği kuru çayın miktar ve kalitesine göre daha çok sistemden kar elde edecektir. Yaş çay alımında plan ve program yapacaktır. Kuru çay satışında problem yaşamayacaktır. Kuru çay satışı peşindir.

2.1.3. Paketlemeci yönünden; Çay harmanlayan ve paketleyen firmalar, hammadde olan kuru çayı istedikleri zamanda, istenildiği kalitede, istenildiği miktarda ve günün şartlarında oluşacak fiyattan satın alabilecektir. Çay paketlemede program yapacak ve fabrikasını rantabl, verimli çalıştıracaktır. Kuru çayı Borsadan peşin fiyatla alacaktır.

2.1.4. Satıcılar yönünden; Pazar araştırması yapacak, piyasanın arzu ettiği çayı, paketlemeci firma ile mutabık kalarak imal edecektir. Piyasada satılan çayların marka sayısı azalacaktır. Market raflarında çay az yer işgal edecektir. Satış ve pazarlama masrafları azalacaktır. Böylece, paketli çaylar arasındaki fahiş farkların önüne geçilmiş olacaktır. Kalitenin ön plana çıktığı, marketlerin daha az karla satış yaptığı bir yapı oluşacaktır.

Türkiye de buğday, şeker ve çay olmazsa olmaz 3 temel ürün olarak bilinmektedir. Ürünün imalatı ve stoklama masrafları çok yüksektir. Satışı ise seri ve hızlıdır. Satılan çay kısa zamanda geriye döner. Bunun tabii sonucu olarak satış vadeleri kısadır.

2.1.5. Tüketici yönünden; Arzu ettiği çayı istediği miktar ve kalitede belli bir fiyatla satın alacaktır. Diğer bir ifade ile aldanmayacaktır. Her zaman istediği kalitedeki standart çayı pazarda bulacaktır. Paketli çay fiyatları arasında çok bariz fark olmayacaktır.

3. Görevi

3.1. Çayın alım ve satımında belli zamanlarda mümkün olduğu kadar çok firmayı Borsa çatısı altında buluşturmaktır. Böylece çayın değerini artırmak, ilave istihdam yaratmak, Ülke gayri safi milli hâsilasına daha çok katkıda bulunmaktır.

3.2. Borsa işlemlerinin yapılmasında şeffaflığı temin etmektir. Açık rejim, piyasa uygulaması borsanın esas olmazsa olmaz şartıdır. Çay bilgilerine ilgili her şahıs rahatça ulaşmalı, değerlendirme yapmalıdır.

3.3. Satış işlemlerinin sistemini kurmak ve işletmektir.

3.4. Değişen koşullara göre sistemi yeniden dizayn etmektir. Sisteme gerekli eklemeler yapmak, yeni sistemin kısa zamanda adaptasyonunu sağlamaktır.

3.5. Üretici ve İmalatçıyı birbiri ile kenetlemek, yani birinin yaptığı hatadan diğerlerini sorumlu tutmaktır. İmalatçının borsada sattığı kuru çayın miktar ve kalitesine birlikte ortak olma işlemidir. Seylan borsa uygulamasından örnek verelim. Borsada satılan çayın kilo fiyatının bugün %70 i üreticinin hakkıdır. Diğer %30 ise imalatçındır. Kısaca üretici kaliteli çay toplarsa, fabrika iyi imalat yaparsa çay borsada yüksek fiyat bulur. Bu durumdan her iki grup karlı çıkar.

4. Piyasayı düzenlemek

4.1. Üretici yönünden; Bu konuda bugünkü durumu kısaca izah etmede fayda vardır. Kampanya açıldığında üretici kime ne kadar, hangi gün, hangi şartlarda çay satacağını bilmemektedir. Bilinen bir hadise vardır. Çaykur, alımlara başlayacaktır. Sürgünün genelde 1/3 ünü satın alınca kendileri özel firmalara yaş yaprak satacaktır. Bir iki firma hariçtir. Tablo bu olunca 200 bin üretici telaşa kapılmaktadır. Esas olan kampanya açılışı ile birlikte bütün yaş çay işleme fabrikalarının faal hale gelmesidir. Bu sistemi iyi çalıştırmak, sektörün önünü açmada fevkalade önemlidir.

Üretici kendine toplama planı yapacaktır. Toplama ve satma maliyeti minimum olacaktır. Yaş yaprak taze toplanacak, böylece kaliteli kuru çay elde etmenin %80 i gerçekleşecektir.

4.2. İmalatçı yönünden; Fabrika sahibi, ilk günden itibaren kimden ne kadar çay alacağını bilecek ona göre plan yapacaktır. İşletme giderlerini minimum yapma ve en kaliteli çay yapmayı esas alacaktır.

4.3. Türkiye üretim ve tüketim yönünden; Zamanında toplama ve işleme ile Türkiye kuru çay üretimi azalacak iç piyasa dengesi sağlanacaktır.

4.4. Kuru çay fiyat istikrarı yönünden; Borsada haftalar itibariyle piyasaya çıkacak kuru çay miktarını tespit etmektir. Fabrikaların işleme kapasitelerini esas alarak, hangi hafta hangi fabrikanın ne kadar çay satacağını alıcı firmalara deklere etmektir. Böylece arz talep dengesi temin edilerek satış fiyatında istikrar sağlanmış olur.

4.4. Markası olmıyan firmalar yönünden; Bu firmaların elde ettiği kuru çayın %100 unu borsada işlem yapmasını temin etmektir. Yaş yaprağı kote eden borsa kuru çayı kote edeceğinden, faturasız veya düşük fiyatlı çayların piyasaya çıkması önlenir. Devletin vergi gelirleri kontrol altına alınır.

4.4. Markalı firmalar yönünden; İmal ettikleri çayın en az %10 unu dökme olarak borsadan geçirmeleri önemlidir. İsterlerse borsadan kuru çay alabilirler. Bu hal borsaya kuvvet verir. O firmaların kuru çay kaliteleri bu yolla kontrol altına alınır. Kalite fiyatlandırılmış olur. Arzu edilirse bütün firmaların elde ettiği kuru çaylar borsada işleme tabi tutulur.

4.5. İhracat sisteminin kurulması yönünden; yerli ve yabancı firmalar, Türkiye de haftalar itibariyle satılan çaylardan bilgi sahibi olurlar. Borsadan çay alıp ihracat imkânı oluştururlar. Bilindiği gibi Rusya 200 bin ton çay yılda tüketmektedir. Diğer tüketici ülkeler düşünüldüğünde büyük bir Pazar vardır. Rize Serbest Bölge aktif hale getirilir. Firmalar Harmanlama ve paketleme tesisi kurarlar. Değişik ülkelere buraya çay getirip Türk çayı ile harman yaparak ihracat gerçekleştirir. İstihdam sağlanır.

5. Standart dışı çayların piyasaya çıkmasını önlemek

ISO 3720, Türk gıda kodeksine uygun olmıyan çayların piyasaya çıkmasını önlemek önemlidir. Çayda minimum kalitenin muhafazası zorunludur. Kalitesiz çayların piyasaya çıkması, tüketimi azaltır ve kaçak çay satışını teşvik eder. Çöplü, lifli, kafein tozlu çayların miktarları tespit edilir. Ekstrakt üretimi, enerji ve gübre tesisleri gibi yeni fabrikalar bölgede kurulur. İstihdam sağlanır ve milli ekonomiye katkıda bulunulur.

6. Gerekli organları oluşturmak

6.1. Akredite satıcılar; Borsada, kuru çay satışını fabrikalar adına satarlar. Bu firmaların sayısı ve görevlerini tanımlarlar. Kuru çay depolamak dâhil verecekleri hizmetleri düzenlerler.

6.2. Akredite alıcılar; Borsadan kuru çayı kendilerine veya herhangi bir paketleyici adına satın alırlar. Bu alıcıların görevlerini tanımlar.

7. Borsanın sağlıklı çalışmasını temin etmek

Bu maksatla firmaların borsada işlem yapmasını temin için, devletten gerekli destekleri almak önemlidir.

7.1. Borsada işlem gören çayların %4 KDV si firmaya iade edilebilir. Bu hususta düzenleme istenebilir. Uygulama gerekirse borsa sisteminin yerleşmesine kadar bir sureyi kapsıyabilir.

7.2. Halen devletin yaş çaya uyguladığı beher kilo başına Hazine yardımı borsa kayıtlarına göre ödenebilir. Mevcut sistemde kilo başına ödeme yapılıyor. Kısaca kaliteli yaş çay satanı Devlet cezalandırıyor. Kalitesiz satana prim veriyor. Borsa sayesinde kaliteli satana daha çok prim vermek suretiyle kalite teşvik edilir. Böylece toplam rekolte azalır ve kaliteli kuru çay üretilmesine katkı sağlanır.

Dr.Hamit VANLI

(Bu sunum 20 Mart 2009 tarihinde Rize Ticaret Borsasında yapılmıştır)