

# TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

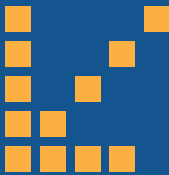


TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ  
TÜRKİYE GIDA SANAYİ VE TÜRKİYE  
İÇECEK SANAYİ MECLİSİ



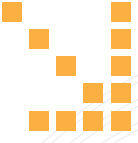


# TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011



TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ  
TÜRKİYE GIDA SANAYİ VE TÜRKİYE  
İÇECEK SANAYİ MECLİSİ





TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ  
MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

ISBN : 978-605-137-224-2

TOBB Yayın Sıra No: 2013/186

TOBB yayınları için ayrıntılı bilgi  
Yayın Müdürlüğünden alınabilir.

Tel : +90 (312) 218 20 00

Faks : +90 (312) 219 20 64

İnternet: [www.tobb.org.tr](http://www.tobb.org.tr)

TOBB yayınlarına tam metin ve ücretsiz olarak internetten ulaşabilirsiniz.

Sayfa Düzeni ve Baskı:

Mattek Matbaacılık Bas. Yay. Tan. San. Tic. Ltd. Şti.

Ağaçişleri Sanayi Sitesi 1354 Cad. 1362 Sokak No: 35 İvedik - ANKARA

Tel: 0.312 433 23 10 • [www.mattekmatbaa.com.tr](http://www.mattekmatbaa.com.tr)

[mattekmatbaa@yahoo.com](mailto:mattekmatbaa@yahoo.com) - [info@mattekmatbaa.com](mailto:info@mattekmatbaa.com)



## ÖNSÖZ

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği, Türk Özel Sektörünün en üst düzey yasal temsilcisi sıfatı ile iş dünyasının ihtiyaçları doğrultusunda çalışmalar yürütmekte, sorunlarına çözüm aramakta ve özel sektörün istikrarlı bir biçimde gelişimine katkıda bulunmaktadır. Sektörlerimize daha kapsamlı hizmet sunulması ihtiyacı doğrultusunda ve bu hizmetlerin geliştirilmesi perspektifinde 18 Mayıs 2004 tarih ve 5174 sayılı Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği ile Odalar ve Borsalar Kanunu'nun 57'nci maddesine dayanılarak "Türkiye Sektör Meclislerinin Kuruluş, Görev ve Çalışma Yönetmeliği" hazırlanmıştır. 12 Şubat 2005 tarih ve 25725 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren yönetmeliğimize istinaden birliğimiz şemsiyesi altında 52 adet Türkiye Sektör Meclisi oluşturulmuştur. Türkiye Sektör Meclisleri, Temmuz 2006 tarihinden itibaren faaliyetlerini sürdürmektedirler. Bu süreçte var olan ihtiyaç ve sektörden gelen talep üzerine meclis sayısı 59 olmuştur. Türkiye Sektör Meclisleri, sektörün tüm ilgili taraflarını bünyesine alan entegre yapısı ile ulusal olduğu kadar uluslar arası nitelik taşıyan sektörel bir bakış açısı ile ve bugünün yanında geleceği kuşatan strateji ve vizyonu ile dünyadaki benzer örneklerinden daha kapsamlı örnekler sunmaya yönelmiş bir yapıdır. Bu haliyle sektör meclisleri, sektörlerimize ve ekonomimize büyük faydalar sağlama potansiyeli taşıyan önemli bir oluşumdur. Meclisler firmaların, sektörel kuruluşların ve ilgili kamu kurumlarının üst düzey yöneticileri ile temsilcilerini bünyesine katan önemli bir buluşma noktasıdır. Türkiye Sektör Meclisleri, yelpazesi içine aldığı tüm ekonomik sektörler için radikal bir adımı temsil etmektedir. Sektörel kurum ve kuruluşların tek bir çatı altında toplanabilmesi, sorunların çözümü ve sektörlerimizin ülke ekonomisine katkılarının artırılması yolunda önemli bir taahhüdün göstergesidir. Bu sektörel yapılanma ile kamu özel sektör ortaklığının etkin bir biçimde hayata geçirilebildiği sağlam bir zemin oluşturmuştur. Meclis faaliyetleri çerçevesinde, meclis çalışmalarından daha fazla verim alınabilmesi, farklı görüş ve düşüncelerin uyumlaştırılması, tutarlılık sağlanması sektörün mevcut durumu ve geleceğine yönelik beklentileri konusunda kamuoyunun bilgilendirilmesi amacıyla meclislerimiz tarafından sektör raporları hazırlanmaktadır. Gıda ve İçecek Meclislerimizin ortak olarak hazırladığı "Gıda ve İçecek Sektör Raporu 2011" sektörel politika ve stratejilerin oluşturulması, geleceğe yönelik projeksiyonlara ve pazar araştırmalarına katkıda bulunması açısından faydalı olacağı düşüncesi ile Gıda ve İçecek Sanayimize, camiamıza ve ilgililere hayırlı olmasını dilerim.

M. Rifat HİSARCIKLIOĞLU  
Başkan



TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ  
MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011



## ÖNSÖZ

Gıda sanayi, tarımsal faaliyetler sonucu elde edilen birincil tarım ürünlerini ve çeşitli ara ürünleri işleyerek değerlendiren, hazırlama, işleme, üretim, muhafaza, depolama ve ambalajlama teknikleri uygulayarak katma değer katan, tarımsal hammaddeleri değişik şekil ve bileşimlerde daha dayanıklı ve tüketime hazır hale getiren bir sanayi koludur. Gıda sanayi, gıda maddelerinin hammaddeden başlayarak; depolama, tasnif, işleme, değerlendirme, dayanıklı hale getirme, ambalajlama işlerinden bir veya birkaçının yapıldığı ve gıda maddeleri satış yerlerine gönderilmek üzere depolandığı tesisler ile bu tesislerin tamamlayıcısı sayılacak yerlerin tamamını kapsamaktadır.

Tarımsal faaliyet ve gıda üretimi, ülkelerin hem kendi insanına yeterli gıda arzı sağlaması hem de tarımsal ürünlere katma değer oluşturarak sanayileşme açısından stratejik öneme sahiptir. Ülkemizde sanayileşme yolunda atılan adımların başlangıcında, gıda sanayii işletmeleri önemli yer almıştır. Ayrıca, Türkiye’de sanayileşme hareketinin ivme kazanmasını sağlayan gıda sanayii, kalkınma planları ve yıllık programlardaki hedefler doğrultusunda gelişme göstermiş, kamu kimliğinden zaman içerisinde sıyrılarak özel kesim ağırlıklı bir yapı haline gelmiş, verimlilik ve karlılığın önem kazandığı bir ortamda ekonominin önemli bir sektörü olmuştur. Türk gıda sanayinin ülkemiz zengin tarım potansiyelini işleyerek ülke içi gıda talebini karşılaması yanında bazı ürünlerde dünyada söz sahibi olması ve ihracat yoluyla döviz sağlaması açısından önemi daha da artmaktadır.

Gıda sanayii alt sektörleri itibariyle birbirinden farklı özellikler taşıyan ürün ve üretim çeşitlerini içermektedir. Gıda sanayii alt sektörleri, hammaddeyi çoğunlukla ülke içi kaynaklardan sağlayabilirken, az sayıda da olsa kimi alt sektörler hammadde açısından dışa bağımlılık göstermektedir. Sektörler bazında farklı özellikler taşıyan Türk gıda sanayiini tek bir yapı biçiminde incelemenin zorlukları bulunmaktadır.

Gıda ve İçecek Meclisleri Sektörel Raporların Hazırlanmasının Çok Faydalı Olacağı Kanaati ile 12 Temmuz 2011 tarihinde Sektörel Derneklere ve bazı firmalara yazılar yazılmış ve görüş, değerlendirme ve önerilerini 22 Temmuz 2011 Tarihine kadar bildirmeleri, 15 Eylül 2011 tarihine kadar da raporları tamamlayarak göndermeleri istenmiştir.

Türkiye Un Sanayicileri Federasyonu, Yumurta Üreticileri Merkez Birliği, Ambalajlı Su Üreticileri Derneği, Bira ve Malt Üreticileri Derneği, Ambalajlı Süt ve Süt Ürünleri Sanayicileri Derneği, Bitkisel Yağ Sanayicileri Derneği, Gıda Katkı ve Yardımcı Madde Sanayicileri Derneği, Meşrubatçılar Derneği, Meyve Suyu Endüstrisi Derneği, Nişasta ve Glikoz Üreticileri Derneği, Şekerli Mamul Üreticileri Derneği, Türkiye Makarna Sanayicileri Derneği, Türkiye Maden Suyu Üreticileri Derneği, Türkiye Süt, Et Gıda Sanayicileri ve Üreticileri Birliği Derneği, Türkiye Kuruyemiş Sanayicileri Derneği, Beyaz Et Sanayicileri ve Damızlıkçılar Birliği Derneği, Tamek Gıda ve Konsantre Sanayi ve Ticaret A.Ş., Mey İçki Sanayi Ve Ticaret A.Ş., Çay İşletmeleri Genel Müdürlüğü’den olumlu cevap alınmış ve sektörleri ile ilgili raporları göndermişlerdir. Gelen bu raporları Gıda ve İçecek Meclisinin Akademik Danışmanları Prof. Dr. Nevzat ARTIK ve Dr. İsmail MERT, raporların esasını dokunmamak kaydıyla raporlar arasındaki çelişkileri gidererek raporda birlikteliği sağlanmışlar ve raporu son şeklini vermişlerdir. Ayrıca Türkiye Gıda ve İçecek Sanayi Dernekleri Federasyonu’nun envanter çalışmasını esas alarak raporun birinci bölümünü oluşturan kısmını yazmışlardır. Bu kısımda verilen işletme sayısı, katma değer, üretim, istihdam ve satış cirosu olarak verilen rakamlar, Türkiye İstatistik Kurumu’nun bu konudaki son verileridir.

Raporun hazırlanması yönündeki TOBB yönetiminin yönlendirmesi, desteği ve raporun topluma kazandırılması önündeki kararlılığı için şükranlarımızı sunuyoruz. Bu konudaki hassasiyeti ve vizyonuyla bizlere vermiş olduğu destek için TOBB Başkanımız Sayın Rifat Hisarcıklıoğlu’na sektör adına teşekkür ediyoruz.

Raporun hazırlanması sırasında yoğun katkıları olan Danışmanlarımız Prof. Dr. Nevzat ARTIK ve Dr. İsmail MERT ile emeği geçen derneklere ve firmalara gönülden teşekkür ediyoruz...

Sektör raporumuzun tüm kullanıcılar için yararlı olması dileğiyle...

Necdet BUZBAŞ  
Türkiye Gıda Sanayi Meclis Başkanı

Feyhan YAŞAR  
Türkiye İçecek Sanayi Meclis Başkanı



TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ  
MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011



## İçindekiler

### GIDA SANAYİ VE İÇECEK SANAYİ SEKTÖR RAPORU

Yönetici Özeti .....	1
1. GIDA ve İÇECEK SEKTÖRÜNÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ .....	8
1.1 Gıda ve İçecek Sanayinin Yapısı .....	8
1.1.1 İşletme Sayısı .....	8
1.1.2 Gıda ve İçecek Endüstrisinin Ülke Ekonomisinde Yarattığı Katma Değer .....	10
1.2 Üretim .....	11
1.2.1 Ürün Bazında Üretim .....	12
1.2.2 Gıda ve İçecek Sanayinde Mevcut Kapasite ve Kapasite Kullanım Oranı .....	13
1.3 Türkiye Gıda ve İçecek Pazar Verileri .....	16
1.3.1 Pazar Büyüklüğü- Ciro-Ürün Hacmi (Volüm) .....	16
1.3.2 Büyüme Oranları .....	18
1.3.2.1 Cari Fiyatlarla Büyüme Oranları .....	18
1.3.2.2 Sabit Fiyatlarla Büyüme Oranları .....	20
1.4 Dış Ticaret .....	23
1.4.1 İhracat .....	23
1.4.1.1 Gıda ve İçecek Sanayi İhracatında İlk 10 Ülke .....	24
1.4.2 İthalat Miktarı .....	25
1.4.2.1 2008-2010 Yıllarında Gıda ve İçecek Sanayi İthalatında İlk 10 Ülke .....	26
1.4.3 Dış Ticaret Dengesi .....	27
1.5 İstihdam .....	28
2. GIDA ve İÇECEK SEKTÖRÜNÜN SWOT ANALİZİ .....	31
2.1 Gıda ve İçecek Sanayinin Güçlü Yönleri .....	31
2.2 Gıda ve İçecek Sanayinin Zayıf Yönleri .....	32
2.3 Gıda ve İçecek Sanayi İçin Tehditler .....	33
2.4 Gıda ve İçecek Sanayinin Önündeki Fırsatlar .....	33
3. YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR .....	34
3.1 Genel Teşvik Sistemi ve Uygulamaları .....	34
3.2 Genel Teşvik Sistemi İle İlgili Uygulama Bilgileri .....	35
3.3 KOBİ Teşvik Sistemi ve Uygulamaları .....	37
4. SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER .....	38
4.1 Yatırım Tahminleri ve Eklenecak Yeni Kapasiteler .....	38
4.2 Muhtemel Yatırım Alanları ve Yerleri .....	39
5. SEKTÖRÜN DIŞ PİYASALARDAKİ DURUMU .....	40
6. DİĞER SEKTÖRLER VE YAN SANAYİ İLE İLİŞKİLER .....	42
7. SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI .....	44
7.1 Temel Strateji, Amaç ve Politikalar .....	44
7.2 Gıda Mevzuatı .....	47





# TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

7.2.1	Cumhuriyet'in Kuruluşundan 1983 Yılına Kadar Olan Dönem .....	48
7.2.2	1983 Yılından 24.06.1995 Tarihine Kadar Olan Dönem .....	49
7.2.3	560 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname Dönemi 24.06.1995 - 05.06.2004 .....	49
7.2.4	5179 Sayılı Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun Dönemi 05.06.2004 - 13.06.2010 .....	50
7.2.5	5996 Sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu Dönemi- 13.06.2010 - ... ..	51
7.2.5.1	Yönetmelikler .....	54
7.2.5.2	Türk Gıda Kodeksi Tebliğleri .....	55
7.3	Gıda Denetimi .....	66
7.4	Kayıtdışılık .....	67
7.5	Tüketicinin Bilinçlendirilmesi .....	68
7.6	Sivil Toplum Kuruluşlarının Güçlendirilmesi .....	68
8.	SEKTÖRÜN AB UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA VE AB KARŞILAŞTIKLARI UYUM SORUNLARI .....	69
8.1	Gıda ve İçecek Sanayinin AB ile Karşılaştırılması .....	70
9.	SEKTÖREL YAPILANMA .....	71
10.	SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTIRILMASI VE VERİMLİLİK .....	72
10.1	AR-GE Harcamaları ve İstihdamı, çevre uygulamaları, teknoloji ve hammadde .....	72
10.2	Sektörde Kamunun Rolü, Özelleştirme Faaliyetleri ve Muhtemel Etkileri .....	77
11.	GENEL DEĞERLENDİRME .....	78
	Kaynakça .....	80
	ALT SEKTÖRLER .....	81
	KIRMIZI ET SEKTÖRÜ .....	81
1.	TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ .....	81
1.1	Endüstri Yapısı .....	81
1.1.1	İşletme Sayısı .....	81
1.1.2	Ekonomide Yaratılan Katma Değer .....	81
1.2	Üretim .....	81
1.2.1	Ürün Bazında Üretim .....	81
1.3	Tüketim .....	86
1.3.1	Ürün Bazında Tüketim Değerleri .....	86
1.4	Dış Ticaret .....	87
1.4.1	İthalat – İhracat .....	87
1.4.2	Dış Ticaret Dengesi .....	91
1.5	İstihdam .....	92
2.	SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ .....	92
2.1	Et ve Et Ürünleri Sanayisinin Güçlü Yönleri .....	92
2.2	Et ve Et Ürünleri Sanayisinin Zayıf Yönleri .....	93
2.3	Et ve Et Ürünleri Sanayisi İçin Tehditler .....	93
2.4	Et ve Et Ürünleri Sanayisinin Önündeki Fırsatlar .....	93



3.	YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR.....	94
3.1	Genel Teşvik Sistemi ve Uygulamaları .....	94
3.2	Teşvik Belgeli Yatırımlara Sağlanacak Destek Unsurları .....	94
3.3	Genel Teşvik Sistemi ile İlgili Uygulama Bilgileri .....	94
3.4	KOBİ Teşvik Sistemi ve Uygulamaları .....	95
4.	SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER.....	95
5.	SEKTÖRÜN DIŞ PIYASALARDAKİ DURUMU .....	96
6.	SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI .....	96
6.1	Temel Strateji, Amaç ve Politikalar .....	96
6.2	Gıda Mevzuatı .....	97
6.3	Gıda Denetimi .....	97
6.4	Kayıtdışılık .....	98
6.5	Tüketicinin Bilinçlendirilmesi.....	98
6.6	STK'ların Güçlendirilmesi .....	98
7.	SEKTÖRÜN AB UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA VE KARŞILAŞTIKLARI UYUM SORUNLARI .....	99
7.1	Gıda ve İçecek Sanayinin AB ile Karşılaştırılması .....	99
8.	SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTTIRILMASI VE VERİMLİLİK.....	99
8.1	ARGE Harcamaları ve İstihdamı, Çevre Uygulamaları, Teknoloji ve Hammadde .....	99
8.2	Sektörde Kamunun Rolü, Özelleştirme Faaliyetleri ve Muhtemel Etkileri.....	100
	KANATLI ETİ SEKTÖR RAPORU .....	101
1.	TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ.....	101
1.1	Endüstri Yapısı .....	101
1.1.1	İşletme Sayısı.....	101
1.1.2	Ekonomide Yaratılan Katma Değer .....	101
1.2	Üretim .....	101
1.2.1	Ürün Bazında Üretim.....	101
1.2.2	Mevcut Kapasite ve Kapasite Kullanım Oranı .....	102
1.3	Tüketim .....	102
1.4	Türkiye Kanatlı Eti Pazar Verileri .....	102
1.4.1	Pazar Büyüklüğü- Ciro-Ürün Hacmi (Volüm) .....	102
1.4.2	Büyüme Oranları .....	103
1.5	Dış Ticaret .....	103
1.5.1	İthalat-İhracat.....	103
1.5.2	Dış Ticaret Dengesi.....	104
1.6	İstihdam .....	104
2.	SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ.....	104
2.1	Kanatlı Eti Sanayinin Güçlü Yönleri .....	104
2.2	Kanatlı Eti Sanayinin Zayıf Yönleri.....	105
2.3	Kanatlı Eti Sanayi İçin Tehditler .....	106
2.4	Gıda Sanayinin Önündeki Fırsatlar .....	106



# TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

3.	YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR.....	106
3.1	Genel Teşvik Sistemi ve Uygulamaları .....	106
3.2	Teşvik Belgeli Yatırımlara Sağlanacak Destek Unsurları .....	107
4.	SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER.....	107
5.	SEKTÖRÜN DIŞ PİYASALARDAKİ DURUMU .....	107
6.	DİĞER SEKTÖRLER VE YAN SANAYİ İLE İLİŞKİLER.....	107
7.	SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI .....	108
7.1	Temel Strateji, Amaç ve Politikalar .....	108
7.2	Gıda Mevzuatı .....	108
7.3	Gıda Denetimi .....	108
7.4	Kayıtdışılık .....	108
7.5	Tüketicinin Bilinçlendirilmesi.....	109
7.6	STK'ların Güçlendirilmesi .....	109
8.	SEKTÖRÜN AB UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA VE AB KARŞILAŞTIKLARI UYUM SORUNLARI .....	109
8.1	Kanatlı Eti Sanayinin AB ile Karşılaştırılması .....	109
9.	SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTIRILMASI VE VERİMLİLİK .....	110
9.1	AR-GE Harcamaları ve İstihdamı, Çevre Uygulamaları, Teknoloji ve Hammadde.....	110
9.2	Sektörde Kamunun Rolü, Özelleştirme Faaliyetleri ve Muhtemel Etkileri.....	110
10.	GENEL DEĞERLENDİRME.....	111
	SU ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ .....	112
	GİRİŞ .....	112
1.	SU ÜRÜNLERİ ÜRETİM ALANLARI.....	112
2.	SU ÜRÜNLERİ İSTİHSALİ.....	112
2.1	Üretim .....	113
2.1.1	Avcılık .....	113
2.1.2	Yetiştiricilik .....	113
2.3	Deniz Ürünleri İstihsalinin Bölgesel Dağılımı .....	114
3.	SU ÜRÜNLERİ AV FİLOSU VE KIYI YAPILARI .....	114
3.1	Av Filosu .....	114
3.2	Balıkçı Sayısı .....	114
3.3	Balıkçılık Kıyı Yapıları (Balıkçı Barınakları).....	114
4.	SU ÜRÜNLERİ İŞLEME VE DEĞERLENDİRME SANAYİ .....	115
5.	SU ÜRÜNLERİNİN PAZARLANMASI .....	115
5.1	Ülkemiz Su Ürünleri Tüketimi .....	115
5.2	Su Ürünleri İhracatı .....	115
5.3	Su Ürünleri İthalatı .....	116
6.	SU ÜRÜNLERİ ÜRETİCİ ÖRGÜTLERİ.....	117
7.	SU ÜRÜNLERİNDE YAPILMASI GEREKENLER.....	117



MEYVE VE SEBZE İŞLEME SEKTÖRÜ .....	119
GİRİŞ .....	119
1. SEKTÖRÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ .....	119
1.1 Endüstri Yapısı .....	119
1.1.1 İşletme Sayısı.....	119
1.1.2 Ekonomide Yaratılan Katma Değer .....	119
1.2 Üretim .....	119
1.2.1 Ürün Bazında Üretim.....	119
1.2.2 Mevcut Kapasite Ve Kapasite Kullanım Oranı.....	119
1.3 Tüketim .....	119
1.3.1 Ürün Bazında Tüketim Değerleri .....	119
1.4 Türkiye Gıda Ve İçecek Pazar Verileri.....	119
1.4.1 Pazar Büyüklüğü.....	119
1.4.2 Büyüme Oranları .....	120
1.5 Dış Ticaret .....	120
1.6 İstihdam .....	120
2. SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ.....	120
2.1 Gıda Sanayinin Güçlü Yönleri .....	120
2.2 Gıda Sanayinin Zayıf Yönleri .....	120
2.3 Gıda Sanayi için Tehditler .....	120
2.4 Gıda Sanayinin Önündeki Fırsatlar .....	121
3. YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR.....	121
3.1 Genel Teşvik Sistemi Ve Uygulamaları.....	121
3.2 Teşvik Belgeli Yatırımlara Sağlanacak Destek Unsurları.....	121
3.3 Genel Teşvik Sistemi İle İlgili Uygulama Bilgileri .....	121
3.4 KOBİ Teşvik Sistemi Ve Uygulamaları .....	121
4. SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER.....	122
5. SEKTÖRDE DIŞ PİYASALARDAKİ DURUMU .....	122
6. DİĞER SEKTÖRLER VE YAN SANAYİ İLE İLİŞKİLER.....	122
7. SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI .....	122
7.1 Temel Strateji, Amaç ve Politikalar .....	122
7.2 Gıda Mevzuatı .....	123
7.3 Gıda Denetimi .....	123
7.4 Kayıtdışılık .....	123
7.5 Tüketicinin Bilinçlendirilmesi.....	123
7.6 STK'larının Güçlendirilmesi .....	124
8. SEKTÖRÜN AB UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA VE AB İLE KARŞILAŞTIKLARI	
UYUM SORUNLARI .....	124
8.1 Gıda ve İçecek Sanayinin AB ile Karşılaştırılması .....	124
9. SEKTÖREL YAPILANMA .....	124
10. SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTIRILMASI VE VERİMLİLİK .....	124
10.01 AR-GE Harcamaları ve İstihdamı, Çevre Uygulamaları, Teknoloji ve Hammadde:.....	124



# TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

10.02	Sektörde Kamunun Rolü, Özelleştirme Faaliyetleri ve Muhtemel Etkileri:.....	124
11.	GENEL DEĞERLENDİRME.....	125
	MEYVE SUYU SEKTÖRÜ.....	126
1.	SEKTÖRÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ .....	126
1.1	Endüstri Yapısı .....	126
1.1.1	İşletme Sayısı.....	126
1.1.2	Ekonomide Yaratılan Katma Değer .....	129
1.2	Üretim .....	130
1.2.1	Ürün Bazında Üretim.....	130
1.2.1.1	Türkiye’de Meyve Üretimi.....	130
1.2.1.2	Türkiye Meyve Suyu Sanayisinde İşlenen Meyve .....	131
1.2.1.3	Türkiye’de Meyve Suyu Konsantresi ve Püresi Üretimi .....	132
1.2.2	Mevcut Kapasite ve Kapasite Kullanım Oranı .....	134
1.3	Tüketim .....	136
1.3.1	Ürün Bazında Tüketim .....	136
1.3.2	Kişi Başına Tüketim .....	138
1.4	Türkiye Meyve Suyu Pazarı Verileri .....	138
1.4.1	Pazar Büyüklüğü- Ciro-Ürün Hacmi (Volüm) .....	138
1.5	Dış Ticaret .....	139
1.5.1	İhracat - İthalat.....	139
1.5.1.1	İhracat .....	139
1.5.1.2	İthalat.....	141
1.5.2	Dış Ticaret Dengesi.....	143
2.	SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ.....	144
2.1	Türkiye Meyve İşleme Sanayinin SWOT Analizi .....	144
2.1.1	Güçlü Yönler .....	144
2.1.2	Zayıf Yönler.....	144
2.1.3	Tehditler .....	144
2.1.4	Fırsatlar .....	145
2.2	Türkiye Meyve Suyu Pazarının SWOT Analizi.....	145
2.2.1	Güçlü Yönler .....	145
2.2.2	Zayıf Yönler.....	145
2.2.3	Tehditler .....	145
2.2.4	Fırsatlar .....	145
3.	SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER.....	146
4.	SEKTÖRÜN DIŞ PİYASALARDAKİ DURUMU .....	146
5.	DİĞER SEKTÖRLER ve YAN SANAYİ İLE İLİŞKİLER .....	147
6.	SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI .....	147
6.1	Temel Strateji, Amaç ve Politikalar .....	147
6.2	Pazar Denetimi .....	148
6.3	Meyveciliğin Geliştirilmesi .....	149



6.4	Sözleşmeli Meyve Üretimine Benimsetilmesi ve Yaygınlaştırılması .....	150
6.5	İhracatın Geliştirilmesi .....	150
6.6	Tarım Arazileri ve Uygun Plantasyon Alanları Envanteri .....	151
6.7	Enerji Maliyetleri .....	151
6.8	Tüketicilerin Bilinçlendirilmesi .....	152
6.9	STK'ların Güçlendirilmesi .....	152
7.	SEKTÖREL YAPILANMA .....	153
KURUYEMİŞ SEKTÖRÜ .....		154
GİRİŞ .....		154
1.	SEKTÖRÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ .....	154
1.1	Endüstri Yapısı .....	154
1.1.1	İşletme Sayısı .....	154
1.1.2	Ekonomide Yaratılan Katma Değer .....	154
1.2	Üretim .....	154
1.2.1	Ürün Bazında Üretim .....	154
1.3	Tüketim .....	154
1.3.1	Ürün Bazında Tüketim Değerleri .....	154
1.4	Türkiye Gıda ve İçecek Pazar Verileri .....	154
1.4.1	Büyüme Oranları .....	154
1.5	Dış Ticaret .....	154
1.5.1	İthalat-İhracat .....	154
1.5.2	Dış Ticaret Dengesi .....	154
2.	SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ .....	154
2.1	Gıda Sanayinin Güçlü Yönleri .....	154
2.2	Gıda Sanayinin Zayıf Yönleri .....	155
3.	YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR .....	155
3.1	Genel Teşvik Sistemi ve Uygulamaları .....	155
4.	SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER .....	155
5.	DİĞER SEKTÖRLER VE YAN SANAYİ İLE İLİŞKİLER .....	155
6.	SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI .....	155
6.1	Temel Strateji, Amaç ve Politikalar .....	155
6.2	Kayıtdışılık .....	155
6.3	Tüketicinin Bilinçlendirilmesi .....	155
6.4	STK'larının Güçlendirilmesi .....	155
7.	SEKTÖRÜN AB UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA VE AB KARŞILAŞTIKLARI	
UYUM SORUNLARI .....		156
7.1	Gıda ve İçecek Sanayinin AB ile Karşılaştırılması .....	156
8.	SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTIRILMASI VE VERİMLİLİK .....	156
8.1	AR-GE Harcamaları ve İstihdamı, Çevre Uygulamaları, Teknoloji ve Hammadde .....	156
9.	GENEL DEĞERLENDİRME .....	156



BİTKİSEL YAĞ SEKTÖRÜ .....	157
GİRİŞ .....	157
1. SEKTÖRÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ .....	157
1.1 Endüstri Yapısı .....	157
1.1.1 İşletme Sayısı .....	157
1.2 Üretim .....	157
1.2.1 Ürün Bazında Üretim .....	157
1.2.2 Mevcut Kapasite ve Kapasite Kullanım Oranı .....	158
1.3 Tüketim .....	158
1.3.1 Ürün Bazında Tüketim Değerleri .....	158
1.4 Türkiye Gıda ve İçecek Pazar Verileri .....	159
1.4.1 Pazar Büyüklüğü – Ciro – Ürün Hacmi (Volüm) .....	159
1.4.2 Büyüme Oranları .....	159
1.5 Dış Ticaret .....	159
1.5.1 İthalat – İhracat .....	159
1.5.2 Dış Ticaret Dengesi .....	161
2. SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ .....	161
2.1 Gıda Sanayinin Güçlü Yönleri .....	161
2.2 Gıda Sanayinin Zayıf Yönleri .....	161
2.3 Gıda Sanayi İçin Tehditler .....	162
3. SEKTÖRDE DIŞ PİYASALARDAKİ DURUM .....	162
4. SEKTÖRÜN YAPISAN SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI .....	162
4.1 Temel Strateji, Amaç ve Politikalar .....	162
4.2 Gıda Mevzuatı .....	162
4.3 Gıda Denetimi .....	162
4.4 Tüketicinin Bilinçlendirilmesi .....	163
4.5 STK'ların Güçlendirilmesi .....	163
5. GENEL DEĞERLENDİRME .....	163
SÜT SEKTÖRÜ .....	164
1. TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ .....	164
1.1 Endüstri Yapısı .....	164
1.1.1 İşletme Sayısı .....	164
1.1.2 Ekonomide Yaratılan Katma Değer .....	164
1.2 Üretim .....	164
1.2.1 Ürün Bazında Üretim .....	164
1.3 Tüketim .....	165
1.3.1 Ürün Bazında Tüketim Değerleri .....	165
1.4 Dış Ticaret .....	166
1.4.1 İthalat – İhracat .....	166
1.4.2 Dış Ticaret Dengesi .....	169
1.5 İstihdam .....	169



2.	SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ.....	169
2.1	Süt ve süt ürünleri sanayisinin güçlü yönleri:.....	169
2.2	Süt ve süt ürünleri sanayisinin zayıf yönleri: .....	170
2.3	Süt ve süt ürünleri sanayisi için tehditler: .....	170
2.4	Süt ve süt ürünleri sanayisinin önündeki fırsatlar: .....	171
3.	YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR.....	171
3.1	Genel Teşvik Sistemi ve Uygulamaları .....	171
3.2	Teşvik Belgeli Yatırımlara Sağlanacak Destek Unsurları .....	171
3.3	Genel Teşvik Sistemi ile İlgili Uygulama Bilgileri .....	172
3.4	KOBİ Teşvik Sistemi ve Uygulamaları .....	172
4.	SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER.....	172
5.	SEKTÖRÜN DIŞ PİYASALARDAKİ DURUMU .....	172
6.	SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI .....	173
6.1	Temel Strateji, Amaç ve Politikalar .....	173
6.2	Gıda Mevzuatı .....	173
6.3	Gıda Denetimi .....	174
6.4	Kayıdışılık.....	174
6.5	Tüketicinin Bilinçlendirilmesi.....	175
6.6	STK'ların Güçlendirilmesi.....	175
7.	SEKTÖRÜN AB UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA VE KARŞILAŞTIKLARI UYUM SORUNLARI .....	176
7.1	Gıda ve İçecek Sanayinin AB ile Karşılaştırılması .....	176
8.	SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTTIRILMASI VE VERİMLİLİK .....	176
8.1	ARGE Harcamaları ve İstihdamı, Çevre Uygulamaları, Teknoloji ve Hammadde .....	176
8.2	Sektörde Kamunun Rolü, Özelleştirme Faaliyetleri ve Muhtemel Etkileri.....	176
	BİSKÜVİ SEKTÖRÜ .....	177
	GİRİŞ .....	177
1.	SEKTÖRÜN YAPISI .....	177
2.	BİSKÜVİ SANAYİ VE ARGE .....	181
3.	ÇALIŞAN İŞGÜÇÜ .....	183
4.	DÜNYA VE TÜRKİYE'DE BİSKÜVİ ÜRETİM VE DIŞ TİCARETİ .....	184
5.	BİSKÜVİ SEKTÖRÜNDE SORUNLAR .....	187
	UN SEKTÖRÜ.....	189
1.	SEKTÖRÜN ÖNEMİ VE GELİŞİMİ .....	189
2.	DÜNYA BUĞDAY ÜRETİMİ VE PİYASALARI .....	190
3.	UN SANAYİ VE GELİŞİMİ .....	197
4.	SEKTÖRDE DIŞ TİCARET .....	199
5.	BUĞDAY, UN, ÜRETİCİ FİYATLARI VE REKABET .....	204





# TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

MAKARNA SEKTÖRÜ.....	226
1. TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ.....	226
1.1 Endüstri Yapısı.....	226
1.1.1 İşletme Sayısı.....	226
1.1.2 Ekonomide Yaratılan Katma Değer.....	226
1.2 Üretim.....	226
1.2.1 Ürün Bazında Üretim.....	226
1.2.2 Mevcut Kapasite ve Kullanım Oranı.....	227
1.3 Tüketim.....	228
1.3.1 Ürün Bazında Tüketim Değerleri.....	228
1.4 Türkiye Makarna ve İçecek Pazar Verileri.....	230
1.4.1 Dış Ticaret.....	230
1.4.2 İthalat-İhracat.....	230
1.4.3 Dış Ticaret Dengesi.....	232
2. SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ.....	232
2.1 Makarna Sanayinin Güçlü Yönleri.....	232
2.2 Makarna Sanayinin Zayıf Yönleri.....	233
3. YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR.....	233
3.1 Genel Teşvik Sistemi ve Uygulamaları.....	233
4. SEKTÖRDE DIŞ PİYASALARDAKİ DURUMU.....	233
5. SEKTÖRÜN AB İLE UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA VE AB İLE KARŞILAŞTIKLARI UYUM SORUNLARI.....	234
ŞEKER SEKTÖRÜ.....	236
1. DÜNYADA ve TÜRKİYE'DE ŞEKER.....	236
1.1 ABD'de Şeker.....	237
1.2 AB'de Şeker.....	237
1.3 Türkiye'de Şeker.....	239
1.4 Ülkemiz ve AB Şeker Rejimi Karşılaştırması.....	241
1.5 AB 27 Ülkelerinde Pancar ve Mısır Şekeri Üretimi Dağılımı.....	242
2. ŞEKER TÜKETİMİ İLE SAĞLIK ARASINDA NASIL BİR İLİŞKİ VARDIR?.....	243
Ek-1 ABD BÜYÜKELÇİLİĞİ-MISIR ŞEKERİ HAKKINDA BASIN AÇIKLAMASI.....	245
Ek-2 SAĞLIK BAKANLIĞI,“NİŞASTA BAZLI ŞEKER”LE İLGİLİ BİLİM KURULU RAPORU.....	246
Ek-3 ULUSAL BESLENME PLATFORMU KAMUOYU AÇIKLAMASI.....	248
ÇİKOLATA VE ŞEKERLEME SEKTÖRÜ.....	251
1. SEKTÖRÜN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ.....	251
2. DÜNYA ŞEKERLİ VE ÇİKOLATALI MAMUL TİCARETİ.....	258



ÇAY SEKTÖRÜ.....	261
1. ÇAY ÜRETİMİNİN DÜNYA EKONOMİSİNDEKİ YERİ .....	261
2. ÇAYIN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE GELİŞİMİ .....	263
2.1 Tarım .....	263
2.1.1 Çay Tarım Alanlarının Ruhsatlandırılması.....	264
2.1.2 Çaylık Alanların Üreticilere Göre Dağılımı .....	265
2.1.3 Çaylık Alanların İllere Göre Dağılımı .....	265
2.1.4 Çay Bahçelerinin Budanması.....	266
2.1.5 Organik Çay Tarımı ve Üretimi Çalışmaları .....	266
2.1.6 Yaş Çay Alımları ve Ödemeleri.....	267
3. YABANCI MENŞELİ ÇAYLAR .....	268
GIDA KATKI MADDELERİ VE YARDIMCI MADDELER SEKTÖRÜ .....	269
1. SEKTÖRÜN TANIMI VE KAPSAMI .....	269
1.1 Sektörün Tanımı .....	269
1.2 Sektör Ürünlerinin Tanımı .....	269
1.2.1 Sektör Ürünleri.....	270
1.2.2 Sektör Hammaddeleri .....	270
2. SEKTÖRÜN GELİŞİMİ VE TEMEL GÖSTERGELER.....	270
2.1 Sektörün Gelişimi ve Ekonomideki Önemi .....	270
2.2 Sektör Temel Göstergeleri.....	270
2.2.1 Genel Yapı .....	270
2.2.1.1 Katkı Maddesi/Katkı Maddesi Karışımları Sanayi .....	270
2.2.1.2 Yardımcı Maddeler Sanayi.....	271
2.2.1.2.1 Maya Sanayi .....	271
2.2.1.2.2 Enzim Sanayi.....	271
2.2.2 Üretim-İthalat-İhracat .....	271
Ekmek Katkıları: .....	271
Un Katkıları: .....	272
Pasta Katkıları: .....	272
Ekmek Mayası:.....	272
2.2.3 İstihdam .....	272
3. DÜNYADA SEKTÖRÜN DURUMU VE GELİŞMELER .....	272
3.1 Dünyada Sektörün Gelişimi .....	272
3.2 AB ile İlişkiler.....	273
4. SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜ.....	273
5. SEKTÖRDE GELECEĞE YÖNELİK BEKLENTİLER.....	276
6. SEKTÖR STRATEJİLERİ VE POLİTİKALARI .....	276
6.1 Vizyon ve Misyon .....	276
6.2 Strateji ve Politikalar .....	277



# TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

DİSTİLE ALKOLLÜ İÇKİLER SEKTÖRÜ .....	278
1. SEKTÖRÜN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ .....	278
1.1 Endüstri Yapısı .....	278
1.1.1 İşletme Sayısı.....	279
1.1.2 Ekonomide Yaratılan Katma Değer .....	280
1.2 Üretim .....	283
1.3 Tüketim .....	286
1.4 Dış Ticaret .....	287
1.4.1 İhracat .....	287
1.4.2 İthalat.....	288
1.5 Fiyatlar .....	290
1.5.1 Özel Tüketim Vergisi .....	292
1.5.2 Avrupa Birliği'nde Özel Tüketim Vergisi.....	293
2. SWOT ANALİZİ .....	294
GZFT (Güçlü Yanlar-Zayıf Yanlar ve Sorunlar-Fırsatlar-Tehditler) Analizi .....	294
Güçlü Yanlar.....	294
Zayıf Yanlar ve Sorunlar .....	294
Fırsatlar .....	294
Tehditler .....	295
BİRA SEKTÖRÜ .....	296
1. SEKTÖRÜN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ .....	296
1.1 Endüstri Yapısı .....	296
1.1.1 İşletme Sayısı.....	296
1.1.2 Ekonomide Yaratılan Katma Değer .....	297
1.2 Üretim .....	299
1.2.1 Mevcut Kapasite ve Kapasite Kullanım Oranı .....	300
1.3 Tüketim .....	301
1.3.1 Türkiye Bira Pazarı Verileri.....	303
1.4 Dış Ticaret .....	303
1.4.1 İthalat –İhracat.....	303
1.4.2 Dış Ticaret Dengesi.....	305
1.5 İstihdam .....	305
2. SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ.....	308
2.1 Bira Sektörünün Güçlü Yönleri .....	308
2.2 Bira Sektörünün Zayıf Yönleri .....	309
2.3 Bira Sektöründeki Fırsatlar .....	309
2.4 Bira Sektöründeki Tehditler.....	309
3. YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR.....	310
3.1 Genel Teşvik Sistemi ve Uygulamaları .....	310
3.2 Teşvik Belgeli Yatırımlara Sağlanacak Destek Unsurları .....	311
3.3 Genel Teşvik Sistemi ile İlgili Uygulamalar.....	311



3.4	KOBİ Teşvik Sistemi ve Uygulamaları .....	313
4.	SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER.....	313
5.	SEKTÖRDE DIŞ PİYASALARDAKİ DURUM.....	313
6.	DIĞER SEKTÖRLER VE YAN SANAYİ İLE İLİŞKİLER.....	313
7.	SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI .....	313
7.1	Temel Strateji, Amaç ve Politikalar .....	313
7.2	Bira Mevzuatı .....	314
7.3	Bira Denetimi .....	315
7.4	Kayıdışılık.....	315
7.5	Tüketicinin Bilinçlendirilmesi .....	316
7.6	STK'ların Güçlendirilmesi .....	317
8.	SEKTÖRÜN AB UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA VE AB İLE KARŞILAŞTIKLARI UYUM SORUNLARI.....	318
8.1	Bira Sanayinin AB Bira Sanayi ile Karşılaştırılması .....	320
8.2	Özdenetim Sistemi .....	321
9.	SEKTÖREL YAPILANMA .....	322
10.	SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTTIRILMASI VE VERİMLİLİK.....	322
10.1	AR-GE Harcamaları ve İstihdam, Çevre Uygulamaları, Teknoloji ve Hammadde.....	322
11.	GENEL DEĞERLENDİRME.....	325
11.1	Türkiye Bira Sektörünün Ülke Ekonomisine Katkılarına İlişkin Önemli Sonuçlar; .....	325
	AMBALAJLI İÇME SUYU SEKTÖRÜ.....	328
1.	SEKTÖRÜN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ .....	328
2.	SU SEKTÖRÜNÜN ANA SORUNLARI.....	330
3.	AB DİREKTİFLERİNE UYGUN YENİ YÖNETMELİKLERİN YARATACAĞI ETKİLER.....	332
	MADENSUYU SEKTÖRÜ .....	335
	GİRİŞ .....	335
1.	SEKTÖRÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ .....	335
1.1	Endüstri Yapısı ve Üretim .....	335
1.2	Tüketim .....	335
1.2.1	Ürün Bazında Tüketim .....	335
1.3	Türkiye Gıda ve İçecek Pazar Verileri.....	336
1.3.1	Pazar Büyüklüğü.....	336
1.3.2	Büyüme Oranları .....	336
2.	SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ.....	337
3.	YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR.....	338
4.	SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER.....	338
5.	SEKTÖRDE DIŞ PİYASALARDAKİ DURUM.....	338
6.	SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI .....	338
7.	SEKTÖREL YAPILANMA .....	338
8.	GENEL DEĞERLENDİRME.....	339



# TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

MEŞRUBAT (GAZLI ALKOLSÜZ İÇECEKLER) SEKTÖRÜ .....	340
1. SEKTÖRÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ .....	340
1.1 Endüstri Yapısı ve Üretim .....	340
1.2 Tüketim .....	340
1.2.1 Ürün Bazında Tüketim .....	340
1.3 Türkiye Gıda ve İçecek Pazar Verileri .....	342
1.3.1 Pazar Büyüklüğü .....	342
1.3.2 Büyüme Oranları .....	343
2. SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ .....	343
3. YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR .....	344
4. SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER .....	345
5. SEKTÖRDE DIŞ PİYASALARDAKİ DURUM .....	345
6. SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI .....	345
6.1 ÖZEL TÜKETİM VERGİSİ .....	345
6.2 HIZLI TÜKETİM ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜNDE SAHTECİLİK SORUNUNUN BOYUTLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ .....	346
6.2.1 Genel Değerlendirme .....	346
6.2.2 Sektörel Sorunlar .....	346
6.2.3 Çözüm Önerileri .....	347
6.3 HIZLI TÜKETİM ÜRÜNLERİNDE VERGİ VE HARÇLARLA İLGİLİ SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ .....	348
6.3.1 Özel Tüketim Vergisi Kanunu (ÖTVK) ile İlgili Görüşler .....	348
6.3.2 Kaynak Suları Harcı ile İlgili Görüşler .....	348
6.4 GIDA SEKTÖRÜNDE ŞEKER KANUNU'NDAN KAYNAKLANAN SORUNLAR VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ .....	348
7. Temel Strateji, Amaç ve Politikalar .....	349
YUMURTA SEKTÖRÜ .....	350
1. TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ .....	350
2. SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ .....	350
2.1 Yumurta Sektörünün Güçlü Yönleri .....	350
2.2 Yumurta Sektörünün Sanayinin Zayıf Yönleri .....	350
2.3 Yumurta Sektörü için Tehditler .....	350
2.4 Yumurta Sektörünün Önündeki Fırsatlar .....	350
3. YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR .....	351
4. SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER .....	351
5. SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI .....	351
5.1 Önemli Sorunlar ve Çözüm Önerileri .....	351
6. SEKTÖRÜN AB UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA VE AB KARŞILAŞTIKLARI UYUM SORUNLARI .....	352
7. SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTIRILMASI VE VERİMLİLİK .....	352
8. GENEL DEĞERLENDİRME .....	352



## YÖNETİCİ ÖZETİ

- Gıda ve içecek sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin sanayi işletmeleri içindeki payı inceleme döneminde azalmıştır. 2003 yılında %11,5 olan gıda ve içecek sanayi işletmelerinin sanayi sektörü içindeki payı, 2008 yılında %10,6 'ya kadar gerilemiştir. Bu payın inceleme döneminde en yüksek değerini almış olduğu yıl %11,7 ile 2006 yılı olurken, en düşük değer %9,7 ile 2007 yılında elde edilmiştir.
- Gıda ve içecek sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin yaratmış oldukları toplam katma değer, 2003 yılında 7,4 milyar TL iken 2008 yılında %48,7 oranında artarak yaklaşık olarak 11 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Sektördeki üretim ve ciro tutarların iki kata yakın artmış olmasına rağmen, katma değerdeki artış bu derece yüksek olmamıştır.
- Gıda ve içecek sanayi olarak iki alt grupta incelendiğinde, 2008 yılında gıda sanayinin yaratmış olduğu katma değer 9,8 milyar TL olduğu; buna karşın içecek sanayinin katma değerinin ise sadece 1,2 milyar TL olduğu görülmektedir.
- Gıda sanayindeki katma değer 2003 yılına göre 3 milyar TL (%43,9) artarken, içecek sanayindeki katma değer ise 601 milyon TL'lik artışla iki kattan daha fazla artmıştır. Başka ifade ile alt sektörlerde yaratılan katma değer bakımından içecek imalatı'ndaki artışın daha yüksek oranda gerçekleşmiş olduğu anlaşılmaktadır.
- Gıda sanayi üretimi değeri 2003 yılına göre 2008 yılında 30,2 milyar TL (%94,4) artarak 62,2 milyar TL, içecek sanayi üretim değeri aynı yıllarda 2,4 milyar TL (%119,4) artarak 4,5 milyar TL'ye yükselmiştir. Başka ifade ile üretim değeri bakımından her iki alt sektörde neredeyse iki katına yakın bir artış söz konusu olmuştur. Alt gruplar itibariyle incelendiğinde ise üretim değeri bakımından da en fazla yoğunlaşmanın olduğu grubun Diğer Gıda Maddeleri İmalatı olduğu, buna karşın üretim değerinin en az olduğu alt grubun ise Balık ve Balık Ürünlerinin İşlenmesi ve Muhafazası grubunda olduğu görülmektedir.
- Gıda ve içecek sanayindeki üretim değerinin sanayi üretimi içindeki payları inceleme döneminde azalmıştır. 2003 yılında %12,9 olan gıda ve içecek sanayi üretiminin sanayi sektörü içindeki payı, 2008 yılında %11,8'e kadar gerilemiştir. Bu payın inceleme döneminde en yüksek değerini almış olduğu yıl %12,9 ile 2003 yılı olurken, en düşük pay %11,4 ile 2006 yılında elde edilmiştir.
- Gıda ve içecek sanayi kapasite kullanım oranlarının 2009 ve 2010 yıllarındaki aylık değerleri incelendiğinde; genel olarak 2010 yılı değerlerinin 2009 yılı değerlerinden daha yüksek olduğu görülmektedir. Sadece Haziran-Eylül dönemini kapsayan 4 ayda 2009 yılı aylık kapasite kullanım oranları, 2010 yılı aylık değerlerinden daha yüksektir. Son iki yılda gıda ve içecek sanayi kapasite kullanım oranının en düşük olduğu ay %61,5 ile Mart 2009 ayı olurken, en yüksek değer Ekim 2010 ayındaki %75,1'lik değerdir.
- Gıda sanayinde en yüksek oranlı kapasite kullanım oranı %75,4 ile Kasım 2010 ayında elde edilirken, en düşük oran Mart 2009 ayında %62 ile elde edilmiştir. İçecek sanayinde ise sadece 2010 yılı ilk iki ayında 2009 yılına göre kapasite kullanım oranları azalmış, diğer tüm aylarda ise oranlar artmıştır. 2009 yılı aylık kapasite kullanım oranlarına göre, 2010 yılında en yüksek oransal artışın olduğu ay %21,2 ile ekim ayı olurken, en büyük azalma %6,7 ile ocak ayında gerçekleşmiştir. İçecek sanayinde en yüksek oranlı kapasite kullanım oranı %83 ile ağustos 2010'da elde edilirken, en düşük oran şubat 2010'da %52,3 ile elde edilmiştir.
- Gıda ve içecek sanayindeki ciro değerinin sanayi cirosu içindeki payları inceleme döneminde az da olsa azalmıştır. 2003 yılında %12,7 olan gıda ve içecek sanayi cirosunun



sanayi sektörü içindeki payı, 2008 yılında %11,9'a kadar gerilemiştir. Bu payın inceleme döneminde en yüksek değerini almış olduğu yıl %12,7 ile 2003 ve 2005 yılları olurken, en düşük pay %11,5 ile 2006 yılında elde edilmiştir.

- 1999-2010 dönemini kapsayan yıllık Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) ve gıda ve içecek sanayi cari büyüme rakamları incelendiğinde, 2001, 2002, 2003, 2009 ve 2010 yılları hariç, gıda ve içecek sanayi büyüme oranlarının, GSYİH büyüme oranlarından daha düşük değerler aldığı görülmektedir. Gıda ve içecek sanayi cari fiyatlarla, bu dönemlerde sırasıyla %47,8, %49,1, %34,6, %4,4 ve %18,1 oranlarında büyürken, GSYİH büyümesi ise bu yıllar için %44,1, %45,9, %29,8, %0,2 ve %16 olarak gerçekleşmiştir.
- Gıda ve içecek sanayinin cari olarak en yüksek büyüme hızını yakalamış olduğu yıl, %53,1 ile 2000 yılı olurken; en düşük büyüme oranı %4,4 ile 2009 yılında gerçekleşmiştir. 2009 yılında tüm dünyayı etkisi altına alan küresel kriz nedeniyle GSYİH cari fiyatlarla 2008 yılına göre sadece %0,2 oranında artarken, gıda ve içecek sanayi %4,4'lük büyüme oranını yakalayabilmiştir. 2010 yılında ise GSYİH %16 oranında büyürken, gıda ve içecek sanayi büyümesi %18,1 ile az da olsa daha yüksek oranda gerçekleşmiştir.
- TÜİK'in harcamalar yöntemine göre açıklamış olduğu GSYİH verilerine göre, 1998-2010 yılları arasında Türkiye ekonomisi cari fiyatlarla 15,7 kat büyüyerek 70 milyar TL'den 1.105 milyar TL'ye yükselmiştir. Söz konusu dönemde Gıda ve İçecek Sanayi 14,8 kat artarak 15 milyar TL'den 222 milyar TL'ye yükselmiştir.
- Gıda ve içecek sanayinin GSYİH içindeki payı 1998 yılı başında %21,4 iken, 2010 yılı sonunda söz konusu pay %20,1'e gerilemiştir. 2008 yılındaki %18,9'luk pay inceleme döneminde elde edilen en düşük değer olurken, payın en yüksek olduğu yıl %21,6 ile 2003 yılı olmuştur. 2003 yılından 2008 yılına kadar sürekli olarak azalan bir trend izleyen gıda ve içecek sanayine ait pay, 2009 yılından itibaren tekrar artmaya başlamıştır. Bu payın en yüksek olduğu yıl %23 ile 2001 kriz yılı olurken, en düşük olduğu yıl ise %19,3 ile 2007 yılıdır. Payın en yüksek olduğu 2001 yılından sonra genelde azalan bir trend izleyen bu pay, kriz yılı olan 2009 yılında %20,8'e kadar yükselmiştir. Orandaki bu yükselme eğiliminin 1999 ve 2001 kriz yılları için de geçerli olduğu görülmektedir.
- Gıda ve içecek sanayinin 2000-2010 yılları arasında ihracatı 3,7 kat (%265,8) artarak 1,8 milyar dolar seviyelerinden 6,7 milyar dolara yükselirken; aynı dönemde Türkiye toplam imalat sanayi ihracatları da 4,1'er kat artmıştır. Başka bir ifade ile gıda ve içecek sanayi ihracatı bu dönemde artmış olmasına rağmen, ihracat artış hızı bakımından Türkiye toplam sanayi ihracatına göre daha düşük oranda bir performans sergilemiştir.
- 2009 kriz yılında gıda ve içecek sanayi ihracatı 2008 yılındaki 6,5 milyar dolar seviyelerinden 5,9 milyar dolar seviyesine gerilemiş, 2010 yılında ise artarak 6,7 milyar dolar seviyesine yükselmiş ve 2008 yılı tutarını aşarak kriz öncesi dönemdeki seviyelerini yakalamıştır.
- Gıda ve içecek sanayi ihracatının 2008-2010 yıllarında ülkelere göre dağılımı incelendiğinde; her üç yılda da ilk iki sıradaki Irak ve Almanya'nın sıralamadaki yerlerinin değişmediği görülmektedir. 2008 yılında üçüncü sırada yer alan Hollanda, 2009 ve 2010 yıllarında İngiltere ile yer değiştirerek dördüncü sıraya gerilemiştir. 2008 yılı sıralamasında dokuz ve onuncu sıralarda yer alan Rusya Federasyonu ve Libya, 2009 ve 2010 yıllarında ilk on sıralamasının dışında kalmıştır. 2008 yılında ilk 10 ülke sıralamasında yer almayan Suudi Arabistan ve Endonezya'nın ise 2009 ve 2010 yılları sıralamasında yer aldığı görülmektedir.
- Gıda ve içecek sanayi 2008 yılında toplam ihracatının %15,4'ünü Irak'a yaparken, 2009 yılında %17 ve 2010 yılında da %16,5'ini yine bu ülkeye yapmıştır. Irak'a yapılan ihracatın



payı 2009 yılında artarken, 2010 yılında az da olsa gerilemiştir. İkinci sırada yer alan Almanya'nın ise gıda ve içecek sanayi içindeki ihracat oranları önemli bir değişiklik göstermemiştir. Gıda ve içecek sanayi ihracatı içindeki ilk 10 ülkenin toplam payı, 2008 yılında %51,9 iken, 2009 yılında %53,4'e yükselmiş, 2010 yılında ise tekrar azalarak %52,1 seviyesine gerilemiştir.

- Gıda ve içecek sanayi ithalatı, 2000-2010 yılları arasında neredeyse 3 kata yakın artarak 1,1 milyar dolardan 3,4 milyar dolara yükselirken; aynı dönemde Türkiye toplam ithalatı 3,4 kat, sanayi ve İmalat Sanayi sektörleri ithalatları ise yaklaşık olarak 3,3'er kat artmıştır. Başka bir ifade ile gıda ve içecek sanayi, ithalat artış hızı bakımından diğer sanayi sektörleri ve Türkiye toplam ithalatına göre biraz daha düşük gerçekleşmiştir. Bu durum sektörün Türkiye toplam dış ticaret açıklarına pozitif yönde katkısını göstermesi bakımından dikkate değerdir.
- Gıda ve içecek sanayi ithalatı; 2001 yılı hariç, 2000 yılından 2008 yılına kadar sürekli olarak bir önceki yıl almış oldukları değerlere göre artmıştır. 2009 kriz yılında ise gıda ve içecek sanayinin yapmış olduğu ithalat 2008 yılındaki 3,8 milyar dolar seviyelerinden 2,9 milyar dolar seviyelerine gerilemiş, krizin sona ermeye başladığı 2010 yılında ise tekrar artarak 3,4 milyar dolar seviyelerine yükselmiştir.
- Gıda ve içecek sanayi ithalatının 2008-2010 yıllarında ülkelere göre dağılımı incelendiğinde; her üç yılda da Malezya ve A.B.D.'nin ilk üç arasında yer almış olduğu görülmektedir. 2008 ve 2009 yıllarında ilk üç arasında yer alan Ukrayna, 2010 yılı sıralamasında dördüncü sıraya gerilemiş, Almanya ise 2010 yılında üçüncü sıraya yükselmiştir. 2008 yılı sıralamasında onuncu sırada yer alan İspanya, 2009 ve 2010 yıllarında ilk on sıralamasının dışında kalırken; 2009 yılında son sırada yer alan Fransa, 2008 ve 2010 yıllarına ait ilk on ülke arasında yer almamaktadır. 2008 ve 2009 yıllarında ilk on ülke sıralamasında yer almayan Polonya ise 2010 yılı sıralamasına altıncı sıradan girebilmiştir. 2008-2010 yılı sıralamalarında İspanya, Fransa ve Polonya dışında kalan ülkeler sıralamadaki yerleri değişmekle birlikte ilk on ülke içinde kalmışlardır. Gıda ve içecek sanayi 2008 yılında toplam ithalatının %34'ünü ilk üç ülkeden yaparken, bu oran 2009 yılında %30,3'e, 2010 yılında da %24,6'ya gerilemiştir.
- Dış ticaret karşılama oranlarının 2000-2010 yılları arasındaki durumu incelendiğinde, Türkiye toplam sanayi dış ticaret karşılama oranlarının sürekli olarak çok yetersiz seviyelerde seyrettiği; buna karşın, gıda ve içecek sanayi dış ticaret karşılama oranlarının ise çok iyi seviyelerde olduğu görülmektedir. Başka bir ifade ile inceleme dönemindeki tüm yıllarda, gıda ve içecek sanayi dış ticarete sürekli olarak ihracat fazlası veren bir yapı sergilemektedir.
- Gıda ve içecek sanayi en yüksek dış ticaret karşılama oranını %204 ile kriz yılı olmasına rağmen 2009 yılında yakalarken, en düşük oran %138,3 ile 2002 yılında elde edilmiştir. İnceleme döneminde Türkiye dış ticaret karşılama oranının en yüksek olduğu yıl %75,7 ile 2001 kriz yılı olurken, en düşük oran %51 ile 2000 yılında elde edilmiştir.
- Yıllık Sanayi İstatistikleri 2008 yılı sonuçlarına göre, gıda ve içecek sanayinde 2003 yılında 275.773 kişi olan çalışan sayısı, 2008 yılında 52.880 kişi (%19,2) artarak 328.653 kişi olmuştur. Çalışanların 317.713 kişisi gıda sanayinde, 10.940 kişisi içecek sanayinde olduğu görülmektedir. Gıda Sanayinde çalışan sayısı 2003 yılına göre 52.879 kişi (%20) artarken, içecek sanayinde çalışan sayısı değişmemiştir. Başka ifade ile çalışan sayıları bakımından içecek sanayi ilave bir istihdam yaratamazken, gıda sanayi istihdama olumlu yönde katkı sağlamıştır. Alt gruplar itibariyle incelendiğinde ise çalışan sayıları bakımından en fazla yoğunlaşmanın olduğu grubun Diğer Gıda Maddeleri İmalatı olduğu,





buna karşın istihdamın en az olduğu alt grubun ise Balık ve Balık Ürünlerinin İşlenmesi ve Muhafazası olduğu görülmektedir.

### **Gıda ve İçecek Sanayinin Güçlü Yönleri**

- Türkiye gıda sanayi, tarımsal hammadde varlığı ve çeşitliliği bakımından dışa bağımlı olmayan bir potansiyel yapıya sahiptir.
- Genç ve artan nüfus yoğunluğu ile Türkiye’de hem üretim hem de tüketim artış göstermektedir.
- Türk gıda sanayi üretim potansiyeli ve ülkedeki mevcut tarımsal ürün çeşitliliği sebebiyle önemli ihracat fırsatlarına sahiptir.
- Gelişen bir ülke olarak, tüketici harcamalarını da pozitif yönde etkileyecek olan kişi başı GSYİH’da ileriki yıllarda artış beklenmektedir.
- Gelişen alt yapı çerçevesinde teknoloji ve bilgi birikimini takip eden ve ülkelerin taleplerine uyum sağlayacak esnek üretim yapısı bulunmaktadır.
- Girişimci ruh ve son yıllarda işletme yönetiminde gelişmeler vardır. Her konuda yetişmiş teknik elemanları bulunmaktadır.
- Mevzuat altyapısı süratle AB’ye uyumlu hale getirilmektedir.
- Dünyada sulanabilir alanlar son sınırına gelmişken, ülkemiz bu açıdan hala kullanılmayan arazi varlığı mevcuttur. Önemli bir yatırım olan GAP’ın tamamlanmasıyla sulanabilir arazi varlığı büyük ölçüde artacaktır.
- Coğrafi konum ve pazar açısından AB ve Gelişen ihracat pazarlarına yakınlık, (Orta Doğu, Kuzey Afrika, Türk Cumhuriyetler).
- Türkiye gıda sanayi dinamik bir yapıya sahiptir. İşgücü temini kolaylığı ve yetişmiş genç nüfus varlığı önemli bir şanstır.
- Gıda ürünlerinin tüketime özellikle de insan tüketimine yönelik oluşu ve vazgeçilmez nitelik taşımaları nedeniyle sanayide yatırımları özellikle de son yıllarda yabancı sermaye girişini artırmıştır.
- Katma değeri yüksek ürünler üreten gıda sanayi, tüketim ve satın alma davranışlarındaki değişimlere hızlı olarak yanıt vererek dinamik yapısını korumaktadır.
- Özellikle kadınların çalışma hayatına aktif olarak katılması nedeniyle hazır, kolay hazırlanabilir ve dayanıklı gıdaya olan talebin çoğalması.
- Halkın beslenme alışkanlarındaki değişiklikler ve tercih farklılıkları gıda sanayinin gelişmesine katkı sağlamaktadır.
- Sektörün yabancı sermayeden çok yerli sermayeye dayalı olması krizlerden daha az etkilenmesine sebep olmaktadır.
- Uluslararası sektör kuruluşlarıyla ilişkiler, Kamu-sektör iş birliği, Endüstrinin örgütlenmesi sektörün dinamiklerin harekete geçirilmesinde etkili olmaktadır.
- Tedarik, üretim ve satış programı belli, ağlarını kurmuş işletmelerin mevcudiyeti, modern ve yüksek kapasiteli üretim tesislerinin varlığı kalitesi bakımından uluslararası standartların yakalanmasına imkân sağlamaktadır.

### **Gıda ve İçecek Sanayinin Zayıf Yönleri**

- Sanayinin en önemli sorunlarının başında, yeterli, kaliteli ve homojen hammaddeyi, sürekli ve dünya fiyatlarından temin etmede sorunlar bulunmaktadır.



- Hayvan hastalıklarının yaygın olarak bulunması halkın sağlığını tehdit eden en önemli konuların başında geldiği gibi ihracatın da yapılamamasında en önemli bir engeldir.
- Sektörde küçük ve orta ölçekli işletme yoğunluğu ve yetersiz sermaye yapısı hakimdir.
- Yetersiz denetim, kayıt dışılık taklit ve tağşişin neden olduğu haksız rekabet söz konusudur.
- Vergi oranları yüksek ve orantısızdır.
- Yüksek üretim maliyeti ile özellikle uluslararası rekabette sorunlar yaşanmaktadır.
- Tüketici bilincinin tam olarak oluşmaması ve tüketici gelir düzeyindeki dağılım dengesizliği, gıda ürünlerine talebin niteliğini ve niceliğini etkileyerek, üretim kapasitesini olumsuz etkilemektedir.
- Gıda sanayi ile bilimsel araştırma kurumları arasında sorun çözümü, yeni teknolojiler ve ürün geliştirmeye yönelik yeterli işbirliği bulunmamaktadır.
- Devlet desteklerinin rekabet edilen diğer üretici ülkelerde devlet desteklerine nazaran daha düşük olması nedeni ile rekabette zayıflık yaratmaktadır.
- Rekabet edilen diğer ülkelerin ithalatçı ülkelerle yaptıkları ikili anlaşmalar sonucu sağladıkları avantajlar, ülkemiz ihracatının gelişmesinde engel teşkil etmektedir.
- Üniversite-sanayi işbirliğinden yararlanamama ve yetersiz Ar-Ge kültürü sektörde çok yaygındır.
- DTÖ ve AB uygulamaları ve uyum sürecinde sektörün uyması gereken kotalar ve üretim azalmaları sanayi için sorun olabilmektedir.
- Gıda üretiminde asgari teknik ve hijyenik koşullara uyumda sorunlar devam etmektedir.
- Sanayinin gelişimi için ara eleman eksiklikleri vardır, eğitim ve uzmanlaşma açısından olumlu yapı söz konusu değildir.
- Entegre gıda işletmeleri dışında gıda güvenliği sistemi uygulamaları tatmin edici düzeyde değildir.
- Kişi başına düşük gıda tüketimi gıda sanayinin gelişmesini olumsuz olarak etkilemektedir.

### **Gıda ve İçecek Sanayi İçin Tehditler**

- Sürekli değişen ve istikrarsız tarım politikaları ile gıda sanayi ve tarımın entegrasyonunun sağlanamaması,
- Küresel piyasa koşullarında rekabet edilebilir fiyatlarda kaliteli ve sürdürülebilir hammadde temininde yaşanan zorluklar,
- Gıda, biyogüvenlik, çevre gibi konularda mevzuat hazırlanırken özel sektörle istişare mekanizmalarının yeterince işletilememesi,
- Çevre koruma mevzuatına uyum maliyetlerinin yüksekliği,
- Şeker kotasının varlığı ve şeker fiyatlarının yüksekliği,
- Gıda katkı maddeleri hakkında aleyhte kampanyalar yürütülmesi ve tüketicilerde olumsuz şartlanmalar,
- Küresel kriz nedeniyle yaşanan talep daralması,
- Hayvan hastalıklarının eradike edilemeyişi,
- Desteklemelerdeki yetersizlikler ve kaliteye önem veren bir destekleme sisteminin olmayışı,
- Komşu AB üyesi ülkelere transit geçişe dahi izin verilmemesi nedeni ile gıda talep eden ülkelere dahi ürün gönderemeyişi,



- Genetiği değiştirilmiş organizmalar (GDO) konusunda AB politikalarının hala uygulamaya geçirilememesi, GDO üzerindeki tartışma ve olumsuz propagandalar,
- Özellikle katkı maddesi ve katkılı gıdalardan uzaklaşma eğilimi neticesi ambalajlı gıda tüketiminin azalma eğilimi,
- Yüksek orandaki kayıtdışılık,
- Taklit ve tağşiş ürünlerle yeterince mücadele edilmemesi,
- Her konuda veri eksikliği,
- Sektörün TÜİK ile veri konusunda işbirliğinin azlığı,
- Endüstrinin çoğunluğunun küçük ölçekli işletmelerden oluşması,
- Küçük ölçekli işletmelerdeki sermaye yetersizliği,
- Küçük ölçekli işletmelerdeki yetişmiş iş gücü ve teknik bilgi eksikliği,
- Gıda güvenliği denetimlerinin yetersizliği,
- Girdilerde dışa bağımlılık,
- Özel Tüketim Vergisinin sık bir biçimde değiştirilmesi ve vergi oranının yüksek belirlenmesi, ÖTV nin fiyata yansıtılıp tekrar ÖTV'nin KDV 'si kesilerek iki kez vergi alınması,
- Bilimsel dayanaktan yoksun ve haksız rekabete meydan veren düzenlemeler yapılması,
- Kolalı içeceklerde yüksek oranda ( %25) vergi uygulaması,

#### **Gıda ve İçecek Sanayinin Önündeki Fırsatlar**

- İlgili düzeyi yüksek genç nüfusun yeni marka ve ürünlere açık olması sektörün gelişmesi için önemli bir fırsattır.
- Gelen turist sayısının artmasının yanı sıra çeşitli faktörler nedeniyle kent nüfusunun artmaya başlaması gıda ve içecek sanayi için fırsattır.
- Henüz pazarın olgunluğa ulaşmaması sebebiyle yeni ürünlerin Türkiye'ye girebilme fırsatları vardır.
- AB uyum süreci ile yeni pazarlar ortaya çıkmaktadır.
- Potansiyel pazarlara coğrafi yakınlık, özellikle Ortadoğu pazarında Türkiye'nin artan itibarı gıda sektörü için bir fırsattır.
- AB'ye üyelik sürecinin başlaması gıda sektörünün gelişmesi için itici güç olmuştur.
- Türkiye'nin konumu ve siyasi yeri, jeopolitik önemi, Türk dizilerinin çevre ülkelerde artan ilgisi, 1,5 aylık mesafeden gemiyle çok büyük partiler halinde ithalat yapan ülkelere, küçük partiler halinde sipariş kabul etmek ve kısa sürede mal teslim edebilme olanağı,
- İthalat yapacak ülkelerin yeni tedarikçi arayışına girmesi,
- Yetişmiş eleman ve işgücü potansiyelinin olması,
- Yatırım isteğinin olması,
- Artan nüfus ve halkın gelir düzeyinin yükselmesine bağlı olarak tüketimin artması,
- Uluslararası gelişmelerin endüstri tarafından yakından takip edilmesi,
- Dengeli ve bilinçli beslenme alışkanlığı ile ambalajlı ürünlere yöneliş.
- Türk dış ticaret rejiminin serbestleştirilmesine paralel olarak tüketicinin kalite bilincinin artması, kalite ve çeşit hakkında daha özenli davranmaya başlaması.
- Yabancı sermaye ilgisi ve uluslararası işbirliğinin geliştirilmesi yoluyla sanayinin dünya gıda piyasalarına entegrasyon şansı,
- Ürün geliştirme ve teknolojik yenileme faaliyetleri sanayi geliştirmektedir.
- Firma birleşmeleri ve çeşitli alanlarda sektörel örgütlenme eğilimi vardır.



- Bilim ve araştırma kuruluşlarıyla artan işbirliği ve bu konuda isteklilik vardır.
- Ar-Ge, yurt dışı pazarlarda tutundurma ve markalaşma için destek ve teşvikler gıda ihracatçıları için fırsattır.

Ayrıca alt sektörler bazında ;

- Kırmızı Et
- Kanatlı Eti
- Su Ürünleri
- Meyve Ve Sebze İşleme
- Meyve Suyu
- Kuruyemiş
- Bitkisel Yağ
- Süt ve Süt mamulleri
- Bisküvi
- Un
- Makarna
- Şeker
- Çikolata Ve Şekerleme
- Çay
- Gıda Katkı Maddeleri Ve Yardımcı Maddeleri
- Bira
- Ambalajlı İçme Suyu
- Madensuyu
- Meşrubat (Gazlı Alkolsüz İçecekler)
- Yumurta sektörleri raporlar hazırlanmıştır.



## 1. GIDA ve İÇECEK SEKTÖRÜNÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

TOBB bu raporunda, öncelikle gıda ve içecek sanayinin genel durumu daha sonra alt sektörler bazında sektörlerin durumu detaylı olarak incelenmiş ve elde edilen veriler ile bu rapor hazırlanmıştır.

### 1.1. Gıda ve İçecek Sanayinin Yapısı

Gıda ve içecek sanayi işletmelerinin yapısı ve ekonomide yarattığı katma değer verilerle sanayinin yapısı ortaya konulmaya çalışılmıştır.

#### 1.1.1. İşletme Sayısı

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'nin 2008 yılı sanayi istatistiklerine göre; 2003 yılında 27.618 adet olan gıda ve içecek sanayi işletme sayısı, 2008 yılında 7.163 adet (%25,9) artarak 34.781 adede ulaşmıştır. İşletmelerin 34.315 adedi gıda sanayinde, 466 adedi de içecek sanayinde faaliyet göstermektedir. Gıda sanayindeki işletme sayısı 2008 yılında, 2003 yılına göre 6.908 adet (%25,2) artarken, içecek sanayindeki işletme sayısı ise 2,2 kat (255 adet) artmıştır. Başka ifade ile işletme sayıları bakımından içecek sanayindeki büyüme, gıda sanayine göre daha yüksek oranda gerçekleşmiştir. Alt gruplar itibariyle en fazla yoğunlaşmanın olduğu grubun diğer gıda maddeleri imalatı olduğu, buna karşın en az işletmenin olduğu alt grubun ise balık ve balık ürünlerinin işlenmesi ve muhafazası olduğu görülmektedir (Çizelge 1).

Çizelge 1: 2003-2008 Yıllarında Gıda ve İçecek Sanayi İşletme Sayıları ve Değişimleri

Sektörler	2003	2006	2007		2008	
	Adet	Adet	Adet	Değişim (%)	Adet	Değişim (%)
<b>SANAYİ</b>	<b>241.131</b>	<b>314.920</b>	<b>321.682</b>	<b>2,1</b>	<b>326.804</b>	<b>1,6</b>
Madencilik ve Taşocakçılığı	1.710	2.164	2.244		2.442	
Enerji	3.146	2.915	2.842		2.710	
İmalat Sanayi	236.275	309.841	316.596	<b>2,2</b>	321.652	<b>1,6</b>
<b>GIDA VE İÇECEK SANAYİ</b>	<b>27.618</b>	<b>36.728</b>	<b>31.069</b>	<b>-15,4</b>	<b>34.781</b>	<b>11,9</b>
Gıda Sanayi	27.407	36.321	30.635	-15,7	34.315	12,0
Et ve et ürünleri imalatı, işlenmesi ve muhafazası	<b>387</b>	<b>475</b>	<b>419</b>		474	
Et imalatı ve muhafazası	136	151	164		210	
Kümes hayvanları etlerinin imalatı ve muhafazası	68	49	46		48	
Et ve kümes hayvanı et ürünlerinin imalatı	183	275	209		216	
<b>Balık ve balık ürünlerinin işlenmesi ve muhafazası</b>	<b>52</b>	<b>72</b>	<b>69</b>		59	
<b>Sebze ve meyvelerin işlenmesi ve muhafazası</b>	<b>988</b>	<b>1.201</b>	<b>1.297</b>		<b>1.377</b>	
Patatesin işlenmesi ve muhafazası	15	23	27		23	
Sebze ve meyve suyu imalatı	63	113	86		112	
BYS sebze ve meyvelerin işlenmesi ve muhafazası	910	1.065	1.184		1.242	
<b>Bitkisel ve hayvansal sıvı ve katı yağların imalatı</b>	<b>652</b>	<b>724</b>	<b>727</b>		<b>853</b>	
Ham, sıvı ve katı yağların imalatı	266	345	319		416	
Rafine sıvı ve katı yağların imalatı	378	373	403		431	
Margarin ve benzeri yenilebilir katı yağların imalatı	8	6	5		6	
<b>Süt ürünleri imalatı</b>	<b>966</b>	<b>1.250</b>	<b>1.311</b>		<b>1.262</b>	
Süthane işletmeciliği ve peynir imalatı	815	1.024	1.098		1.035	
Dondurma imalatı	151	226	213		227	
<b>Öğütülmüş tahıl ürünleri, nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı</b>	<b>3.575</b>	<b>4.876</b>	<b>4.142</b>		<b>4.266</b>	
Öğütülmüş tahıl ürünleri imalatı	3.566	4.865	4.129		4.251	
Nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı	9	11	13		15	
<b>Hazır hayvan yemleri imalatı</b>	<b>385</b>	<b>478</b>	<b>417</b>		<b>391</b>	
Çiftlik hayvanları için hazır yem imalatı	383	474	411		384	
Ev hayvanları için hazır yem imalatı	2	4	6		7	
<b>Diğer gıda maddeleri imalatı</b>	<b>20.402</b>	<b>27.245</b>	<b>22.253</b>		<b>25.633</b>	

TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ  
TÜRKİYE GIDA SANAYİ VE TÜRKİYE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ



Ekmek, taze fırın ürünleri ve taze kek imalatı	15.326	21.720	18.146		20.857	
Peksimet, bisküvi imalatı, dayanıklı pastane ürünleri ve dayanıklı kek imalatı	3.948	4.198	2.694		3.449	
Şeker imalatı	61	81	81		81	
Kakao, çikolata ve şekerleme imalatı	821	873	964		899	
Makarna, şehriye, kuskus ve benzer unlu mamullerin imalatı	22	40	40		34	
Kahve ve çayın işlenmesi	116	156	163		124	
Baharat, soslar, sirke ve diğer çeşni maddelerinin imalatı	81	125	110		140	
Hazır, homojenize gıda maddeleri ile diet yiyecekleri imalatı	11	14	17		15	
BYS diğer gıda maddeleri imalatı	16	38	38		34	
<b>İçecek Sanayi</b>	<b>211</b>	<b>407</b>	<b>434</b>		<b>6,6</b>	<b>466</b>
Damıtılmış alkollü içeceklerin imalatı	3	7	7		7	
Şarap imalatı	40	114	108		91	
Diğer damıtılmamış mayalı içeceklerin imalatı	5	9	12		11	
Bira imalatı	2	4	4		4	
Maden suyu ve alkolsüz içecek üretimi	161	273	303		353	

**Kaynak:** TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri ,TGDF

Gıda ve içecek sanayi işletme sayısı, 2003-2008 yılları arasında istikrarsız bir dağılım gösterirken, imalat sanayinde yer alan işletme sayısı her geçen yıl artan bir eğilim göstermiştir. İşletme sayılarındaki yıllık değişim incelendiğinde; inceleme konusu yapılan 2004-2008 yılları arasında sanayi sektörü işletme sayıları düzenli bir seyir izlerken, gıda ve içecek sanayi firmalarının sayısında bir istikrarsızlık söz konusudur.

Gıda ve içecek sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin gerek sanayi gerekse de imalat sanayi işletmeleri içindeki payı inceleme döneminde azalmıştır. 2003 yılında %11,5 olan gıda ve içecek sanayi işletmelerinin sanayi sektörü içindeki payı, 2008 yılında %10,6'ya kadar gerilemiştir. Bu payın inceleme döneminde en yüksek değerini almış olduğu yıl %11,7 ile 2006 yılı olurken, en düşük değer %9,7 ile 2007 yılında elde edilmiştir (Çizelge 2).

**Çizelge 2: Gıda ve İçecek Sanayinin, Sanayi ve İmalat Sanayi İçindeki Yeri (%)**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>GIDA VE İÇECEK / SANAYİ (%)</b>	<b>11,5</b>	<b>11,3</b>	<b>10,0</b>	<b>11,7</b>	<b>9,7</b>	<b>10,6</b>
Gıda Sanayi / Sanayi (%)	11,4	11,2	9,9	11,6	9,6	10,5
İçecek Sanayi / Sanayi (%)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
<b>GIDA VE İÇECEK SANAYİ / İMALAT SANAYİ (%)</b>	<b>11,7</b>	<b>11,5</b>	<b>10,2</b>	<b>11,8</b>	<b>9,8</b>	<b>10,8</b>
Gıda Sanayi / İmalat Sanayi (%)	11,6	11,4	10,1	11,7	9,7	10,7
İçecek Sanayi/ İmalat Sanayi (%)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

**Kaynak:** TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri TGDF



### 1.1.2 Gıda ve İçecek Endüstrisinin Ekonomide Yarattığı Katma Değer

Yıllık sanayi istatistikleri sonuçlarına göre, gıda ve içecek sanayi'nde faaliyet gösteren işletmelerin yaratmış oldukları toplam katma değer, 2003 yılında 7,4 milyar TL iken 2008 yılında %48,7 oranında artarak yaklaşık olarak 11 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Sektördeki üretim ve ciro tutarların iki kata yakın artmış olmasına rağmen, katma değerdeki artış bu kadar yüksek olmamıştır. Gıda ve içecek sanayi olarak iki alt grupta incelendiğinde, 2008 yılında gıda sanayinin yaratmış olduğu katma değer 9,8 milyar TL olduğu; buna karşın içecek sanayinin katma değerinin ise sadece 1,2 milyar TL olduğu görülmektedir. Gıda sanayindeki katma değer 2003 yılına göre 3 milyar TL (%43,9) artarken, içecek sanayindeki katma değer ise 601 milyon TL'lik artışla iki kattan daha fazla artmıştır. Başka ifade ile alt sektörlerde yaratılan katma değer bakımından içecek imalatı'ndaki artışın daha yüksek oranda gerçekleşmiş olduğu anlaşılmaktadır. Alt gruplar itibarıyla incelendiğinde ise katma değer bakımından da en fazla yoğunlaşmanın olduğu grubun diğer gıda maddeleri imalatı olduğu, buna karşın yaratılan katma değer en az olduğu alt grubun ise balık ve balık ürünlerinin işlenmesi ve muhafazası grubunda olduğu görülmektedir (Çizelge 3). TÜİK rakamları en son 2008 için mevcuttur. Bu nedenle taslak halinde olan 2010 ve 2011 rakamları verilememiştir.

**Çizelge 3: 2003-2008 Yıllarında Gıda ve İçecek Sanayi'nde Sektörler Bazında Katma Değer (Milyon TL)**

Sektörler	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>SANAYİ</b>	<b>66.550</b>	<b>80.354</b>	<b>73.906</b>	<b>87.038</b>	<b>92.062</b>	<b>110.318</b>
Madencilik	2.087	2.807	2.910	3.945	4.551	7.246
Enerji	8.106	10.623	10.751	8.295	8.512	9.269
İmalat Sanayi	56.357	66.925	60.245	74.798	79.000	93.804
<b>GIDA VE İÇECEK SANAYİ</b>	<b>7.388</b>	<b>7.734</b>	<b>7.381</b>	<b>8.001</b>	<b>9.165</b>	<b>10.984</b>
<b>Gıda Sanayi</b>	<b>6.824</b>	<b>6.999</b>	<b>6.591</b>	<b>7.192</b>	<b>8.190</b>	<b>9.819</b>
<b>Et ve et ürünleri imalatı, işlenmesi ve muhafazası</b>	<b>694</b>	<b>563</b>	<b>556</b>	<b>490</b>	<b>982</b>	<b>841</b>
Et imalatı ve muhafazası	127	122	65	44	46	64
Kümes hayvanları etlerinin imalatı ve muhafazası	349	294	339	268	753	562
Et ve kümes hayvanı et ürünlerinin imalatı	218	146	152	178	183	216
<b>Balık ve balık ürünlerinin işlenmesi ve muhafazası</b>	<b>107</b>	<b>153</b>	<b>135</b>	<b>135</b>	<b>117</b>	<b>177</b>
<b>Sebze ve meyvelerin işlenmesi ve muhafazası</b>	<b>783</b>	<b>845</b>	<b>658</b>	<b>911</b>	<b>922</b>	<b>1.227</b>
Patatesin işlenmesi ve muhafazası	64	90	(*)	(*)	(*)	(*)
Sebze ve meyve suyu imalatı	73	73	(*)	(*)	(*)	(*)
BYS sebze ve meyvelerin işlenmesi ve muhafazası	647	681	505	684	645	929
<b>Bitkisel ve hayvansal sıvı ve katı yağların imalatı</b>	<b>613</b>	<b>532</b>	<b>352</b>	<b>449</b>	<b>418</b>	<b>538</b>
Ham, sıvı ve katı yağların imalatı	97	72	(*)	(*)	(*)	59
Rafine sıvı ve katı yağların imalatı	390	325	201	239	245	339
Margarin ve benzeri yenilebilir katı yağların imalatı	126	136	(*)	(*)	(*)	141
<b>Süt ürünleri imalatı</b>	<b>457</b>	<b>564</b>	<b>870</b>	<b>1.009</b>	<b>1.210</b>	<b>1.340</b>
Süthane işletmeciliği ve peynir imalatı	391	513	(*)	(*)	(*)	(*)
Dondurma imalatı	66	51	(*)	(*)	(*)	(*)
<b>Öğütülmüş tahıl ürünleri, nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı</b>	<b>671</b>	<b>688</b>	<b>485</b>	<b>522</b>	<b>588</b>	<b>802</b>
Öğütülmüş tahıl ürünleri imalatı	492	486	423	441	479	683
Nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı	179	202	62	82	109	118



<b>Hazır hayvan yemleri imalatı</b>	176	235	175	217	278	342
Çiftlik hayvanları için hazır yem imalatı	(*)	(*)	(*)	(*)	272	334
Ev hayvanları için hazır yem imalatı	(*)	(*)	(*)	(*)	6	8
<b>Diğer gıda maddeleri imalatı</b>	3.323	3.420	3.360	3.458	3.674	4.552
Ekmek, taze fırın ürünleri ve taze kek imalatı	589	569	591	810	750	1.028
Peksimet, bisküvi imalatı, dayanıklı pastane ürünleri ve dayanıklı kek imalatı	385	455	399	445	480	568
Şeker imalatı	1.227	1.135	1.250	897	1.077	1.146
Kakao, çikolata ve şekerleme imalatı	617	675	491	645	696	950
Makarna, şehriye, kuskus ve benzer unlu mamullerin imalatı	74	59	50	56	83	107
Kahve ve çayın işlenmesi	280	342	412	387	342	446
Baharat, soslar, sirke ve diğer çeşni maddelerinin imalatı	29	30	39	36	32	41
Hazır, homojenize gıda maddeleri ile diet yiyecekleri imalatı	26	35	37	50	59	57
BYS diğer gıda maddeleri imalatı	95	120	91	132	156	209
<b>İçecek Sanayi</b>	<b>564</b>	<b>735</b>	<b>790</b>	<b>808</b>	<b>975</b>	<b>1.165</b>
Damıtılmış alkollü içeceklerin imalatı	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	100
Şarap imalatı	19	40	47	24	27	31
Diğer damıtılmamış mayalı içeceklerin imalatı	0	0	(*)	(*)	0	(*)
Bira imalatı	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
Maden suyu ve alkolsüz içecek üretimi	218	343	335	343	477	615

**Kaynak:** TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF(\*) 5429 Sayılı Kanun gereği gizlilik ilkesine göre bilgiler verilmemiştir.

Gıda ve içecek sanayinin yaratmış olduğu katma değerinin gerek sanayi gerekse de imalat sanayi katma değeri içindeki payları inceleme döneminde azalmıştır. 2003 yılında %11,1 olan gıda ve içecek sanayi katma değerinin sanayi sektörü içindeki payı, 2008 yılında %10'a kadar gerilemiştir. Bu payın inceleme döneminde en yüksek değerini almış olduğu yıl %11,1 ile 2003 yılı olurken, en düşük pay %9,2 ile 2006 yılında elde edilmiştir (Çizelge 4).

**Çizelge 4: 2003-2008 Yıllarında Gıda ve İçecek Sanayinin Sanayi ve İmalat Sanayi Üretimi İçindeki Yeri (%)**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>GIDA VE İÇECEK SANAYİ/ SANAYİ (%)</b>	<b>11,1</b>	<b>9,6</b>	<b>10,0</b>	<b>9,2</b>	<b>10,0</b>	<b>10,0</b>
Gıda Sanayi / Sanayi (%)	10,3	8,7	8,9	8,3	8,9	8,9
İçecek Sanayi / Sanayi (%)	0,8	0,9	1,1	0,9	1,1	1,1
<b>GIDA VE İÇECEK SANAYİ/ İMALAT SANAYİ (%)</b>	<b>13,1</b>	<b>11,6</b>	<b>12,3</b>	<b>10,7</b>	<b>11,6</b>	<b>11,7</b>
Gıda Sanayi / İmalat Sanayi (%)	12,1	10,5	10,9	9,6	10,4	10,5
İçecek Sanayi/ İmalat Sanayi (%)	1,0	1,1	1,3	1,1	1,2	1,2

**Kaynak:** TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF

## 1.2 Gıda ve İçecek Sanayinde Üretim

Gıda ve içecek sanayinin üretim ve kapasite kullanma oranları verilerek sektörün gerçek üretim durumu ortaya konulmaya çalışılmıştır.



### 1.2.1 Ürün Bazında Üretim

Yıllık sanayi istatistiklerine göre; gıda ve içecek sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin toplam üretimi 2003 yılında 34,1 milyar TL iken 2008 yılında 2 kat (%95,9) artarak 66,7 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Gıda ve içecek sanayi olarak iki alt grupta incelendiğinde, gıda sanayi üretimi değeri 2003 yılına göre 2008 yılında 30,2 milyar TL (%94,4) artarak 62,2 milyar TL, içecek sanayi üretimi değeri aynı yıllarda 2,4 milyar TL (%119,4) artarak 4,5 milyar TL'ye yükselmiştir. Başka ifade ile üretim değeri bakımından her iki alt sektörde neredeyse iki katına yakın bir artış söz konusu olmuştur. Alt gruplar itibarıyla incelendiğinde ise üretim değeri bakımından da en fazla yoğunlaşmanın olduğu grubun Diğer Gıda Maddeleri İmalatı olduğu, buna karşın üretim değerinin en az olduğu alt grubun ise Balık ve Balık Ürünlerinin İşlenmesi ve Muhafazası grubunda olduğu görülmektedir (Çizelge:5).

Gıda ve içecek sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin üretim değeri 2003-2008 yılları arasında, yıllara göre artan bir eğilim gösterirken, sanayi sektörünün geneli için de aynı eğilim söz konusudur. Sanayi sektörünün tüm ana alt sektörleri için de bu artış eğiliminin geçerli olduğunu söylemek mümkündür.

**Çizelge 5: 2003-2008 Yıllarında Gıda ve İçecek Sanayi'nde Alt Sektörler Bazında Üretim (Milyon TL)**

Sektörler	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>SANAYİ</b>	<b>263.393</b>	<b>330.405</b>	<b>363.219</b>	<b>439.039</b>	<b>482.026</b>	<b>567.025</b>
Madencilik	4.910	6.640	7.999	10.563	11.609	15.078
Enerji	34.198	38.434	43.334	49.261	55.684	74.810
İmalat Sanayi	224.285	285.330	311.885	379.215	414.733	477.137
<b>GIDA VE İÇECEK SANAYİ</b>	<b>34.069</b>	<b>40.583</b>	<b>46.006</b>	<b>50.075</b>	<b>56.406</b>	<b>66.732</b>
<b>Gıda Sanayi</b>	<b>32.023</b>	<b>38.041</b>	<b>42.876</b>	<b>46.860</b>	<b>52.617</b>	<b>62.244</b>
<b>Et ve et ürünleri imalatı, işlenmesi ve muhafazası</b>	<b>3.376</b>	<b>3.796</b>	<b>4.446</b>	<b>4.719</b>	<b>5.791</b>	<b>6.556</b>
Et imalatı ve muhafazası	449	419	495	608	562	751
Kümes hayvanları etlerinin imalatı ve muhafazası	1.912	2.233	2.475	2.263	3.407	3.881
Et ve kümes hayvanı et ürünlerinin imalatı	1.016	1.143	1.477	1.849	1.821	1.925
<b>Balık ve balık ürünlerinin işlenmesi ve muhafazası</b>	<b>308</b>	<b>464</b>	<b>534</b>	<b>690</b>	<b>613</b>	<b>818</b>
<b>Sebze ve meyvelerin işlenmesi ve muhafazası</b>	<b>5.200</b>	<b>6.869</b>	<b>8.568</b>	<b>8.542</b>	<b>9.196</b>	<b>9.901</b>
Patatesin işlenmesi ve muhafazası	(*)	380	(*)	459	623	665
Sebze ve meyve suyu imalatı	(*)	316	(*)	741	707	687
BYS sebze ve meyvelerin işlenmesi ve muhafazası	4.579	6.174	7.834	7.341	7.866	8.548
<b>Bitkisel ve hayvansal sıvı ve katı yağların imalatı</b>	<b>4.575</b>	<b>4.549</b>	<b>4.037</b>	<b>4.941</b>	<b>5.274</b>	<b>6.664</b>
Ham, sıvı ve katı yağların imalatı	713	627	(*)	(*)	(*)	(*)
Rafine sıvı ve katı yağların imalatı	2.525	2.429	2.568	3.396	3.709	4.757
Margarin ve benzeri yenilebilir katı yağların imalatı	1.338	1.493	(*)	(*)	(*)	(*)
<b>Süt ürünleri imalatı</b>	<b>2.594</b>	<b>3.310</b>	<b>5.102</b>	<b>5.795</b>	<b>7.010</b>	<b>8.153</b>
Süthane işletmeciliği ve peynir imalatı	2.415	3.129	(*)	(*)	(*)	(*)
Dondurma imalatı	179	181	(*)	(*)	(*)	(*)
<b>Öğütülmüş tahıl ürünleri, nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı</b>	<b>3.849</b>	<b>4.482</b>	<b>4.789</b>	<b>5.260</b>	<b>6.330</b>	<b>7.633</b>
Öğütülmüş tahıl ürünleri imalatı	3.291	3.863	4.449	4.887	5.854	7.081
Nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı	558	619	341	373	476	552
<b>Hazır hayvan yemleri imalatı</b>	<b>1.206</b>	<b>1.714</b>	<b>1.645</b>	<b>1.951</b>	<b>2.679</b>	<b>3.138</b>
Çiftlik hayvanları için hazır yem imalatı	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	3.092
Ev hayvanları için hazır yem imalatı	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	46



Diğer gıda maddeleri imalatı	10.914	12.857	13.754	14.960	15.724	19.382
imalatı Ekmek, taze fırın ürünleri ve taze kek	2.135	2.398	2.574	3.200	3.082	4.050
Peksimet, bisküvi imalatı, dayanıklı pastane ürünleri ve dayanıklı kek imalatı	1.557	1.704	1.713	1.974	2.191	2.508
Şeker imalatı	2.973	3.677	3.780	3.613	3.535	4.230
Kakao, çikolata ve şekerleme imalatı	2.216	2.516	2.915	3.308	3.773	4.605
Makarna, şehriye, kuskus ve benzer unlu mamullerin imalatı	423	489	544	520	627	930
Kahve ve çayın işlenmesi	932	1.257	1.444	1.417	1.434	1.835
Baharat, soslar, sirke ve diğer çeşni maddelerinin imalatı	197	174	216	227	250	259
Hazır, homojenize gıda maddeleri ile diet yiyecekleri imalatı	75	109	169	185	246	203
BYS diğer gıda maddeleri imalatı	406	533	399	516	587	761
<b>İçecek Sanayi</b>	<b>2.046</b>	<b>2.542</b>	<b>3.130</b>	<b>3.215</b>	<b>3.789</b>	<b>4.488</b>
Damıtılmış alkollü içeceklerin imalatı	(*)	(*)	(*)	(*)	236	310
Şarap imalatı	64	110	142	105	116	140
Diğer damıtılmamış mayalı içeceklerin imalatı	1	0	(*)	(*)	(*)	(*)
Bira imalatı	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
Maden suyu ve alkolsüz içecek üretimi	1.188	1.581	1.980	2.131	2.651	3.134

**Kaynak:** TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF (\*) 5429 Sayılı Kanun gereği gizlilik ilkesine göre bilgiler verilmemiştir.

Gıda ve içecek sanayindeki üretim değerinin gerek sanayi gerekse de imalat sanayi üretimi içindeki payları inceleme döneminde azalmıştır. 2003 yılında % 12,9 olan gıda ve içecek sanayi üretiminin sanayi sektörü içindeki payı, 2008 yılında % 11,8'e kadar gerilemiştir. Bu payın inceleme döneminde en yüksek değerini almış olduğu yıl % 12,9 ile 2003 yılı olurken, en düşük pay % 11,4 ile 2006 yılında elde edilmiştir (Çizelge 6).

#### Çizelge 6:Gıda ve İçecek Sanayi ve Sanayi Sektörü Üretim Değerinin Sanayi ve İmalat Sanayi Üretimi İçindeki Yeri(%)

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>GIDA VE İÇECEK SANAYİ / SANAYİ (%)</b>	<b>12,9</b>	<b>12,3</b>	<b>12,7</b>	<b>11,4</b>	<b>11,7</b>	<b>11,8</b>
Gıda Sanayi / Sanayi (%)	12,1	11,5	11,8	10,7	10,9	11,0
İçecek Sanayi / Sanayi (%)	0,8	0,8	0,9	0,7	0,8	0,8
<b>GIDA VE İÇECEK SANAYİ / İMALAT SANAYİ (%)</b>	<b>15,2</b>	<b>14,2</b>	<b>14,8</b>	<b>13,2</b>	<b>13,6</b>	<b>14,0</b>
Gıda Sanayi / İmalat Sanayi (%)	14,3	13,3	13,8	12,4	12,7	13,0
İçecek Sanayi / İmalat Sanayi (%)	0,9	0,9	1,0	0,8	0,9	1,0

**Kaynak:** TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF

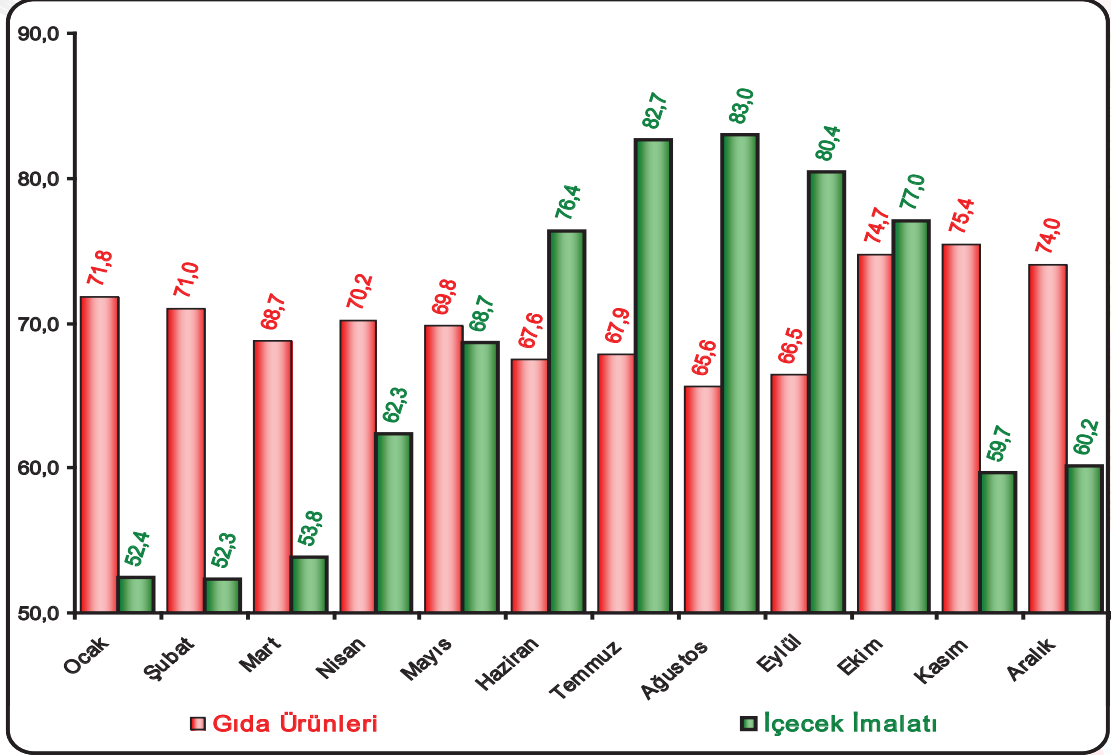
#### 1.2.2. Gıda ve İçecek Sanayinde Mevcut Kapasite ve Kapasite Kullanım Oranı

Gıda ve içecek sanayi kapasite kullanım oranlarının, yılın ilk beş ve son iki ayı olmak üzere toplam yedi ayda gıda sanayi kapasite kullanım oranlarının içecek sanayinden daha yüksek oranda olduğu görülmektedir. Haziran-Ekim dönemini kapsayan beş ayda ise bu eğilim tersine dönmüş, içecek sanayine ait aylık kapasite kullanım oranları daha yüksek oranlarda gerçekleşmiştir. Gıda sanayinde elde edilen en yüksek aylık kapasite kullanım oranı % 75,4 ile Kasım ayında elde edilirken, en düşük oran % 65,6 ile Ağustos ayında gerçekleşmiştir. Genelde



## TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

daha düşük seviyelerde seyreden içecek sanayi aylık kapasite kullanım oranının en düşük değeri % 52,3 ile Şubat ayında gerçekleşirken, en yüksek değer % 83 ile Ağustos ayında elde edilmiştir(Çizelge7; Şekil1).



Şekil:1. 2010 Yılı Gıda ve İçecek İmalatı Sektörlerinde Kapasite Kullanım Oranları (%)

Kaynak: T.C. Merkez Bankası Verileri, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF



**Çizelge 7: 2008-2009-2010 Yıllarında Alt Sektörler Bazında Aylık Kapasite Kullanım Oranları(%)**

	Gıda ve İçecek Sanayi			Gıda Ürünleri			İçecek İmalatı		
	2008	2009	2010	2008	2009	2010	2008	2009	2010
Ocak	70,5	68,1	70,5	74,3	68,7	71,8	47,4	56,2	52,4
Şubat	70,3	66,0	70,0	73,8	66,2	71,0	44,7	55,4	52,3
Mart	72,2	61,5	67,3	71,9	62,0	68,7	63,0	48,8	53,8
Nisan	70,8	65,8	70,0	72,8	65,3	70,2	67,8	57,4	62,3
Mayıs	71,2	66,4	68,7	73,9	66,5	69,8	69,9	67,9	68,7
Haziran	71,2	70,4	68,4	73,9	69,2	67,6	72,8	76,1	76,4
Temmuz	71,9	71,1	69,7	70,9	68,9	67,9	78,9	81,1	82,7
Ağustos	72,5	71,3	66,9	74,6	69,8	65,6	78,6	81,9	83,0
Eylül	74,6	70,3	68,6	74,5	69,3	66,5	74,9	76,7	80,4
Ekim	73,1	72,9	75,1	76,2	72,5	74,7	68,2	63,5	77,0
Kasım	71,9	70,6	75,0	74,6	71,1	75,4	50,5	55,7	59,7
Aralık	68,1	69,8	73,3	71,7	70,8	74,0	58,1	53,3	60,2

Kaynak: T.C. Merkez Bankası, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF

Gıda ve içecek sanayi kapasite kullanım oranlarının 2009 ve 2010 yıllarındaki aylık değerleri incelendiğinde; genel olarak 2010 yılı değerlerinin 2009 yılı değerlerinden daha yüksek olduğu görülmektedir. Sadece Haziran-Eylül dönemini kapsayan 4 ayda 2009 yılı aylık kapasite kullanım oranları, 2010 yılı aylık değerlerinden daha yüksektir. Son iki yılda gıda ve içecek sanayi kapasite kullanım oranının en düşük olduğu ay % 61,5 ile Mart 2009 ayı olurken, en yüksek değer Ekim 2010 ayındaki % 75,1'lik değerdir.

Gıda ve içecek sanayi kapasite kullanım oranlarında, 2009 ve 2010 yıllarında, bu gelişmeler yaşanırken, Gıda Sanayi alt sektöründe de benzer bir eğilim söz konusu olmuştur. Bu grupta da Haziran-Eylül aylarını kapsayan 4 aylık dönemde 2009 yılına göre kapasite kullanım oranları azalmış, diğer tüm aylarda ise oranlar artmıştır. 2009 yılı aylık kapasite kullanım oranlarına göre, 2010 yılında en yüksek oransal artışın olduğu ay % 10,9 ile Mart ayı olurken, en büyük azalma ise % 6 ile Ağustos ayında gerçekleşmiştir. Gıda sanayinde en yüksek oranlı kapasite kullanım oranı % 75,4 ile Kasım 2010 ayında elde edilirken, en düşük oran Mart 2009 ayında % 62 ile elde edilmiştir.

İçecek sanayinde ise sadece 2010 yılı ilk iki ayında 2009 yılına göre kapasite kullanım oranları azalmış, diğer tüm aylarda ise oranlar artmıştır. 2009 yılı aylık kapasite kullanım oranlarına göre, 2010 yılında en yüksek oransal artışın olduğu ay % 21,2 ile Ekim ayı olurken, en büyük azalma % 6,7 ile Ocak ayında gerçekleşmiştir. İçecek sanayinde en yüksek oranlı kapasite kullanım oranı % 83 ile Ağustos 2010 ayında elde edilirken, en düşük oran Şubat 2010 ayında % 52,3 ile elde edilmiştir.



### 1.3. Türkiye Gıda ve İçecek Pazar Verileri

#### 1.3.1. Pazar Büyüklüğü- Ciro-Ürün Hacmi (Volüm)

Yıllık sanayi istatistikleri sonuçlarına göre, gıda ve içecek sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin yapmış olduğu toplam ciro 2003 yılında 34,4 milyar TL iken 2008 yılında 2 kattan fazla (% 103,5) artarak 69,9 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Gıda ve içecek sanayi olarak iki alt grupta incelendiğinde; gıda sanayindeki ciro 2003 yılına göre 33 milyar TL (% 102) artarak 2008 yılında 65,4 milyar TL olduğu, buna karşın içecek sanayi cirosunun ise aynı yıllarda 2,5 milyar TL (% 127) artarak 4,5 milyar TL'ye yükselmiştir. Başka ifade ile ciro değeri bakımından her iki alt sektörde iki katından fazla bir artış söz konusu olmuştur. Alt gruplar itibariyle incelendiğinde ise ciro değeri bakımından en fazla yoğunlaşmanın olduğu grubun Diğer Gıda Maddeleri İmalatı olduğu, buna karşın ciro değerinin en az olduğu alt grubun ise Balık ve Balık Ürünlerinin İşlenmesi ve Muhafazası grubunda olduğu görülmektedir (Çizelge 8).

**Çizelge 8: Gıda Ürünleri ve İçecek Sanayi'nde Satış Ciroları (Milyon TL) (2003-2008)**

Sektörler	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>SANAYİ</b>	<b>269.659</b>	<b>343.369</b>	<b>380.033</b>	<b>457.665</b>	<b>502.704</b>	<b>589.185</b>
Madencilik	4.871	6.647	7.814	10.521	11.121	15.152
Enerji	34.098	38.492	43.438	49.227	55.690	74.602
İmalat Sanayi	230.691	298.230	328.781	397.917	435.893	499.431
<b>GIDA VE İÇECEK SANAYİ</b>	<b>34.355</b>	<b>42.024</b>	<b>48.155</b>	<b>52.410</b>	<b>58.306</b>	<b>69.918</b>
Gıda Sanayi	32.375	39.461	45.041	49.208	54.490	65.420
<b>Et ve et ürünleri imalatı, işlenmesi ve muhafazası</b>	<b>3.434</b>	<b>3.862</b>	<b>4.543</b>	<b>4.844</b>	<b>5.842</b>	<b>6.654</b>
Et imalatı ve muhafazası	469	438	523	628	598	793
Kümes hayvanları etlerinin imalatı ve muhafazası	1.934	2.249	2.498	2.319	3.397	3.846
Et ve kümes hayvanı et ürünlerinin imalatı	1.031	1.175	1.521	1.897	1.846	2.015
<b>Balık ve balık ürünlerinin işlenmesi ve muhafazası</b>	<b>303</b>	<b>464</b>	<b>546</b>	<b>676</b>	<b>591</b>	<b>826</b>
<b>Sebze ve meyvelerin işlenmesi ve muhafazası</b>	<b>5.170</b>	<b>7.335</b>	<b>9.215</b>	<b>8.834</b>	<b>9.454</b>	<b>10.222</b>
Patatesin işlenmesi ve muhafazası	(***)	446	449	507	629	(***)
Sebze ve meyve suyu imalatı	(***)	322	387	690	677	(***)
BYS sebze ve meyvelerin işlenmesi ve muhafazası	4.588	6.567	8.380	7.637	8.148	8.810
<b>Bitkisel ve hayvansal sıvı ve katı yağların imalatı</b>	<b>4.706</b>	<b>4.785</b>	<b>4.472</b>	<b>5.233</b>	<b>5.485</b>	<b>7.174</b>
Ham, sıvı ve katı yağların imalatı	735	665	(***)	(***)	(***)	(***)
Rafine sıvı ve katı yağların imalatı	2.628	2.597	2.925	3.665	3.870	5.080
Margarin ve benzeri yenilebilir katı yağların imalatı	1.343	1.523	(***)	(***)	(***)	(***)
<b>Süt ürünleri imalatı</b>	<b>2.636</b>	<b>3.457</b>	<b>5.489</b>	<b>6.131</b>	<b>7.329</b>	<b>8.860</b>
Süthane işletmeciliği ve peynir imalatı	2.463	3.278	(***)	(***)	(***)	(***)
Dondurma imalatı	173	179	(***)	(***)	(***)	(***)
<b>Öğütülmüş tahıl ürünleri, nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı</b>	<b>3.976</b>	<b>4.837</b>	<b>5.156</b>	<b>5.768</b>	<b>6.615</b>	<b>8.617</b>
Öğütülmüş tahıl ürünleri imalatı	3.406	4.166	4.796	5.371	6.111	8.034
Nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı	570	672	360	397	504	583
<b>Hazır hayvan yemleri imalatı</b>	<b>1.247</b>	<b>1.846</b>	<b>1.770</b>	<b>2.087</b>	<b>2.854</b>	<b>3.463</b>
Çiftlik hayvanları için hazır yem imalatı	(**)	(**)	(***)	(***)	(***)	(***)
Ev hayvanları için hazır yem imalatı	(*)	(*)	(***)	(***)	(***)	46
<b>Diğer gıda maddeleri imalatı</b>	<b>10.903</b>	<b>12.875</b>	<b>13.850</b>	<b>15.636</b>	<b>16.320</b>	<b>19.603</b>
Ekmek, taze fırın ürünleri ve taze kek imalatı	2.164	2.449	2.619	3.215	3.139	4.190
Peksimet, bisküvi imalatı, dayanıklı pastane ürünleri ve dayanıklı kek imalatı	1.648	1.733	1.740	1.976	2.205	2.540
Şeker imalatı	2.869	3.398	3.445	4.069	3.607	3.926

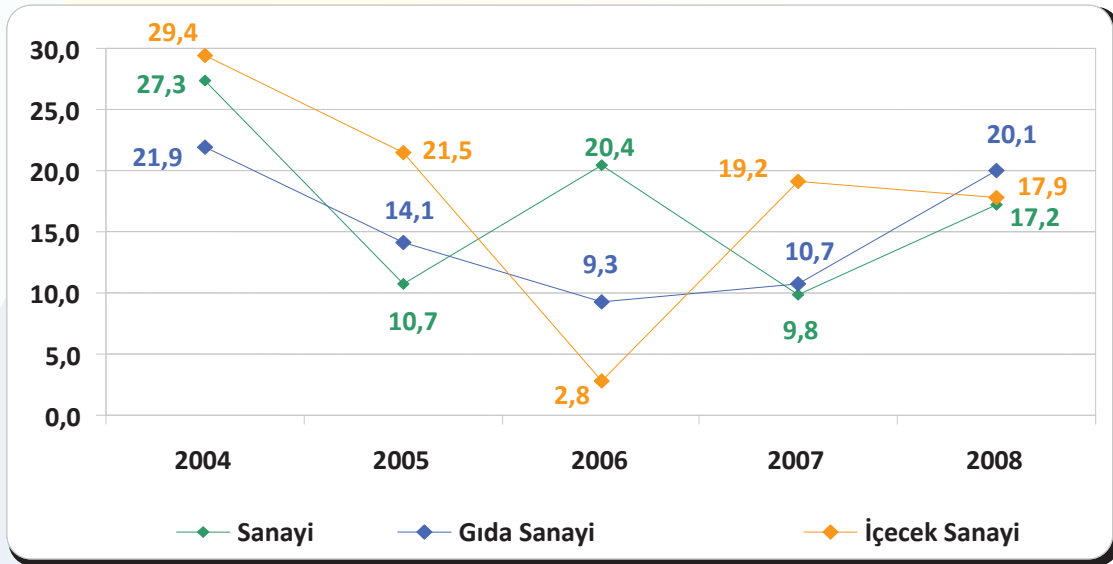
TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ  
TÜRKİYE GIDA SANAYİ VE TÜRKİYE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ



Kakao, çikolata ve şekerleme imalatı	2.203	2.728	3.317	3.442	4.213	5.099
Makarna, şehriye, kuskus ve benzer unlu mamullerin imalatı	442	524	582	582	687	980
Kahve ve çayın işlenmesi	899	1.215	1.358	1.419	1.374	1.638
Baharat, soslar, sirke ve diğer çeşni maddelerinin imalatı	204	181	220	226	262	265
Hazır, homojenize gıda maddeleri ile diet yiyecekleri imalatı	74	109	169	189	245	203
BYS diğer gıda maddeleri imalatı	399	537	400	519	587	762
<b>İçecek Sanayi</b>	<b>1.980</b>	<b>2.563</b>	<b>3.114</b>	<b>3.202</b>	<b>3.816</b>	<b>4.498</b>
Damıtılmış alkollü içeceklerin imalatı	(**)	(**)	(***)	(***)	(***)	277
Şarap imalatı	56	104	133	107	101	134
Diğer damıtılmamış mayalı içeceklerin imalatı	1	0	(***)	(***)	(***)	(***)
Bira imalatı	(*)	(*)	(***)	(***)	(***)	(***)
Maden suyu ve alkolsüz içecek üretimi	1.189	1.596	1.988	2.115	2.673	3.194

Kaynak: TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF(\*) 5429 Sayılı Kanun gereği gıdalık ilkesine göre bilgiler verilmemiştir.

Gıda ve içecek sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin yapmış oldukları ciro değeri, 2003-2008 yılları arasında, yıllara göre artan bir trend gösterirken, Sanayi sektörünün geneli için de aynı eğilim söz konusudur. Sanayi sektörünün tüm ana alt sektörleri için de bu artış eğiliminin geçerli olduğu görülmektedir (Şekil 2).



Şekil2. Gıda ve İçecek Sanayi Satış Cirolarında Yıllık Değişimler (%)

Kaynak: TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF

Sanayi sektörünün geneli için 2003 yılında ciro değeri, 269,7 milyar TL iken, 2008 yılına kadar her yıl düzenli olarak artarak (319,5 milyar TL) 589,2 milyar TL'ye yükselmiştir. Ciro değeri bakımından sanayi sektörüyle aynı eğilimi gösteren imalat sanayinde ise bu değer 230,7 milyar TL'den 499,4 milyar TL'ye yükselirken; Madencilik ve taşocakçılığı sanayinde 4,9 milyar TL'den 15,2 milyar TL'ye ve enerji sektöründe de 34,1 milyar TL'den 74,6 milyar TL'ye yükselmiştir (Çizelge7).



Gıda ve içecek sanayindeki ciro değerinin gerek sanayi gerekse de imalat sanayi cirosu içindeki payları inceleme döneminde az da olsa azalmıştır. 2003 yılında %12,7 olan gıda ve içecek sanayi cirosunun sanayi sektörü içindeki payı, 2008 yılında %11,9'a kadar gerilemiştir. Bu payın inceleme döneminde en yüksek değerini almış olduğu yıl %12,7 ile 2003 ve 2005 yılları olurken, en düşük pay %11,5 ile 2006 yılında elde edilmiştir (Çizelge 9 ve Şekil2).

**Çizelge 9: Gıda ve İçecek Sanayinin Sanayi ve İmalat Sanayi Satış Ciroları İçindeki Yeri**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>GIDA VE İÇECEK SANAYİ / SANAYİ (%)</b>	<b>12,7</b>	<b>12,2</b>	<b>12,7</b>	<b>11,5</b>	<b>11,6</b>	<b>11,9</b>
Gıda Sanayi / Sanayi (%)	12,0	11,5	11,9	10,8	10,8	11,1
İçecek Sanayi / Sanayi (%)	0,7	0,7	0,8	0,7	0,8	0,8
<b>GIDA VE İÇECEK SANAYİ/ İMALAT SANAYİ (%)</b>	<b>14,9</b>	<b>14,1</b>	<b>14,6</b>	<b>13,2</b>	<b>13,4</b>	<b>14,0</b>
Gıda Sanayi / İmalat Sanayi (%)	14,0	13,2	13,7	12,4	12,5	13,1
İçecek Sanayi / İmalat Sanayi (%)	0,9	0,9	0,9	0,8	0,9	0,9

**Kaynak:** TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF

### 1.3.2 Büyüme Oranları

#### 1.3.2.1. Cari Fiyatlarla Büyüme Oranları

1999-2010 dönemini kapsayan yıllık Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) ve gıda ve içecek sanayi cari büyüme rakamları incelendiğinde, 2001, 2002, 2003, 2009 ve 2010 yılları hariç, gıda ve içecek sanayi büyüme oranlarının, GSYİH büyüme oranlarından daha düşük değerler aldığı görülmektedir. Gıda ve içecek sanayi cari fiyatlarla, bu dönemlerde sırasıyla % 47,8, % 49,1, % 34,6, % 4,4 ve % 18,1 oranlarında büyürken, GSYİH büyümesi ise bu yıllar için % 44,1, % 45,9, % 29,8, % 0,2 ve % 16 olarak gerçekleşmiştir.

Gıda ve içecek sanayinin cari olarak en yüksek büyüme hızını yakalamış olduğu yıl, % 53,1 ile 2000 yılı olurken; en düşük büyüme oranı % 4,4 ile 2009 yılında gerçekleşmiştir. 2009 yılında tüm dünyayı etkisi altına alan küresel kriz nedeniyle GSYİH cari fiyatlarla 2008 yılına göre sadece% 0,2 oranında artarken, gıda ve içecek sanayi % 4,4'lük büyüme oranını yakalayabilmiştir. 2010 yılında ise GSYİH %16 oranında büyürken, gıda ve içecek sanayi büyümesi % 18,1 ile az da olsa daha yüksek düzeyde gerçekleşmiştir.

TÜİK'in harcamalar yöntemine göre açıklamış olduğu GSYİH verilerine göre, 1998-2010 yılları arasında Türkiye ekonomisi cari fiyatlarla 15,7 kat büyüyerek 70 milyar TL'den 1.105 milyar TL'ye yükselmiştir. Söz konusu dönemde gıda ve içecek sanayi 14,8 kat artarak 15 milyar TL'den 222 milyar TL'ye yükselmiştir(Çizelge10,Şekil 3).



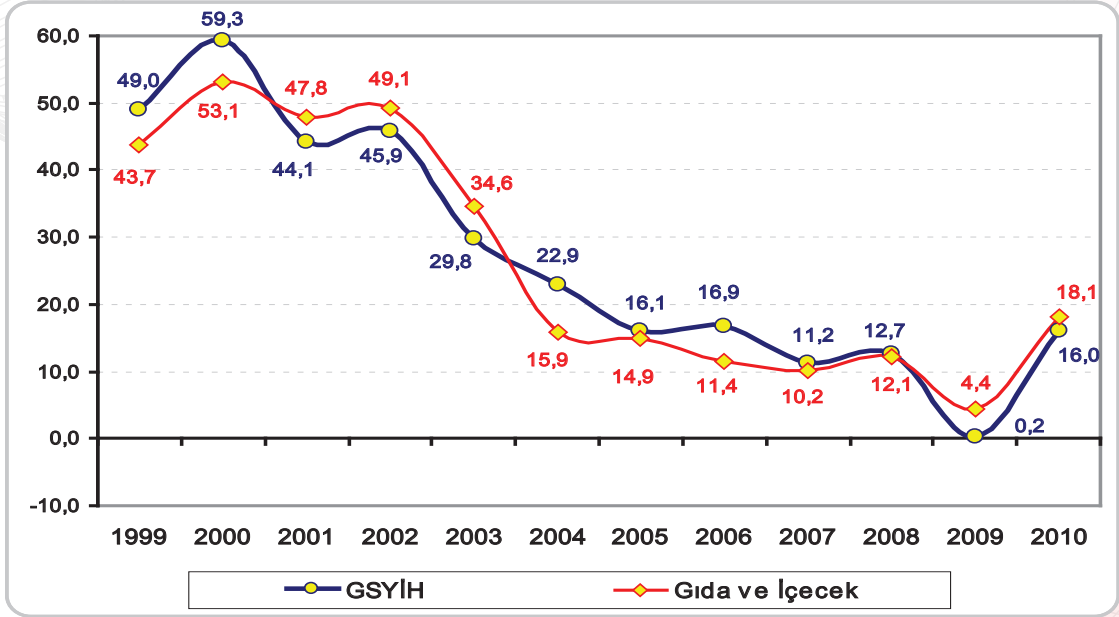
**Çizelge 10: Harcamalar Yöntemiyle 1998-2010 Yılları GSYİH ve Gıda ve İçecek Sanayi Rakamları(Cari Fiyatlarla)**

	GSYİH		Gıda ve İçecek		
	Milyon TL	Değişim (%)	Milyon TL	Değişim (%)	Pay (%)
1998	70.203	-	15.031	-	21,4
1999	104.596	49,0	21.595	43,7	20,6
2000	166.658	59,3	33.056	53,1	19,8
2001	240.224	44,1	48.855	47,8	20,3
2002	350.476	45,9	72.864	49,1	20,8
2003	454.781	29,8	98.080	34,6	21,6
2004	559.033	22,9	113.674	15,9	20,3
2005	648.932	16,1	130.660	14,9	20,1
2006	758.391	16,9	145.616	11,4	19,2
2007	843.178	11,2	160.436	10,2	19,0
2008	950.534	12,7	179.875	12,1	18,9
2009	952.559	0,2	187.803	4,4	19,7
2010	1.105.101	16,0	221.799	18,1	20,1

**Kaynak:** TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF

Gıda ve içecek sanayinin GSYİH içindeki payı 1998 yılı başında %21,4 iken, 2010 yılı sonunda söz konusu pay % 20,1'e gerilemiştir. 2008 yılındaki % 18,9'luk pay inceleme döneminde elde edilen en düşük değer olurken, payın en yüksek olduğu yıl % 21,6 ile 2003 yılı olmuştur. 2003 yılından 2008 yılına kadar sürekli olarak azalan bir trend izleyen gıda ve içecek sanayine ait pay, 2009 yılından itibaren tekrar artmaya başlamıştır(Şekil 3).





**Şekil 3. Cari Fiyatlarla 1999-2010 Yılları GSYİH ve Gıda ve İçecek Sanayinde Büyüme Oranları (%)**

**Kaynak:** TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF

### 1.3.2.2. Sabit Fiyatlarla Büyüme Oranları

1999-2010 dönemini kapsayan yıllık Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) ve gıda ve içecek sanayi sabit fiyatlarla büyüme rakamları incelendiğinde, genelde gıda ve içecek sanayi büyüme oranlarının GSYİH büyüme oranlarından daha olumlu değerler aldığı görülmektedir.

Gıda ve içecek sanayi, 1998 yılı sabit fiyatlarıyla, en yüksek yıllık artış oranını % 8,7 ile 2005 yılında elde ederken, 2000 yılında elde edilen % 0,7 oranı inceleme dönemindeki en düşük oran olmuştur.

Gıda ve içecek sanayi inceleme döneminde sadece 2002 yılında % 0,3 oranında bir küçülme yaşamış, diğer tüm yıllarda değişen oranlarda büyüme sağlamıştır. Bu yılda Gıda ve içecek sanayinin küçülmesine karşın, GSYİH % 6,2 oranında büyümüştür. 2009 yılında küresel finansal kriz nedeniyle ülke ekonomisi % 4,8 oranında küçülürken, gıda ve içecek sanayi % 1 oranında da olsa büyüme başarısı gösterebilmiştir.

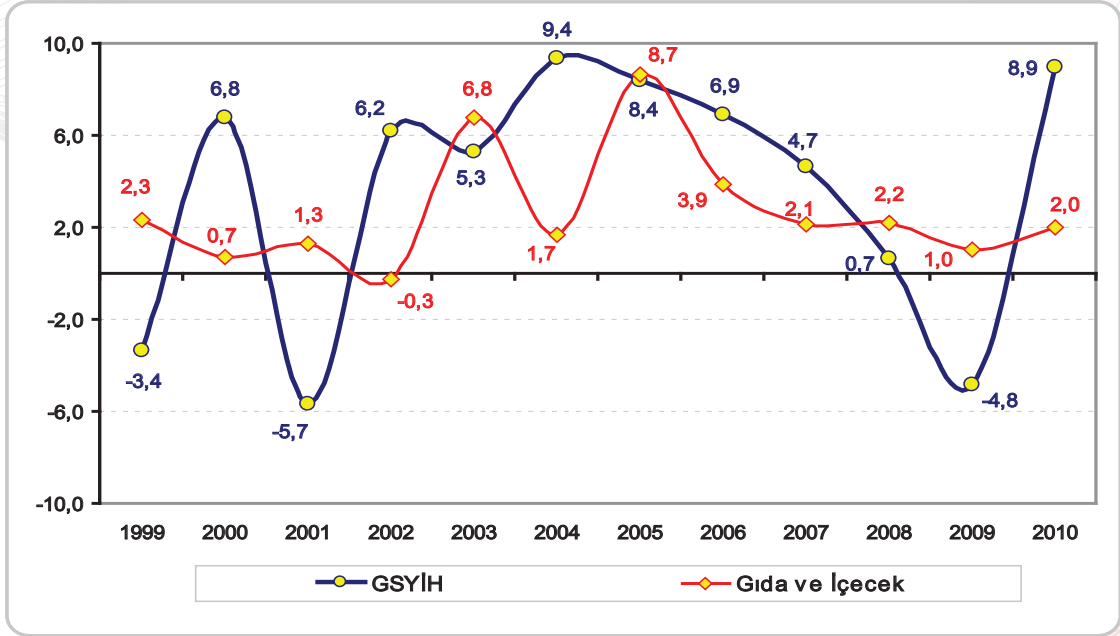
2010 yılında ise ülke ekonomisi krizden çıkışla birlikte % 8,9 gibi oldukça yüksek bir oranda büyürken, gıda ve içecek sanayi büyümesi % 2 gibi düşük bir seviyede kalmıştır. TÜİK'in harcamalar yöntemine göre açıklamış olduğu verilere göre, 1998-2010 yılları arasında Türkiye ekonomisi sabit fiyatlarla 1,5 kata yakın bir oranda büyüyerek 70 milyar TL'den 106 milyar TL'ye yükselmiştir. Aynı dönemde gıda ve içecek sanayi büyümesi 1,4 kata yakın oranda artarak 15 milyar TL'den 20,6 milyar TL'ye yükselmiştir (Çizelge 11, Şekil 4).



**Çizelge 11:Harcamalar Yöntemiyle 1998-2010 Yılları GSYİH ve Gıda ve İçecek Sanayi(1998 Yılı Fiyatlarıyla)**

	GSYİH		Gıda ve İçecek		
	Milyon (TL)	Artış (%)	Milyon (TL)	Artış(%)	Pay (%)
1998	70.203	-	15.031	-	21,4
1999	67.841	-3,4	15.379	2,3	22,7
2000	72.436	6,8	15.485	0,7	21,4
2001	68.309	-5,7	15.687	1,3	23,0
2002	72.520	6,2	15.643	-0,3	21,6
2003	76.338	5,3	16.702	6,8	21,9
2004	83.486	9,4	16.981	1,7	20,3
2005	90.500	8,4	18.454	8,7	20,4
2006	96.738	6,9	19.172	3,9	19,8
2007	101.255	4,7	19.581	2,1	19,3
2008	101.922	0,7	20.011	2,2	19,6
2009	97.003	-4,8	20.214	1,0	20,8
2010	105.680	8,9	20.621	2,0	19,5

Kaynak: TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDFraporları,2010

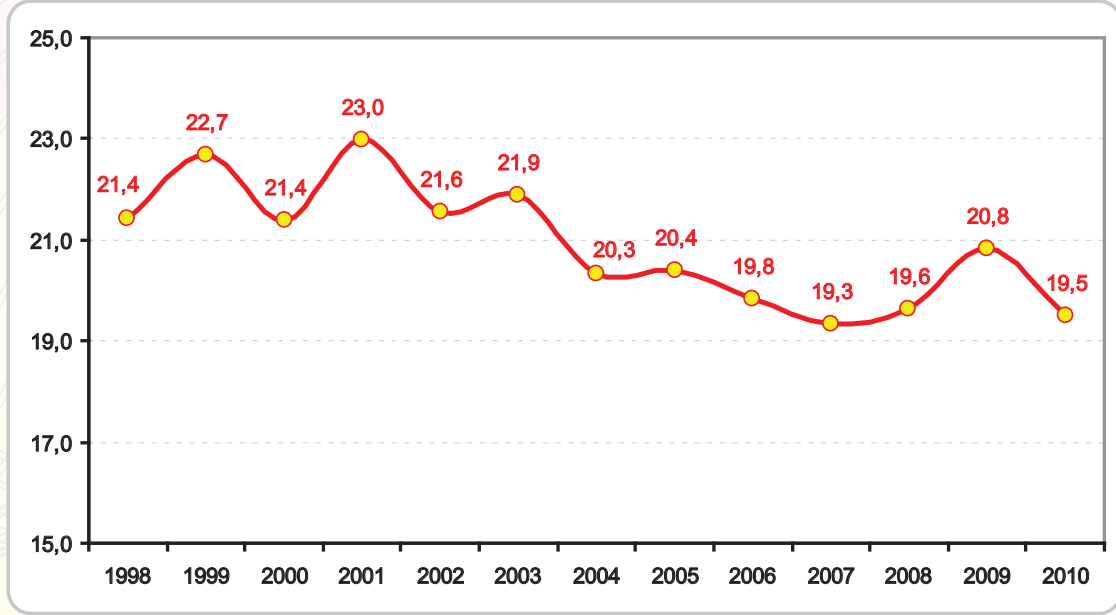


**Şekil 4. 1998 Fiyatlarıyla 1999-2010 Yılları GSYİH ve Gıda ve İçecek Sanayinde Büyüme Oranları (%)**

**Kaynak:** TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF

Gıda ve içecek sanayinin GSYİH içindeki payı sabit fiyatlarla 1998 yılı başında % 21,4 iken, 2010 yılı sonunda söz konusu pay % 19,5 seviyelerine kadar gerilemiştir.

Bu payın en yüksek olduğu yıl % 23 ile 2001 kriz yılı olurken, en düşük olduğu yıl ise % 19,3 ile 2007 yılıdır. Payın en yüksek olduğu 2001 yılından sonra genelde azalan bir trend izleyen bu pay, kriz yılı olan 2009 yılında % 20,8'e kadar yükselmiştir. Orandaki bu yükselme eğiliminin 1999 ve 2001 kriz yılları için de geçerli olduğu görülmektedir(Şekil5).



Şekil 5. Gıda ve İçecek Sanayinin GSYİH İçindeki Yeri (%)

Kaynak: Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF

## 1.4. Dış Ticaret

### 1.4.1 İhracat

Gıda ve içecek sanayinin 2000-2010 yılları arasında ihracatı 3,7 kat (% 265,8) artarak 1,8 milyar dolar seviyelerinden 6,7 milyar dolara yükselirken; aynı dönemde Türkiye toplam, sanayi ve imalat sanayi ihracatları da 4,1'er kat artmıştır. Başka bir ifade ile gıda ve içecek sanayi ihracatı bu dönemde artmış olmasına rağmen, ihracat artış hızı bakımından Türkiye toplam, Sanayi ve imalat sanayi ihracatına göre daha düşük oranda bir performans sergilemiştir.

Gıda ve içecek sanayi ihracatı sadece 2002 ve 2009 yıllarında bir önceki yıl almış oldukları değerlerden daha düşük değerlerde gerçekleşmiş, geri kalan tüm yıllarda ise bir önceki yıla göre daha yüksek değerler almıştır. Bu bulgu sanayi, imalat sanayi ve Türkiye toplam ihracatı için sadece 2009 yılı için geçerli olup, diğer senelerde geçerli değildir.

2009 kriz yılında Gıda ve içecek sanayi ihracatı 2008 yılındaki 6,5 milyar dolar seviyelerinden 5,9 milyar dolar seviyesine gerilemiş, 2010 yılında ise artarak 6,7 milyar dolar seviyesine yükselmiş ve 2008 yılı tutarını aşarak kriz öncesi dönemdeki seviyelerini yakalamıştır (Çizelge 12).



**Çizelge 12: 2000-2010 Yıllarında Sektörler Bazında İhracat Miktarı (Milyon US Dolar)**

	2000	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Türkiye</b>	<b>27.774</b>	<b>63.166</b>	<b>73.476</b>	<b>85.534</b>	<b>107.273</b>	<b>132.027</b>	<b>102.143</b>	<b>113.899</b>
Sanayi	25.939	60.292	69.726	81.515	102.911	127.416	97.272	108.352
Madencilik ve Taş Ocaklığı	400	648	811	1.145	1.661	2.155	1.683	2.677
İmalat Sanayi	25.518	59.582	68.812	80.245	101.081	125.188	95.449	105.494
<b>Gıda ve İçecek Sanayi</b>	<b>1.834</b>	<b>3.350</b>	<b>4.272</b>	<b>4.340</b>	<b>5.165</b>	<b>6.476</b>	<b>5.931</b>	<b>6.708</b>
Elektrik, Gaz ve Su	21	62	103	125	169	73	140	181

**Kaynak:** TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF

#### 1.4.1.1. Gıda ve İçecek Sanayi İhracatında İlk 10 Ülke

Gıda ve içecek sanayi ihracatının 2008-2010 yıllarında ülkelere göre dağılımı incelendiğinde; her üç yılda da ilk iki sıradaki Irak ve Almanya'nın sıralamadaki yerlerinin değişmediği görülmektedir. 2008 yılında üçüncü sırada yer alan Hollanda, 2009 ve 2010 yıllarında İngiltere ile yer değiştirerek dördüncü sıraya gerilemiştir. 2008 yılı sıralamasında dokuz ve onuncu sıralarda yer alan Rusya Federasyonu ve Libya, 2009 ve 2010 yıllarında ilk on sıralamasının dışında kalmıştır. 2008 yılında ilk 10 ülke sıralamasında yer almayan Suudi Arabistan ve Endonezya'nın ise 2009 ve 2010 yılları sıralamasında yer aldığı görülmektedir.

Gıda ve içecek sanayi 2008 yılında toplam ihracatının % 15,4'ünü Irak'a yaparken, 2009 yılında % 17 ve 2010 yılında da % 16,5'ini yine bu ülkeye yapmıştır. Irak'a yapılan ihracatın payı 2009 yılında artarken, 2010 yılında az da olsa gerilemiştir. İkinci sırada yer alan Almanya'nın ise gıda ve içecek sanayi içindeki ihracat oranları önemli bir değişiklik göstermemiştir. Gıda ve içecek sanayi ihracatı içindeki ilk 10 ülkenin toplam payı, 2008 yılında % 51,9 iken, 2009 yılında % 53,4'e yükselmiş, 2010 yılında ise tekrar azalarak % 52,1 seviyesine gerilemiştir (Çizelge 13).



**Çizelge 13: 2008 - 2010 Yıllarında Gıda ve İçecek Sanayi İhracatında İlk 10 Ülke**

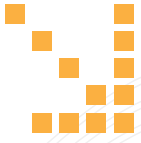
	2008			2009			2010		
	Ülkeler	Miktar (Dolar)	Pay (%)	Ülkeler	Miktar (Dolar)	Pay (%)	Ülkeler	Miktar (Dolar)	Pay (%)
1	Irak	998.373.831	15,4	Irak	1.010.783.139	17,0	Irak	1.103.646.684	16,5
2	Almanya	693.223.347	10,7	Almanya	632.834.646	10,7	Almanya	727.161.755	10,8
3	Hollanda	277.447.407	4,3	İngiltere	263.848.562	4,4	İngiltere	288.739.597	4,3
4	İngiltere	270.324.300	4,2	Hollanda	256.014.697	4,3	Hollanda	286.270.177	4,3
5	Fransa	244.026.674	3,8	A.B.D.	226.273.632	3,8	A.B.D.	251.085.125	3,7
6	A.B.D.	221.559.844	3,4	Fransa	209.446.701	3,5	Fransa	232.424.923	3,5
7	Suriye	179.804.837	2,8	İtalya	157.277.239	2,7	İtalya	182.148.553	2,7
8	İtalya	178.544.653	2,8	S.Arabistan	153.601.428	2,6	S. Arabistan	164.778.576	2,5
9	Rusya Fed.	152.802.528	2,4	Suriye	131.594.111	2,2	Endonezya	133.819.174	2,0
10	Libya	145.414.195	2,2	Endonezya	125.595.409	2,1	Suriye	127.122.826	1,9
10 Ülke Toplamı		3.361.521.616	51,9		3.167.269.564	53,4		3.497.197.390	52,1
Toplam İhracat		6.475.836.307	100,0		5.931.130.770	100,0		6.708.388.491	100,0

**Kaynak:** TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF

#### 1.4.2 İthalat Miktarı

Gıda ve içecek sanayi ithalatı, 2000-2010 yılları arasında neredeyse 3 kate yakın artarak 1,1 milyar dolardan 3,4 milyar dolara yükselirken; aynı dönemde Türkiye toplam ithalatı 3,4 kat, sanayi ve imalat sanayi sektörleri ithalatları ise yaklaşık olarak 3,3'er kat artmıştır. Başka bir ifade ile gıda ve içecek sanayi, ithalat artış hızı bakımından sanayi ve imalat sanayi sektörleri ve Türkiye toplam ithalatına göre biraz daha düşük gerçekleşmiştir. Bu durum sektörün Türkiye toplam dış ticaret açıklarına pozitif yönde katkısını göstermesi bakımından dikkate değerdir.

Gıda ve içecek sanayi ithalatı; 2001 yılı hariç, 2000 yılından 2008 yılına kadar sürekli olarak bir önceki yıl almış oldukları değerlere göre artmıştır. 2009 kriz yılında ise gıda ve içecek sanayinin yapmış olduğu ithalat 2008 yılındaki 3,8 milyar dolar seviyelerinden 2,9 milyar dolar seviyelerine gerilemiş, krizin sona ermeye başladığı 2010 yılında ise tekrar artarak 3,4 milyar dolar seviyelerine yükselmiştir (Çizelge 14).



**Çizelge 14: 2000-2010 Yıllarında Sektörler Bazında İthalat Miktarı (Milyon Dolar)**

	2000	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Türkiye</b>	54.502	97.540	116.775	139.577	170.063	201.963	140.928	185.497
Sanayi	51.429	91.444	110.548	132.430	159.274	185.918	131.673	171.274
Madencilik ve Taş Ocaklığı	7.098	10.981	16.322	22.034	25.316	35.650	20.625	25.932
İmalat Sanayi	44.200	80.447	94.207	110.378	133.937	150.252	111.031	145.322
<b>Gıda ve İçecek Sanayi</b>	<b>1.155</b>	<b>1.904</b>	<b>2.114</b>	<b>2.455</b>	<b>2.662</b>	<b>3.763</b>	<b>2.908</b>	<b>3.429</b>
Elektrik, Gaz ve Su	131	16	19	18	21	15	17	20

**Kaynak:** TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF

#### 1.4.2.1. 2008-2010 Yıllarında Gıda ve İçecek Sanayi İthalatında İlk 10 Ülke

Gıda ve içecek sanayi ithalatının 2008-2010 yıllarında ülkelere göre dağılımı incelendiğinde; her üç yılda da Malezya ve A.B.D.'nin ilk üç arasında yer almış olduğu görülmektedir. 2008 ve 2009 yıllarında ilk üç arasında yer alan Ukrayna, 2010 yılı sıralamasında dördüncü sıraya gerilemiş, Almanya ise 2010 yılında üçüncü sıraya yükselmiştir. 2008 yılı sıralamasında onuncu sırada yer alan İspanya, 2009 ve 2010 yıllarında ilk on sıralamasının dışında kalırken; 2009 yılında son sırada yer alan Fransa, 2008 ve 2010 yıllarına ait ilk on ülke arasında yer almamaktadır. 2008 ve 2009 yıllarında ilk on ülke sıralamasında yer almayan Polonya ise 2010 yılı sıralamasına altıncı sıradan girebilmiştir. 2008-2010 yılı sıralamalarında İspanya, Fransa ve Polonya dışında kalan ülkeler sıralamadaki yerleri değişmekle birlikte ilk on ülke içinde kalmışlardır. Gıda ve içecek sanayi 2008 yılında toplam ithalatının % 3 4'ünü ilk üç ülkeden yaparken, bu oran 2009 yılında % 30,3'e, 2010 yılında da % 24,6'ya gerilemiştir.

2008 yılında % 67,9 olan ilk 10 ülkenin gıda ve içecek sanayi ithalatı içindeki toplam payı, 2009 yılında % 63,1'e, 2010 yılında ise daha da azalarak % 61,2 seviyesine gerilemiştir (Çizelge15).



Çizelge 15: 2008 ve 2010 Yıllarında Gıda ve İçecek Sanayi İthalatında İlk 10 Ülke

	2008			2009			2010		
	Ülkeler	Tutar (Dolar)	Pay (%)	Ülkeler	Tutar (Dolar)	Pay (%)	Ülkeler	Tutar (Dolar)	Pay (%)
1	Malezya	462.217.888	12,3	A.B.D.	324.089.777	11,1	Malezya	292.565.878	8,5
2	A.B.D.	408.480.252	10,9	Ukrayna	299.002.636	10,3	A.B.D.	276.540.482	8,1
3	Ukrayna	408.029.235	10,8	Malezya	258.433.668	8,9	Almanya	274.076.567	8,0
4	Arjantin	279.675.003	7,4	Rusya Fed.	218.098.747	7,5	Ukrayna	254.182.370	7,4
5	Endonezya	188.552.832	5,0	Almanya	163.152.847	5,6	Hollanda	205.538.877	6,0
6	İtalya	181.683.159	4,8	Hollanda	154.824.321	5,3	Polonya	202.665.337	5,9
7	Rusya Fed.	169.740.880	4,5	Endonezya	146.161.554	5,0	Endonezya	191.756.534	5,6
8	Almanya	165.601.225	4,4	İtalya	100.710.151	3,5	Rusya Fed.	151.827.855	4,4
9	Hollanda	160.287.810	4,3	Arjantin	86.031.237	3,0	İtalya	137.346.106	4,0
10	İspanya	106.010.777	2,8	Fransa	83.780.000	2,9	Arjantin	113.711.829	3,3
10 Ülke Toplamı		2.530.279.061	67,2		1.834.284.938	63,1		2.100.211.835	61,2
Toplam İthalat		3.763.098.770	100,0		2.907.764.416	100,0		3.429.418.586	100,0

Kaynak: TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF

### 1.4.3 Dış Ticaret Dengesi

Dış ticaret karşılama oranlarının 2000-2010 yılları arasındaki durumu incelendiğinde, Türkiye toplam, sanayi ve imalat sanayi dış ticaret karşılama oranlarının sürekli olarak çok yetersiz seviyelerde seyrettiği; buna karşın, Gıda ve İçecek Sanayi dış ticaret karşılama oranlarının ise çok iyi seviyelerde olduğu görülmektedir. Başka bir ifade ile inceleme dönemindeki tüm yıllarda, gıda ve içecek sanayi dış ticarete sürekli olarak ihracat fazlası veren bir yapı sergilemektedir.

2000 yılında % 158,8 olan gıda ve içecek sanayi dış ticaret karşılama oranı, inceleme döneminde inişli-çıkışlı bir seyir izlemiştir; 2009 yılındaki % 204'lük en yüksek seviyelerine ulaştıktan sonra 2010 yılında %195,6 seviyesine gerilemiştir. 2010 yılındaki bu gerilemeye rağmen oranın, Türk dış ticaretinin genel yapısına göre hala çok yüksek bir seviyede olduğu akıllardan çıkartılmamalıdır. Türkiye dış ticaret karşılama oranı 2010 yılında % 61,4 gibi oldukça düşük bir seviyede gerçekleşirken, Sanayi Sektörü ve İmalat Sanayi oranları da % 63,3 ve % 72,6 gibi son derece düşük seviyelerde gerçekleşmiştir.

Gıda ve içecek sanayi en yüksek dış ticaret karşılama oranını % 204 ile kriz yılı olmasına rağmen 2009 yılında yakalarken, en düşük oran % 138,3 ile 2002 yılında elde edilmiştir. İnceleme döneminde Türkiye dış ticaret karşılama oranının en yüksek olduğu yıl % 75,7 ile 2001 kriz yılı olurken, en düşük oran % 51 ile 2000 yılında elde edilmiştir(Çizelge 16).





**Çizelge 16: 2000-2010 Yıllarında Sektörler Bazında Dış Ticaret Karşılama Oranları (%)**

	2000	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Türkiye</b>	<b>51,0</b>	<b>64,8</b>	<b>62,9</b>	<b>61,3</b>	<b>63,1</b>	<b>65,4</b>	<b>72,5</b>	<b>61,4</b>
Sanayi	50,4	65,9	63,1	61,6	64,6	68,5	73,9	63,3
Madencilik ve Taş Ocaklığı	5,6	5,9	5,0	5,2	6,6	6,0	8,2	10,3
İmalat Sanayi	57,7	74,1	73,0	72,7	75,5	83,3	86,0	72,6
<b>Gıda ve İçecek Sanayi</b>	<b>158,8</b>	<b>175,9</b>	<b>202,1</b>	<b>176,8</b>	<b>194,0</b>	<b>172,1</b>	<b>204,0</b>	<b>195,6</b>
Elektrik, Gaz ve Su	16,0	387,5	542,1	694,4	804,8	486,7	823,5	905,0

**Kaynak:** TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF

### 1.5. İstihdam

Yıllık Sanayi İstatistikleri 2008 yılı sonuçlarına göre, gıda ve içecek sanayinde 2003 yılında 275.773 kişi olan çalışan sayısı, 2008 yılında 52.880 kişi (%19,2) artarak 328.653 kişi olmuştur. Çalışanların 317.713 kişisi gıda sanayinde, 10.940 kişisi içecek sanayinde olduğu görülmektedir. Gıda sanayinde çalışan sayısı 2003 yılına göre 52.879 kişi (%20) artarken, içecek sanayinde çalışan sayısı değişmemiştir. Başka ifade ile çalışan sayıları bakımından içecek sanayi ilave bir istihdam yaratamazken, gıda sanayi istihdama olumlu yönde katkı sağlamıştır. Alt gruplar itibariyle incelendiğinde ise çalışan sayıları bakımından en fazla yoğunlaşmanın olduğu grubun Diğer Gıda Maddeleri İmalatı olduğu, buna karşın istihdamın en az olduğu alt grubun ise Balık ve Balık Ürünlerinin İşlenmesi ve Muhafazası olduğu görülmektedir (Çizelge 17).

Çalışan sayısındaki yıllık değişimler incelendiğinde; inceleme konusu yapılan 2004-2008 yılları arasında, sanayi ve imalat sanayinde çalışanların sayısı her geçen yıl artan bir eğilim gösterirken, gıda ve içecek sanayinde çalışanlar ise, genelde 2007 yılı hariç artan bir dağılım göstermiştir (Çizelge 17).

**Çizelge 17: 2003-2008 Yıllarında Gıda ve İçecek Sanayi'nde İstihdam**

Sektörler	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>SANAYİ</b>	<b>2.356.629</b>	<b>2.583.624</b>	<b>2.765.172</b>	<b>2.875.573</b>	<b>2.973.232</b>	<b>3.052.609</b>
Madencilik	73.704	80.057	85.123	93.956	97.627	97.742
Enerji	101.207	99.225	96.302	97.377	99.302	96.382
İmalat Sanayi	2.181.718	2.404.342	2.583.747	2.684.240	2.776.303	2.858.485
<b>GIDA VE İÇECEK SANAYİ</b>	<b>275.773</b>	<b>285.073</b>	<b>290.810</b>	<b>315.196</b>	<b>311.791</b>	<b>328.653</b>
Gıda Sanayi	264.834	276.070	280.210	304.572	301.108	317.713
Et ve et ürünleri imalatı, işlenmesi ve muhafazası	22.353	24.474	26.416	27.290	26.645	29.242
Et imalatı ve muhafazası	4.153	4.001	3.606	3.848	3.771	3.733
Kümes hayvanları etlerinin imalatı ve muhafazası	13.365	15.157	16.438	15.332	16.220	18.315
Et ve kümes hayvanı et ürünlerinin imalatı	4.835	5.316	6.372	8.110	6.654	7.194
Balık ve balık ürünlerinin işlenmesi ve muhafazası	3.440	3.864	4.832	5.226	4.362	4.621

TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ  
TÜRKİYE GIDA SANAYİ VE TÜRKİYE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ



Sebze ve meyvelerin işlenmesi ve muhafazası	34.658	32.967	35.382	36.215	40.071	39.729
Patatesin işlenmesi ve muhafazası	1.219	975	1.385	1.562	1.947	2.114
Sebze ve meyve suyu imalatı	1.946	2.127	2.250	3.013	2.343	2.533
BYS sebze ve meyvelerin işlenmesi ve muhafazası	31.493	29.865	31.747	31.640	35.781	35.082
Bitkisel ve hayvansal sıvı ve katı yağların imalatı	11.927	12.710	11.589	11.926	11.086	12.250
Ham, sıvı ve katı yağların imalatı	2.745	3.070	2.822	2.621	(*)	2.416
Rafine sıvı ve katı yağların imalatı	7.361	7.891	7.559	8.202	8.004	8.702
Margarin ve benzeri yenilebilir katı yağların imalatı	1.821	1.749	1.208	1.103	(*)	1.132
Süt ürünleri imalatı	16.589	18.515	21.479	22.449	24.603	26.698
Süthane işletmeciliği ve peynir imalatı	14.550	16.766	18.069	18.550	20.392	21.820
Dondurma imalatı	2.039	1.749	3.410	3.899	4.211	4.878
Öğütülmüş tahıl ürünleri, nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı	19.732	20.865	20.917	21.166	21.683	23.370
Öğütülmüş tahıl ürünleri imalatı	18.877	19.938	20.177	20.399	20.856	22.416
Nişasta ve nişastalı ürünlerin imalatı	855	927	740	767	827	954
Hazır hayvan yemleri imalatı	5.548	7.056	7.346	7.707	7.731	7.506
Çiftlik hayvanları için hazır yem imalatı	(*)	(*)	7.215	7.590	7.591	7.354
Ev hayvanları için hazır yem imalatı	(*)	(*)	131	117	140	152
Diğer gıda maddeleri imalatı	150.587	155.619	152.249	172.593	164.927	174.297
Ekmek, taze fırın ürünleri ve taze kek imalatı	74.033	77.164	75.204	92.466	82.352	90.787
Peksimet, bisküvi imalatı, dayanıklı pastane ürünleri ve dayanıklı kek imalatı	24.264	26.062	20.346	18.889	18.606	21.449
Şeker imalatı	(*)	(*)	21.310	22.534	21.998	20.276
Kakao, çikolata ve şekerleme imalatı	14.159	14.333	16.119	18.123	20.378	20.176
Makarna, şehriye, kuskus ve benzer unlu mamullerin imalatı	2.106	2.337	2.466	2.061	2.166	2.190
Kahve ve çayın işlenmesi	11.808	11.316	11.960	13.572	14.325	14.251
Baharat, soslar, sirke ve diğer çeşni maddelerinin imalatı	1.206	1.540	1.844	1.722	1.734	1.702
Hazır, homojenize gıda maddeleri ile diet yiyecekleri imalatı	(*)	(*)	800	897	1.027	903
BYS diğer gıda maddeleri imalatı	1.689	1.668	2.200	2.329	2.341	2.563
<b>İçecek Sanayi</b>	<b>10.939</b>	<b>9.003</b>	<b>10.600</b>	<b>10.624</b>	<b>10.683</b>	<b>10.940</b>
Damıtılmış alkollü içeceklerin imalatı	(*)	(*)	(*)	(*)	1.065	926
Şarap imalatı	559	792	797	987	1.004	1.080
Diğer damıtılmamış mayalı içeceklerin imalatı	10	10	6	17	(*)	(*)

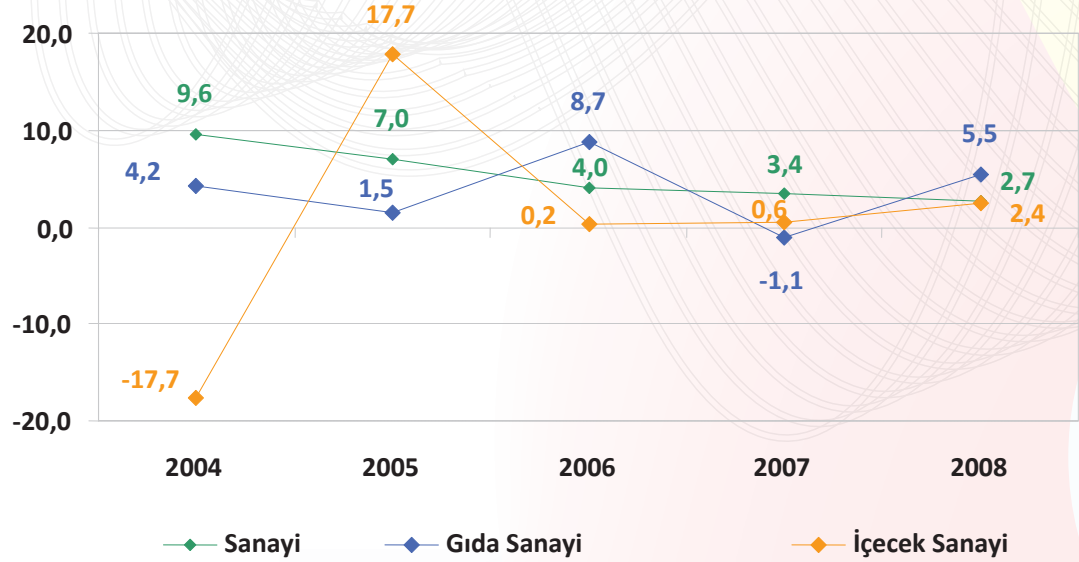


## TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

Bira imalatı	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)	(*)
Maden suyu ve alkolsüz içecek üretimi	4.937	5.140	6.516	6.559	7.319	7.645

**Kaynak:** TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF (\*) 5429 Sayılı Kanun gereği gizlilik ilkesine göre bilgiler verilmemiştir.

Gıda ve içecek sanayinde çalışanlar alt sektörler bazında incelendiğinde, gıda sanayinde istihdam 2007 yılı hariç artan bir eğilim göstermiş, içecek sanayi çalışanlar ise devamlı artmıştır (Şekil 6).



**Şekil 6: Gıda Sanayi'nde Çalışan Sayılarındaki Yıllık Değişimler (%)**

**Kaynak:** TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF

Sanayi sektörünün genelinde 2003 yılında istihdam edilenlerin sayısı 2.356.629 kişi iken, 2008 yılına kadar bu sayı her yıl düzenli olarak artarak (695.980 kişi) 3.052.609 kişiye yükselmiştir. İstihdam bakımından sanayi sektörüyle aynı eğilimi gösteren imalat sanayinde ise bu sayı 2.181.718 kişiden 2.858.485 kişiye yükselirken, madencilik ve taşocakçılığı sanayinde de 73.704 kişiden 97.742 kişiye yükselmiştir. Bu sektörlerdeki artan eğilimin aksine, enerji sektöründe 2003 yılında 101.207 kişi olan çalışan sayısı, 2008 yılında 96.382 kişiye gerilemiştir (Çizelge 17).

Gıda ve içecek sanayinde istihdam edilen edilenlerin gerek sanayi gerekse de imalat sanayi işletmeleri istihdamı içindeki payları inceleme döneminde azalmıştır. 2003 yılında %11,7 olan gıda ve içecek sanayi istihdamının sanayi sektörü içindeki payı, 2008 yılında %10,8'e kadar gerilemiştir. Bu payın inceleme döneminde en yüksek değerini almış olduğu yıl %11,7 ile 2003 yılı olurken, en düşük pay %10,5 ile 2005 ve 2007 yıllarında elde edilmiştir (Çizelge 18).



**Çizelge 18: Gıda Ürünleri ve İçecek Sanayinde Çalışanların Sanayi ve İmalat sanayindeki Yeri (%)**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
<b>GIDA VE İÇECEK SANAYİ / SANAYİ</b>	<b>11,7</b>	<b>11,0</b>	<b>10,5</b>	<b>11,0</b>	<b>10,5</b>	<b>10,8</b>
Gıda Sanayi / Sanayi	11,2	10,7	10,1	10,6	10,1	10,4
İçecek Sanayi/ Sanayi	0,5	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4
<b>GIDA VE İÇECEK SANAYİ / İMALAT SANAYİ</b>	<b>12,6</b>	<b>11,9</b>	<b>11,3</b>	<b>11,7</b>	<b>11,2</b>	<b>11,5</b>
Gıda Sanayi / İmalat Sanayi	12,1	11,5	10,9	11,3	10,8	11,1
İçecek Sanayi / İmalat Sanayi	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4

**Kaynak:** TÜİK, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF

## 2. GIDA ve İÇECEK SEKTÖRÜNÜN SWOT ANALİZİ

Gıda sanayinin ülkemizde avantaj ve rekabet edilebilirliğinin devamı ve başarısı açısından sanayinin potansiyel durumu analizi ile maddeler halinde aşağıda belirtilmiştir.

### 2.1 Gıda ve İçecek Sanayinin Güçlü Yönleri

- Türkiye gıda sanayi, tarımsal hammadde varlığı ve çeşitliliği bakımından dışa bağımlı olmayan bir potansiyel yapıya sahiptir.
- Genç ve artan nüfus yoğunluğu ile Türkiye’de hem üretim hem de tüketim artış göstermektedir.
- Türk gıda sanayi üretim potansiyeli ve ülkedeki mevcut tarımsal ürün çeşitliliği sebebiyle önemli ihracat fırsatlarına sahiptir.
- Gelişen bir ülke olarak, tüketici harcamalarını da pozitif yönde etkileyecek olan kişi başı GSYİH’de ileriki yıllarda artış beklenmektedir.
- Gelişen alt yapı çerçevesinde teknoloji ve bilgi birikimini takip eden ve ülkelerin taleplerine uyum sağlayacak esnek üretim yapısı bulunmaktadır.
- Girişimci ruh ve son yıllarda işletme yönetiminde gelişmeler vardır. Her konuda yetişmiş teknik elemanları bulunmaktadır.
- Mevzuat altyapısı süratle AB’ye uyumlu hale getirilmektedir.
- Dünyada sulanabilir alanlar son sınırına gelmişken, ülkemiz bu açıdan hala kullanılmayan tarım arazi varlığı mevcuttur. Önemli bir yatırım olan GAP’ın tamamlanmasıyla sulanabilir arazi varlığı büyük ölçüde artacaktır.
- Coğrafi konum ve pazar açısından AB ve gelişen ihracat pazarlarına yakınlık, Orta Doğu, Kuzey Afrika, Türk Cumhuriyetleri.
- Türkiye gıda sanayi dinamik bir yapıya sahiptir. İşgücü temini kolaylığı ve yetişmiş genç nüfus varlığı önemli bir şanstır.
- Gıda ürünlerinin tüketime, özellikle de insan tüketimine yönelik oluşu ve vazgeçilmez nitelik taşımaları nedeniyle sanayide yatırımları artırmış, bunun yanında son yıllarda yabancı sermaye girişini de artırmıştır.
- Katma değeri yüksek ürünler üreten gıda sanayi, tüketim ve satın alma davranışlarındaki değişimlere hızlı yanıt vererek dinamik yapısını korumaktadır.



- Özellikle kadınların çalışma hayatına aktif katılması nedeniyle hazır, kolay hazırlanabilir ve dayanıklı gıdaya olan talep artmıştır.
- Halkın beslenme alışkanlarındaki değişiklikler ve tercih farklılıkları gıda sanayinin gelişmesine katkı sağlamaktadır.
- Yabancı sermayeden çok, yerli sermayeye dayalı olması ekonomik krizlerden daha az etkilenmesine sebep olmaktadır.
- Uluslararası sektör kuruluşlarıyla ilişkiler, Kamu-sektör iş birliği, endüstrinin örgütlenmesi sektörün dinamiklerin harekete geçirilmesinde etkili olmaktadır.
- Tedarik, üretim ve satış programı belli, ağlarını kurmuş işletmelerin mevcudiyeti, modern ve yüksek kapasiteli üretim tesislerinin varlığı kalite bakımından uluslararası standartların yakalanmasına imkân sağlamaktadır.

## 2.2. Gıda ve İçecek Sanayinin Zayıf Yönleri

- Yeterli, kaliteli ve homojen hammaddeyi, sürekli ve dünya fiyatlarından temin etmede yaşanan sorunlar.
- Hayvan hastalıklarının yaygınlaşması halkın sağlığını tehdit eden en önemli konuların başında geldiği gibi ihracatın da yapılamamasında en önemli sebeptir.
- Sektörde küçük ve orta ölçekli işletme yoğunluğu ve yetersiz sermaye yapısı hakimdir.
- Yetersiz denetim, kayıtdışılık taklit ve tağşişin neden olduğu haksız rekabet söz konusudur.
- Vergi oranları yüksek ve orantısızdır.
- Yüksek üretim maliyeti ile özellikle uluslararası rekabette sorunlar yaşanmaktadır.
- Tüketici bilincinin tam olarak oluşmaması ve tüketici gelir düzeyindeki dağılım dengesizliği, gıda ürünlerine talebin niteliğini ve niceliğini etkileyerek, üretim kapasitesini olumsuz etkilemektedir.
- Gıda sanayi ile bilimsel araştırma kurumları arasında sorun çözümü, yeni teknolojiler ve ürün geliştirmeye yönelik yeterli işbirliği bulunmamaktadır.
- Devlet desteklerinin, rekabet edilen diğer üretici ülkelere nazaran daha düşük olması rekabette zayıflık yaratmaktadır.
- Rekabet edilen diğer ülkelerin ithalatçı ülkelerle yaptıkları ikili anlaşmalar sonucu sağladıkları avantajlar, ülkemiz ihracatının gelişmesinde engel teşkil etmektedir.
- Üniversite-sanayi işbirliğinden yararlanamama ve yetersiz Ar-Ge kültürü sektörde çok yaygındır.
- DTÖ ve AB uygulamaları ve uyum sürecinde sektörün uyması gereken kotalar ve üretim azalışları sanayi için sorun olabilmektedir.
- Gıda üretiminde asgari teknik ve hijyenik koşullara uyumda sorunlar devam etmektedir.
- Sanayinin gelişimi için ara eleman eksiklikleri vardır, eğitim ve uzmanlaşma açısından olumlu yapı söz konusu değildir.
- Entegre gıda işletmeleri dışında gıda güvenliği sistemi uygulamaları tatmin edici düzeyde değildir.
- Kişi başına gıda tüketiminin düşük olması, gıda sanayinin gelişmesini olumsuz olarak etkilemektedir.



### 2.3. Gıda ve İçecek Sanayi İçin Tehditler

- Sürekli değişen tarım politikaları ile gıda sanayi ve tarımın entegrasyonunun sağlanamaması,
- Küresel piyasa koşullarında rekabet edilebilir fiyatlarda kaliteli ve sürdürülebilir hammadde temininde yaşanan zorluklar,
- Gıda, biyogüvenlik, çevre gibi konularda mevzuat hazırlanırken özel sektörle istişare mekanizmalarının yeterince işletilememesi,
- Çevre koruma mevzuatına uyum maliyetlerinin yüksekliği,
- Şeker kotasının varlığı ve şeker fiyatlarının yüksekliği,
- Gıda katkı maddeleri ve ambalajlı gıda hakkında aleyhte kampanyalar yürütülmesi ve tüketicilerde olumsuz şartlanmalar,
- Küresel kriz nedeniyle yaşanan talep daralması,
- Hayvan hastalıklarının eradike edilememesi,
- Desteklemelerdeki yetersizlikler ve kaliteye önem veren bir destekleme sisteminin olmayışı,
- Komşu AB üyesi ülkelerden transit geçişe dahi izin verilmemesi nedeni ile gıda talep eden ülkelere dahi ürün gönderemeyişi,
- Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar (GDO) konusunda AB politikalarının hala uygulamaya geçirilememesi, GDO üzerindeki tartışma ve olumsuz propagandalar,
- Özellikle katkı maddesi ve katkılı gıdalardan uzaklaşma eğilimi neticesi ambalajlı gıda tüketiminin azalma eğilimi,
- Yüksek orandaki kayıt dışılık,
- Taklit ve tağşiş ürünlerle yeterince mücadele edilmemesi,
- Her konuda veri eksikliği,
- Sektörün TÜİK ile veri konusunda işbirliğinin azlığı
- Endüstrinin çoğunluğunun küçük ölçekli işletmelerden oluşması,
- Küçük ölçekli işletmelerdeki sermaye yetersizliği,
- Küçük ölçekli işletmelerdeki yetişmiş iş gücü ve teknik bilgi eksikliği,
- Gıda güvenliği denetimlerinin yetersizliği,
- Girdilerde dışa bağımlılık,
- Özel Tüketim Vergisinin sık bir biçimde değiştirilmesi ve vergi oranının yüksek belirlenmesi,
- ÖTV nin fiyata yansıtılıp tekrar ÖTV'nin KDV 'si kesilerek iki kez vergi alınması,
- Bilimsel dayanaktan yoksun ve haksız rekabete meydan veren düzenlemeler yapılması,
- Kolalı içeceklerde yüksek oranda ( % 25) vergi uygulaması,

### 2.4. Gıda ve İçecek Sanayinin Önündeki Fırsatlar

- İlgili düzeyi yüksek genç nüfusun yeni marka ve ürünlere açık olması sektörün gelişmesi için önemli bir fırsattır.
- Turizm sektöründeki gelişmeler sektör için olumlu sinyaller vermektedir. Gelen turist sayısının artmasının yanı sıra çeşitli faktörler nedeniyle kent nüfusunun artmaya başlaması.
- Henüz pazarın olgunluğa ulaşmaması sebebiyle yeni ürünlerin Türkiye'ye girebilme fırsatı vardır.



- AB uyum süreci ile yeni pazarlar ortaya çıkmaktadır.
- Potansiyel pazarlara coğrafi yakınlık, özellikle Ortadoğu pazarında Türkiye'nin artan itibarı gıda sektörü için bir fırsattır.
- AB'ye üyelik sürecinin başlaması gıda sektörünün gelişmesi için itici güç (gıda güvenliği, sınır kontrolü, mevzuat alt yapısının AB'ne uyumundaki gelişmeler) olmuştur.
- Türkiye'nin konumu ve siyasi yeri, jeopolitik önemi, Türk dizilerinin çevre ülkelerde artan ilgisi, 1,5 aylık mesafeden gemiyle çok büyük partiler halinde ithalat yapan ülkelere, küçük partiler halinde sipariş kabul etmek ve kısa sürede mal teslim edebilme olanağı,
- İthalat yapacak ülkelerin yeni tedarikçi arayışına girmesi,
- Yetişmiş eleman ve işgücü potansiyelinin olması,
- Yatırım isteğinin olması,
- Artan nüfus ve halkın gelir düzeyinin yükselmesine bağlı olarak tüketimin artması,
- Uluslararası gelişmelerin endüstri tarafından yakından takip edilmesi,
- Dengeli ve bilinçli beslenme alışkanlığı ile tüketici bilincinin yükselmesine bağlı olarak ambalajlı ürünlere yöneliş.
- Türk dış ticaret rejiminin serbestleştirilmesine paralel olarak tüketicinin kalite bilincinin artması, kalite ve çeşit hakkında daha özenli davranmaya başlaması.
- Yabancı sermaye ilgisi ve uluslararası işbirliğinin geliştirilmesi yoluyla sanayinin dünya gıda piyasalarına entegrasyon şansı,
- Ürün geliştirme ve teknolojik yenileme faaliyetleri sanayi geliştirmektedir.
- Firma birleşmeleri ve çeşitli alanlarda sektörel örgütlenme eğilimi,
- Bilim ve araştırma kuruluşlarıyla artan işbirliği ve bu konuda isteklilik,
- Ar-Ge, yurt dışı pazarlarda tutundurma ve markalaşma için destek ve teşvikler gıda ihracatçıları için fırsattır.

### 3. YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR

Yatırımları teşvik sistemi, gelişmiş ya da gelişmekte olan bütün ülkelerde devletin ekonomik amaçlarını gerçekleştirmede kullandığı en önemli araçlardan birisidir. Teşvik tedbirlerinin etkili ve amacına uygun olması, devletin ekonomik ve sosyal hedeflerine ulaşmasında büyük kolaylıklar sağlayacaktır. Ülkemizde yatırım projelerine yönelik uygulanan destek sistemleri Ekonomi Bakanlığı tarafından uygulanmaktadır. İlgili Yasa, karar, tebliğ ve genelgeler eliyle yürütülen ekonomik ve sosyal istikrarı hedef alan "Yatırımlarda Devlet Yardımları" 2 konu başlığı altında toplanmaktadır: Bunlar;

- Ülkemizde yapılması tasarlanan tüm sabit yatırım projelerinin verimliliğinin artırılması yatırım maliyetinin düşürülmesi amacıyla ülke bazında uygulanan "Genel Teşvik Sistemi",
- Küçük ve orta boy işletmelere yönelik olarak uygulanan "KOBİ Teşvik Sistemi" dir.

#### 3.1 Genel Teşvik Sistemi ve Uygulamaları

Türkiye'de yatırımların teşviki, kalkınma planları ve yıllık programlar doğrultusunda, hazırlanan mevzuat ile yürütülmektedir. Teşvik mevzuatı ile bölgesel gelişmişlik farklılıklarını azaltmak, yatırım projelerine yönelik uygulanan destek sistemleri ile rekabet gücünü artırmak, teknoloji ve Ar-Ge içeriği yüksek büyük ölçekli yatırımlara destek olmak ve sektörel kümelenmeyi desteklemek amaçlanmaktadır. Bu amaçla hazırlanan 2009/15199 sayılı Yatırımlarda Devlet



Yardımları Hakkındaki Karar, 16.07.2009 tarih ve 27290 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiş, anılan Kararın uygulanmasına ilişkin 2009/1 sayılı Tebliğ ise 28.07.2009 tarih ve 27302 sayılı Resmi Gazetede yayımlanmıştır.

Teşvik sisteminin amacı uluslararası yükümlülüklerimize aykırılık teşkil etmeyecek şekilde; bölgesel gelişmişlik farklılıklarını gidermek, desteklenecek sektörleri, bölgelerin koşullarına ve rekabet avantajlarına uygun biçimde belirleyerek kümelenme yaklaşımının gelişmesine katkı sağlamak, uluslararası rekabet gücünü artıracak teknoloji ile AR-GE içeriği yüksek büyük ölçekli yatırımları özendirme olarak belirlenmiştir.

Teşvik sistemi ; Bölgesel – Sektörel Teşvik Sistemi, Büyük Proje Teşvik Sistemi ve Genel Teşvik Sistemi olmak üzere 3 ana bileşenden oluşmaktadır. Teşvik Araçları, kurumlar/gelir vergisi indirimi, sosyal güvenlik primi işveren hissesinin hazine tarafından karşılanması, faiz desteği, yatırım yeri tahsisi, KDV istisnası, gümrük vergisi muafiyeti olarak uygulanmaktadır.

Bölgesel – Sektörel Teşvik Sisteminde bölgeler, 28.8.2002 tarihli ve 2002/4720 sayılı Bakanlar Kurulu Kararına göre İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS)-Düzyey 2 esas alınarak sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyeleri dikkate alınarak 2009/15199 sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Karara göre 26 il grubundan oluşan dört bölgeye ayrılmıştır. Desteklenecek sektörler; alt bölgelerin potansiyelleri, ekonomik ölçek kriterleri ve ilgili kamu kurum ve kuruluşları ile özel sektör kuruluşlarının görüşleri dikkate alınarak tespit edilmiştir.

Büyük Proje Teşvik Sisteminde, uluslararası düzeyde rekabet gücünü artıracak, Ar-Ge ve teknoloji içeriği yüksek sektörlerde belirli büyüklüğün üzerindeki yatırımlara destek sağlanması hedeflenmiştir. Genel Teşvik Sisteminde, bölgesel ve büyük proje sisteminde yer almayan ve desteklenmesi öngörülmemen sektörler dışında kalan yatırımlar yer almaktadır. Yeni sistemde desteklenmeyecek sektörler belirlenirken uluslararası yükümlülüklerimiz ile ilgili sektörlerde arz ve kapasite fazlalığı olup olmadığı dikkate alınmıştır.

Bölgesel desteklerden yararlanacak yatırımlar için uygulanan destek unsurları 1. ve 2. bölgelerde vergi indirimi, sigorta primi işveren hissesi desteği, yatırım yeri tahsisi, KDV istisnası, gümrük vergisi muafiyeti; 3. ve 4. bölgelerde vergi indirimi, sigorta primi işveren hissesi desteği, yatırım yeri tahsisi, faiz desteği, KDV istisnası ve gümrük vergisi muafiyetidir.

Büyük ölçekli yatırımlar için ise vergi indirimi, sigorta primi işveren hissesi desteği, yatırım yeri tahsisi, KDV istisnası ve gümrük vergisi muafiyeti ve genel teşvik sistemi kapsamındaki yatırımlar için de KDV istisnası ve gümrük vergisi muafiyeti uygulanmaktadır. Genel teşvik sistemi, bölgesel ve büyük ölçekli yatırımlar ile teşvik edilmeyen yatırım konuları dışında kalan yatırımlar için ülke genelinde uygulanmakta olup, sadece KDV istisnası ve gümrük muafiyeti destek unsurlarını kapsamaktadır.

### 3.2 Genel Teşvik Sistemi İle İlgili Uygulama Bilgileri

Gıda ve içecek sanayine, 2005 yılında, tahsis edilen 295 adet belge karşılığında 8.524 kişiye istihdam olanağı yaratılırken, 2010 yılında 592 belge karşılığı 14.116 kişiye istihdam yaratılmıştır. Başka bir ifade ile 2010 yılında gıda ve içecek sanayine tahsis edilen belge sayısı 2005 yılına göre 2 kattan fazla artarken, bu teşviklerle yaratılması planlanan istihdam sadece %65,6 oranında artmıştır. Bu gelişmenin sonucunda yatırım teşvik belgesi başına düşen istihdam 29 kişiden 24 kişiye gerilemiştir.

Gıda ve içecek sanayine, 2005 yılında 715 milyon TL yatırım teşviki yapılırken 2010 yılında yapılan yatırım teşviki 3 kata yakın artarak 2.112 milyon TL olmuştur. 2005 yılında belge başına teşvik tutarı 2,4 milyon TL olurken, 2010 yılında 3,6 milyon TL'ye yükselmiştir.





Gıda ve içecek sanayine tahsis edilen yatırım teşvikleri küresel krizin yaşandığı 2009 yılında, 2008 yılına göre % 49,5 oranında azalırken, 2010 yılında 2009 yılına göre % 188,5 oranında artmıştır. (Çizelge ,19).

**Çizelge 19: 2005-2010 Yıllarında Gıda ve İçecek Sanayine Tahsis Edilen Yatırım Teşvik Belgeleri**

Yıl	Belge Sayısı (Adet)	Sabit Yatırım (TL)Artış %	İstihdam (Kişi)	Belge Başına S.Yatırım	Belge Başına İstihdam
2005	295	714.580.917 -	8.524	2.422.308	29
2006	245	733.683.242 2,7	7.003	2.994.625	29
2007	456	1.226.733.270 67,2	12.196	2.690.205	27
2008	605	1.448.624.411 18,1	12.642	2.394.421	21
2009	313	732.212.280 -49,5	6.870	2.339.336	22
2010	592	2.112.113.974 188,5	14.116	3.567.760	24

**Kaynak:** Hazine Müsteşarlığı, Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF

Ağustos 2009 tarihinden Temmuz 2010 tarihine kadar gıda-içecek sektörü için 565 adet teşvik belgesi düzenlenmiştir. Bu belgeler kapsamında toplam 2.566 milyon TL tutarında sabit yatırım yapılması ve söz konusu yatırımlarda 17.948 kişiye istihdam öngörülmüştür (Çizelge 20).

**Çizelge 20: Türkiye’de Gıda ve İçecek Konusunda Verilen Teşvik Belgelerinin Dağılımı (Ağustos 2009 - Temmuz 2010)**

BÖLGELER	Belge Adedi	Yatırım Tutarı (Milyon TL)	İstihdam (Kişi)
1.BÖLGE	101	962	6.914
2.BÖLGE	82	304	2.157
3.BÖLGE	224	892	5.597
4.BÖLGE	158	409	3.280
TOPLAM	565	2.566	17.948

**Kaynak:** Hazine Müsteşarlığı

En fazla belgeyi 224 adetle 3. Bölge ve istihdamı ise 6.914 kişi ile 1. Bölge yapmıştır. Bu dönemde, gıda ve içecek sektörüne bu dönemde düzenlenen teşvik belgelerinin adet olarak bölgelere göre dağılımı incelendiğinde, 565 adet teşvik belgesinin 224 adedi 3. Bölge, 158 adedi 4. Bölge, 101 adedi 1. Bölge, 82 adedi 2.bölgeye verildiği tespit edilmiştir.

Bu dönemde, gıda ve içecek sektörüne bu dönemde düzenlenen teşvik belgelerinin yatırım tutarı bakımından bölgelere göre dağılımı incelendiğinde, 2.566 yatırım tutarının 962 milyon



TL.lık yatırım tutarı 1. Bölge, 892 milyon TL yatırım tutarı ile 3.bölge, 409 milyon TL yatırım tutarı ile 4.bölge, 304 milyon TL yatırım tutarı ile 2.bölgeye yapıldığı görülmektedir.

Bu dönemde gıda ve içecek sektörüne bu dönemde düzenlenen teşvik belgelerinin istihdam edilecek kişi bakımından bölgelere göre dağılımı incelendiğinde, 17.948 kişilik istihdamın 6.914 kişisi 1. Bölge, 5.597 kişilik istihdam ile 3.bölge, 3.280 kişilik istihdam ile 4.bölge, 2.157 kişilik istihdamın ise 2.bölgeye yapılacağı öngörülmektedir.

**Çizelge 21: Türkiye’de Gıda-İçecek Konusunda Verilen Yatırım Teşvik Belgelerinin Genel Olarak Verilen Teşvik Belgelerine Belge Adedi, Yatırım Tutarı ve İstihdam Edilecek Kişi Bakımından Oranı (%)**

	Belge Adedi	Yatırım Tutarı (Milyon TL)	İstihdam (Kişi)
Gıda ve içki (1)	565	2.566	17.948
Genel Olarak Verilen Yatırım Teşvik Belgeleri (2)	<b>3.848</b>	<b>58.704</b>	<b>139.057</b>
Oran 1/2x100	14,68	4,7	12,90

**Kaynak:** Hazine Müsteşarlığı,

Ağustos 2009 tarihinden Temmuz 2010 tarihi arasında gıda-içecek konusunda verilen teşvik adedi, genel olarak verilen yatırım teşvik belgelerine adedine oranı % 14,68, yatırım tutarı bakımından %4,7, istihdam edilecek kişi bakımından ise % 12,9 olmuştur (Çizelge , 21).

### 3.3 KOBİ Teşvik Sistemi ve Uygulamaları

Ülke gayri safi milli hâsılası, istihdam ve ihracat üzerinde önemli payı olan küçük ve orta ölçekli işletmeler, sağladıkları bu katkılardan dolayı ekonomik ve sosyal amaçlı kamu politikalarının önemli uygulama alanlarından biri haline dönüşmüştür. KOBİ’lerin takip edilen kamusal politikalarda önemli yer tutmasında, ekonomik büyüme ve istikrar yanında sosyal yapıdaki aksaklıkların giderilmesinde oldukça etkili olmaları büyük rol oynamaktadır.

KOSGEB desteklerinden; 1-250 arasında işçi çalıştıran ve imalat sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmeler ve girişimciler yararlanabilirler.

Sermayesinin %25'inden fazlası büyük işletmelere ait olup 250'den fazla işçi çalıştıran işletmelerle sermayesinin %50'den fazlası İl Özel İdaresi ve Belediyelere ait olan işletmeler, işletme tanımına uysalar bile KOSGEB desteklerinden yararlanamazlar.

İşletmelerin desteklerden yararlanabilmesi için KOSGEB Veri Tabanına dolduracakları Yararlanıcı Durum Tespit Formları ile dahil olmaları gerekmektedir.

KOSGEB Destekleri Genel İşletme Geliştirme Programı, İşletme Geliştirme Programı, Ürün Kalite Geliştirme Programı, İhracatı Geliştirme Programı, Teknoloji Geliştirme ve Yenilik Programı, Bölgesel Kalkınma Programı, Girişimciliği Geliştirme Programı kapsamında verilir.



İşletmelerin herhangi bir destek için başvuru yapmış olması, KOSGEB'i taahhüt altına sokmadığı gibi, müracaat eden işletmelere de bir hak kazandırmaz. KOSGEB başvuruyu kendi belirleyeceği kriterlere göre değerlendirir. İşletmeler başvurularının reddi halinde KOSGEB'den herhangi bir talepte bulunamaz.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin kalkınma planları ve yıllık programlarda öngörülen hedefler ile Avrupa Birliği normlarına ve uluslararası anlaşmalara uygun olarak desteklenmelerini, uluslararası düzeyde rekabet edebilmelerini teminen üretim, kalite ve standartlarını arttırmalarını, istihdam yaratmalarını sağlamak amacıyla desteklenmektedir. KOBİ'ler genel teşvik mevzuatından ayrı olmak üzere 18 Eylül 2009 tarih ve ve 27353 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan **2009/15431 sayılı** "KOSGEB tarafından Verilecek Hizmetler ve Desteklerden Yararlanacak Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere İlişkin Sektörel ve Bölgesel Önceliklerin Belirlenmesi Hakkındaki Bakanlar Kurulu Kararı" ile 04 Mayıs 2004 tarih ve ve 25452 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanan **2004/7131 sayılı** "**Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinin Geliştirilmesi ve Desteklenmesi**" Amacıyla KOSGEB Tarafından Uygun Koşullarda Finansal Destek Sağlanması Hakkında Karar"a göre teşvik edilmektedir. Desteklerin hangi alt kalemlerden oluştuğu, alt ve üst limitleri, yörelere göre destek unsurları, başvuru onay ve değerlendirme vb. usul ve esaslar, KOSGEB Destekleri Yönetmeliği ve Yönergesinde açıklanmıştır. KOSGEB tarafından küçük ve orta ölçekli işletmelere kredi faiz destekleri, bilişim destekleri, bölgesel kalkınma destekleri, danışmanlık ve eğitim destekleri, girişimciliği geliştirme destekleri, kalite geliştirme destekleri, pazar araştırma ve ihracatı geliştirme destekleri, teknoloji geliştirme ve yenilik destekleri, uluslararası işbirliği geliştirme destekleri verilmektedir.

#### 4. SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER

Gıda sanayinin çok çeşitli alt sektörlerden oluşan yapısı nedeniyle daha bütüncül bir yaklaşımla, genel üretim, talep ve dış ticaret değerlerinden hareketle Dokuzuncu Plan Döneminde (2007-2013) Sektörde talep artışının sabit fiyatlarla yıllık ortalama % 2,8, üretimin % 3,1, ihracatın %3,8, ithalatın %3,5 civarında gerçekleşeceği tahmin edilmiştir. Gıda sanayi yapılan bu tahminlerin yaklaşık iki misli bir gelişim göstermiştir.

##### 4.1. Yatırım Tahminleri ve Eklenecek Yeni kapasiteler

AB'ne uyum çerçevesinde 5996 Sayılı Kanunun kabulü ile birlikte gıda güvenliği ile ilgili yatırımlara ağırlık verilmesi beklenilmektedir. Bunlar;

- Teknolojik iyileştirmeler, GMP'ye olanak sağlayacak değişiklikler,
- HACCP uygulamaları (organizasyon – kadro, laboratuvar, kontrol cihazları vb.),
- İzlenebilirliğin sağlanması (kalite sistemleri, depolama, tedarikçi zinciri, perakende zinciri vb.) şeklinde özetlenebilir.

Bu yatırımlar kadar çalışanların eğitilmelerine de gereksinim vardır. AB'ye uyum sağlama süresinde gıda sanayinin dikkat etmesi gereken diğer önemli bir konu çevre yatırımlarıdır. Çevre ve Orman Bakanlığı açıklamasına göre, Avrupa Birliği'ne uyumun Türk sanayi ve kamu kurumlarına 68 milyar Euro'luk bir fatura getireceğinden söz edilmektedir. Bu miktarın 18 milyar Euro'luk kısmı özel sektör tarafından gerçekleştirilecektir. Gıda sanayinin çevreye uyumlu yapılandırılması yanında üretim aşamasında oluşabilecek katı, sıvı atıklarla baca gazları



(emisyon) kirliliklerini de kabul edilmiş standartlara çekmek için yatırımlarını düzenlemek kaçınılmazdır. Özellikle sıvı atık yönetimi için atık su yatırımları ile gaz atık yönetimi için doğal gaz geçiş yatırımları öncelik kazanacaktır. Çevre politikaları zaman zaman haksız rekabetin kaynağı olmakta, bütün yük üreticilerin sırtına yüklenmektedir. Çoğu KOBİ niteliğinde olan gıda sanayinin tek başına çevre mevzuatına uyum sağlaması mümkün görünmemektedir. Bunun için AB tam üyelik sürecinde, müktesebata uyumlaştırma çalışmalarında geliştirilen politika ve mevzuatta ülkemiz şartları dikkate alınmalı, geçiş süresi için makul taleplerde bulunulmalı, karar alma sürecine özel sektör katılmalı ve uluslararası yükümlülüklerimiz ve maliyetleri hakkında zamanında bilgilendirilmeli ve çevre mevzuatına uyum konusunda uygun teşvikler geliştirilmelidir. Aksi halde çevre koruma mevzuatına uyum maliyetleri sektörün rekabet edebilirliğini yok edebilir.

#### 4.2. Muhtemel Yatırım Alanları ve Yerleri

Gıda sanayinin çeşitli dallarında işyeri sayısı yoğunluğu, talep de düşünüldüğünde fazla gelmekte, yeni yatırımların yapılması arzulanmamaktadır. Makarna, un ve yem sanayi bunlara örnek verilebilir. Her üç sektörde atıl kapasite fazladır. Kurulu kapasitenin yaklaşık yarısı ancak kullanılabilir. Ancak işletmelerde sadece modernizasyon ve tevsî yatırımları ile konsolidasyon teşvik edilebilir.

Gıda sanayi alt dalları içinde, **kümes hayvanı sektörü**, soya fasulyesini yağını çıkarmadan işleyerek tamamını yemde kullanmayı mümkün kılan tam yağlı soya (Full fat) tesisi yatırımları yapmışlardır.

Entegre firmaların bazıları kapasite artırımına girerken, bazıları da ileri işlenmiş, ısıl işlem gören kanatlı eti üretim hatlarını mevcut üretim hatlarına ilave edecek yeni yatırımlara girmektedirler.

Kanatlı eti üreten entegre firmaların bazıları da, enerji üretimi yapmaya başlamışlardır.

**Yumurta ürünleri**, Türkiye’de tam olarak tanınmamakta ve kullanımı sınırlı düzeyde kalmaktadır. Tüketici bilincinin artması ve taleplerinin (sağlıkla ilgili; mutfak alışkanlıkları ile ilgili) değişmesine bağlı olarak üretimi sistemlerini yenilemek. Nitelikli yumurta (selenyumlu, Organik vs.) üretimi, markalaşmaya önem vermek. Yeni hayvan sağlığı kuralları ve Hayvan Refahı konusuna yatırım yapılmaktadır.

Gıda alanında **şeker sanayiinde** şeker üretim teknolojisinin iyileştirilmesi, fabrika verimliliğinin artırılması ve ağırlıklı olarak emisyon ve atık su deşarj kriterlerinin sağlanmasına yönelik yatırımlar olacaktır.

Süt ve süt ürünleri sektörü son 15 yıl içinde hızlı bir gelişme göstermiştir. Yeni ve modern süt işleme tesislerinin sayısı ve kapasiteleri hızla artmıştır. Bu bakımdan sektör birçok Avrupa ülkesinden daha modern tesislere sahiptir. Sektör, üretim ve tüketici bilincinin artışına bağlı olarak büyümesini sürdürmektedir. Son yıllarda süt tozu ve peynir altı suyu üretiminde belirgin bir artış gözlenmektedir. Özellikle “çiğ sütün değerlendirilmesine yönelik desteklemeler” kapsamında süt tozu üretimine verilen devlet desteği süt tozu endüstrisinin gelişmesini sağlamıştır. Yine son yıllarda sektörde geleneksel ürünlere yönelik göze çarpmaktadır. Çeşitli vitamin ve minerallerle zenginleştirilmiş ürünler ile sütlü tatlılar ise gelişen bir başka kategori olarak öne çıkmaktadır.



## 5. SEKTÖRDE DIŞ PİYASALARDAKİ DURUMU

Dünyanın en büyük gıda ve içecek sanayi ihracatını yapan ülkeler AB, ABD, Brezilya, Çin, Kanada ve Avustralya'dır. İthalat yapan ülkeler ise AB, ABD, Japonya, Çin ve Kanada'dır. Türkiye'nin toplam dünya ticaretinden aldığı payın çok az olduğu görülmektedir. AB gıda ve içecek sanayininin 2009 yılı ihracatı 86,1 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. İthalatına baktığımızda ise 2009 yılında, 84,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu verilere göre 2009 yılı AB gıda ve içecek sanayininin 1,6 milyar dolar dış ticaret fazlası verdiği görülmektedir (Çizelge 22).

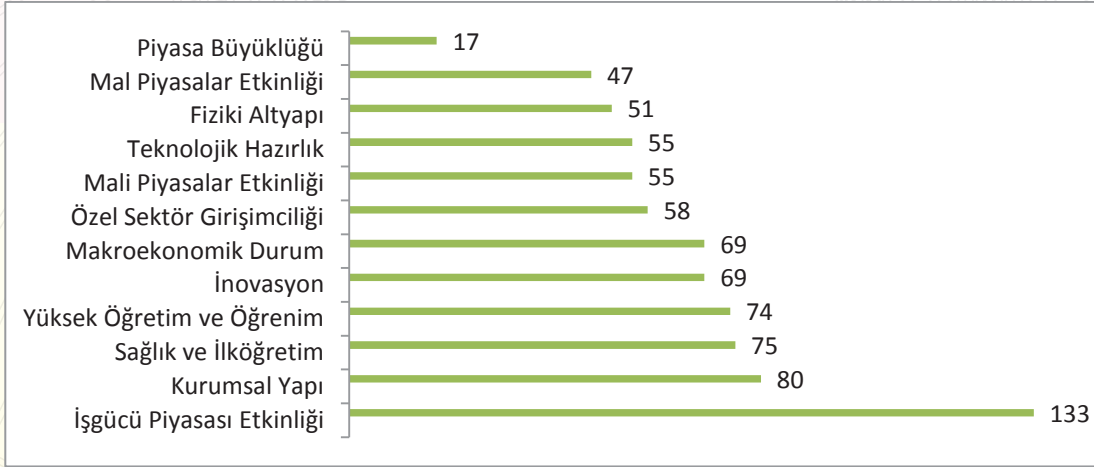
Dünya pazarına baktığımızda AB'nin dünyanın en büyük ihracat ve ithalatçısı konumunda olduğu görülmektedir. Ancak AB bu konumunu sürdürmesine rağmen geçmiş yıllara oranla ihracat pazar payının azaldığı görülmektedir. Türk gıda ve içecek sanayininin dünya ihracat pazarından aldığı pay ise yaklaşık olarak % 1 oranındadır.

Çizelge 22: Dünya'da Seçilmiş Bazı Gıda ve İçecek sanayilerinin Karşılaştırması (2009)

Ülkeler	Toplam Satış (milyar Avro)	Bir önceki yıla göre değişim (%)	Toplam İmalat Sanayi içindeki payı (%)	İstihdam (1000 kişi)	İhracat (milyar US dolar)	Dünyadaki Pay (%)	İthalat (milyar US dolar)	Dünyadaki Payı (%)
Avustralya*	49,1	0,1	17,0	206	14,5	3,0	8,2	1,7
Brezilya*	103,9	-	17,5	1.412	35,9	7,3		
Kanada	55,8	-0,4	13,5	240	18,9	3,9	19,3	3,9
Çin	379,0	-	9,1	5.827	29,5	6,0	24,0	4,9
Japonya	223,2	-0,7	11,8	1.400			42,3	8,6
Meksika*	33,6	1,6	21,0	309	8,9	1,8	13,2	2,7
Yeni Zelanda	16,7	-	32,0	63	14,4	2,9		
Kore	32,2	1,4	6,0	265**			12,4	2,5
AB	954	-4,0	12,9	4.200	86,1	17,5	84,5	17,2
ABD	393,9	5,4	10,8	1.661	54,2	11,0	71,0	14,2
Türkiye	34,9	19,9	14,0	329*	6,7***	1,4	3,4***	0,7

(\*)2008 verisi (\*\*)2006 verisi (\*\*\*)2010 verisi Kaynak:CIAA, Rekabet Raporu 2011 TGDF

Son yıllarda Türkiye ekonomisinin rekabet gücü sıralamasındaki yerinde bir iyileşme gözlenmektedir. Dünya Ekonomik Forumu tarafından hazırlanan 2011-2012 Global Rekabet Gücü Endeksine göre, Türkiye 142 ülke arasında 59. sırada yer alarak bir önceki yıla göre 2 basamak yükselmiştir. Türkiye 142 ülke arasında, piyasa büyüklüğü, mal piyasaları etkinliği ve fiziki altyapı gibi rekabet gücünü belirleyen unsurlarda ön plana çıkmasına rağmen işgücü piyasası etkinliği, kurumsal yapı, sağlık ve ilköğretim gibi konular ülkemizin rekabet gücünü olumsuz etkileyen unsurlar arasında yer almıştır (Şekil 7).



**Şekil 7:** Rekabet Gücünü Belirleyen Unsurlara göre Türkiye'nin Yeri

**Kaynak:** The Global Competitiveness Report 2011-2012, TGDF Rekabet Raporu 2011

Piyasa büyüklüğü, yerel rekabet ve özel sektör girişimciliğinin yanında Türkiye'nin coğrafi konumu da giderek daha önemli hale gelmektedir. Türkiye'nin bu konumu küresel yatırımcılar için bir cazibe merkezi özelliği taşımaktadır. Özellikle son dönemde birçok küresel şirket Türkiye'yi bölgesel bir yönetim üssü ve yatırım merkezi olarak konumlandırmıştır. Bu eğilimin artarak devam etmesi ülkemizin rekabet gücüne katkısı bakımından önemlidir.

Food Drink Europe'un 2010 Rekabet Raporunda yer alan işgücü verimliliği (çalışan kişi başına üretim değeri) hesaplamalarına göre ise AB 27'nin 2007'ye göre 2008'deki işgücü verimliliğindeki artış (%3) Brezilya, Kanada ve Çin gibi ülkelerin altında kaldığı görülmektedir. Türk gıda ve içecek sanayinin iş gücü verimliliği ise % 5 artmıştır. Türk gıda ve içecek sanayinin iş gücü verimliliği ile ABD iş gücü verimliliği arasındaki fark yaklaşık 3 kat, AB 27 ile arasındaki fark ise yaklaşık 2 kattır. Bunun yanında ülkemizin işgücü verimliliği Brezilya ve Çin'den daha yüksek olmasına karşın bu iki ülkenin iş gücü verimliliğindeki artış oranı Türk gıda ve içecek sanayinin iş gücü verimliliğindeki artış oranından fazladır (Çizelge 23).

**Çizelge 23: Dünya'da Seçilmiş Bazı Ülkelerin Gıda ve İçecek sanayilerinin İş Gücü Verimliliği (2009)**

	2007	2008	2008/2007(%)
<b>TÜRKİYE</b>	101	107	5
<b>AB 27</b>	214	220	3
<b>ABD</b>	285	-	-
<b>AVUSTURALYA</b>	256	238	-7
<b>YENİ ZELANDA</b>	220	252	15
<b>KANADA</b>	205	242	18
<b>JAPONYA</b>	157*	-	-
<b>MEKSİKA</b>	103*	-	-
<b>BREZİLYA</b>	59	74	25
<b>ÇİN</b>	42	49	17

**Kaynak:** CIAA 2010 Competitiveness Report, TGDF Rekabet Raporu 2011

## 6. DİĞER SEKTÖRLER VE YAN SANAYİ İLE İLİŞKİLER

Gıda sanayinin en fazla, hammadde kaynağını oluşturan **tarım sektörüyle** ilişkili bulunduğu kabul edilebilir. Temel sorun, Türkiye’de tarımın sanayi yeterli ve istenen kalitede hammaddeyi sürdürülebilir şekilde arz edememesidir. Yapılan bir değerlendirmeye göre ülkemizde tarımsal ürünlerin ortalama % 35-40’ı sanayide değerlendirilirken, bu oran gelişmiş ülkelerde % 60-80 arasında değişmektedir. Alt sektörler bazında bu oran % 3 ile 100 arasında değişmektedir (Çizelge 24). Yeterli ham madde üretimi yanında, kaliteli, istikrarlı ve sürdürülebilir hammadde üretmek de oldukça önemlidir. Gıda sanayine uygun hammadde üretimi konusu tarımsal üretimde temel hedef olarak ele alınmalıdır. Sektörün en yakın ilişkisi olduğu tarımla ilgili olarak, var olan durum geçmiş yıllarla karşılaştırıldığında, “hammadde iç tüketim ve dış ticaret açısından nitel ve nicel olarak yetersizdir ve bu yetersizlik şiddetle artmaktadır” denilebilir.

Çizelge 24: Bazı Tarım Ürünlerinin Sanayide Kullanma Oranları

Tarımsal Ürün	Sanayide Kullanma Oranı (%)	Tarımsal Ürün	Sanayide Kullanma Oranı (%)
Şeker pancarı	100	Kırmızı et	6-7
Çay	100	Beyaz et	5
Fındık	95	Domates	20-30
Ayçiçeği	90	Meyve	9-10
Makarnalık buğday	65	Sebze	5-6
Süt	40	Üzüm	3-5

Tarımda üretimin dünya fiyatları düzeyinde olmaması sanayici için sorundur. Ancak tarımsal üretimde maliyet yüksekliğine, düşük verimli üretim yanında özellikle girdi fiyatlarının yüksekliğinin ve bu arada devlet destek ve teşvik uygulamalarının yetersizliğinin neden olduğu da unutulmamalıdır. Diğer yandan tarımsal işletmelerin küçüklüğü, ölçek ekonomisi altında faaliyette bulunmaları, arazi parçalanmaları ile işletmelerin karlılık ve verimlilik azalışları, çok sayıda aracı olması ve son olarak pazara yönelik üretim yapısının gelişmemiş olması, tarımsal ürünlerde maliyetin yüksekliğini etkileyen etmenler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Çeşitli gıda alt sektörlerinde yan ve diğer sektörlerle ilişkiler incelenecek olunursa; örneğin **şeker sanayinin** tarım sektörü ile yüksek düzeyde ilişkisi bulunmaktadır. Şeker üretiminin tarıma dayalı özelliği gereği en gelişmiş ülkelerde dahi sektörün ekonomik ve sosyal menfaatleri, sürdürülebilirliği ve büyüebilmesi açısından tarımsal destek politikaları uygulanmaktadır. Hammaddesi şeker pancarı ve mısır olan sektörün, AB şeker rejiminde yaşanacak olan reformdan olumsuz yönde etkilenmemesi için, beklenen şeker ve pancar fiyatı düşüşlerine karşı yurtiçi talebi karşılayacak düzeyde hammadde temininin garanti altına alınmasını sağlamak üzere AB’ye uyumlu tarımsal destek mekanizmalarının oluşturulması gerekmektedir.

Şeker tanımı içinde yer almasına karşın, şekerin alternatifi olmaması, teknik nedenlerden dolayı şekerle birlikte kullanılması zorunlu olan glikoz, AB Şeker Rejimi içinde bu özellikleri dolayısıyla kotaya tabi tutulmamaktadır. Ülkemizde ise glikoz üretimi Şeker Kanunu kapsamına alınmıştır. Kanun yürürlüğe girdiği tarihten itibaren kotalara artış getirilmemesi iç pazarda (ve hatta ihracatta) şekerli mamuller sektörünün büyümesine engel olmaya başlamıştır. Son yıllarda,



şeker ve nişasta bazlı ürün fiyatlarında önemli artışlar meydana gelmiş olması da sektörün rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir.

**Kümes hayvanları (kanatlı) sektörü**, uygulanan entegrasyon modelinin gereği olarak, üretim ve işleme aşamalarında çeşitli sektör ve yan sanayilerle yakın ilişki içindedir. Üretim girdilerinde önemli fonksiyonu olan yem hammaddesinin üretimi, satış fiyatları, yurt içinden veya yurt dışından temini büyük önem taşır. Bu konuda faaliyet gösteren üretici ve satıcı kuruluşlarla, devletin uyguladığı fiyat politikaları kanatlı sektörünün mevcut ve gelecekteki durumunu büyük ölçüde etkilemektedir.

Sektörde, uygulanan destekleme fiyat politikası nedeniyle, yurt içinde üretilen yem hammaddelerinin tamamına yakını dış pazar fiyatlarının üzerinde bir satış fiyatına ulaşmıştır. Yurt içi üretiminin yeterli olmadığı durumlarda (mısır ve soya gibi) yurt dışından hammadde ithalatı yapılmaktadır. Biyogüvenlik Kanunu ve iki uygulama yönetmeliği 2010 yılında dönemde yürürlüğe girmesine rağmen bu konuda Ülkemiz AB mevzuatına tam olarak uyum sağlanabilmiş değildir. 5977 Sayılı Biyogüvenlik Kanunu, GDO'lu tarımsal üretimi yasaklarken, GDO ve ürünlerinin Türkiye'ye girişini de denetim altına almayı amaçlamaktadır. Öteden beri Türkiye'de GDO'lu tarımsal üretim olmadığı için bu konuda herhangi bir sorun yaşanmamaktadır. Ancak GDO ihtiva eden ürünlerin ithalatı, kullanımı, izlenmesi ve izin işlemlerini düzenleyen alan, Kanun yürürlüğe girdiğinden bu tarafa bazı sıkıntılar içermekte, başta yem ve gıda sektörü olmak üzere tekstilden boya ve sabuna kadar birçok sektör büyük sıkıntı yaşamaktadır.

Bu sıkıntılarının başında kanunun yürürlüğe girdiği 26 Eylül 2010 tarihinden bugüne kadar Biyogüvenlik Kurulu'nun GDO'lu genleri taşıyan ürünlerin gıda amaçlı kullanım ve ithali ile ilgili herhangi bir kararı bulunmaması gelmektedir. O nedenle bu tarihten itibaren Türkiye'ye GDO'lu genleri taşıyan ürünlerin gıda amaçlı olarak ithali yapılmaması yanında mevzuatta bulaşan genlerle ilgili bir düzenleme olmayışı nedeniyle de GDO içermeyen ürünlerin ithalatında gümrüklerde sorun yaşanmaktadır. Yurt dışından GDO'dan arı olarak alınan ürünler bile gümrüklerde yapılan kontrollerde bulaşı olduğu gerekçesiyle geri gönderilmektedir. Bunlar gibi oluşan yasal belirsizliklerden dolayı sektörümüz ne yapacağını bilememekte, ham madde temininde sıkıntılar yaşamaktadır. Bu ise sektöre ve ülkemize ekonomik kayıplar yaşatmaktadır.

Maliyetler üzerindeki bu olumsuz etkinin kaldırılabilmesi için dünya fiyatlarıyla iç fiyatları dengede tutacak bir düzenlemeye ihtiyaç vardır. Bunun için, gümrük vergilerinin azaltılması, müdahalesiz bir ortamda borsalarda fiyatın oluşması, yem sanayicisinin hammaddeyi dünya fiyatlarına uygun bir seviyede borsadan satın alması sağlanmalıdır. Şayet devlet üretici geliri açısından referans bir fiyat açıklamış ise, borsa fiyatıyla referans fiyat arasındaki farkı destekleme primi olarak üreticiye satış belgesi karşılığında ödemelidir. Bu suretle dış ülkelerle aramızdaki maliyet farkı büyük ölçüde kapatılabilecek, hem ihracat hem de iç tüketim artırılabilir.

Gıda sanayinin tarım dışında, mal ve hizmet aldığı ulaşım (karayolu, demiryolu taşıması), enerji (elektrik, gaz, su), ambalaj, makine ve ekipman ile haberleşme, bankacılık ve sigortacılık sektörleriyle sıkı işbirliği ve iletişimi bulunmaktadır. Alt sektörlerde yan ürünler fazladır ve değerlendirilmektedir. Özellikle yem sektörü tarafından satın alınarak değerlendirilen çok çeşitli ürünler bulunmaktadır.

Gıda sanayinin *perakende, lojistik ve ambalaj sektörü* ile de yakın ilişkisi bulunmaktadır. *Perakendecilik*, üretici ve tüketici arasında malların naklini sağlayan aracılık hizmetleridir. Bir başka deyişle mal ve hizmetlerin ticari amaçla kişisel gereksinimleri için kullanmama koşuluyla,





doğrudan doğruya son tüketiciye pazarlanmasıyla ilgili faaliyetlerin bütünüdür. Bu bakımdan üretilen gıda maddelerinin nihai tüketiciye ulaşmasında en büyük işlevi perakende satış noktaları oluşturmaktadır.

Gıda sektörü ile perakende sektörü arasında yoğun bir ekonomik ilişki bulunmaktadır. Perakende sektörü, pazar lideri olma yönünde çaba gösteren şirketlerin birleşme ile büyüme yönünde hareket etmeleri kadar, dış yatırımcının da önemli ilgi sahalarından birisini oluşturmaktadır. Bu arada özellikle lojistik yatırımlarının gıda sektörü tarafından üstlenilmesi gıda firmalarına maliyet yükü getirmektedir. Maliyette özellikle ambalajın da etkisi bulunmaktadır. Bu maliyet doğal olarak ürüne yansıtılmakta, gıda fiyatları artış gösterebilmektedir. Lojistik sektörünün gıda işletmelerinden bağımsız olması, bu olumsuz yapının ortadan kalmasına neden olabilir.

## 7. SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI

### 7.1 Temel Strateji, Amaç ve Politikalar

Türkiye gıda sanayi için AB'ye müzakere sürecinde 12. Faslın kapanabilmesi için Ortaklık Anlaşmasının Ek Protokolünün ayrımcılık yapmaksızın uygulanması, hayvanların tanımlanması ve kayıt altına alınması, gıda işletmelerinin modernizasyonu ve çiğ süt kalitesi için bir ulusal plan hazırlanması, hayvan hastalıklarının kontrolü- şap, TSE'lerin (Türkiye bulaşıcı süngerimsi beyin hastalıkları) ve spesifik risk materyallerinin kontrolü için bir sistem kurulması, tam yem güvenliğinin uygulanması, hayvan refahı kurallarının uyumlaştırılması, sektörün hazırlanması ve resmi kontrollerin tümüyle AB ile uyumlu hale getirilmesi gerekmektedir.

#### Kapanış Kriteri 1:

“Türkiye, AB üye ülkeleriyle yeterli işbirliği sağlayarak hayvan hastalıkları bildirim sistemi ile ilgili yükümlülüklerini yerine getirir, AB'ye bildirilmesi gereken hayvan hastalıkları için gözetim ve kontrol önlemleri uygular ve salgın hayvan hastalıkları için müktesebat çerçevesinde öngörülen acil durum planları hazırlar ve şap hastalığı konusunda önceden hazırlanmış ayrıntılı bir yok etme (eradikasyon) planı ile müktesebatı tam olarak uygular.” Türkiye bildirim yükümlülükleriyle ilgili olarak:

- Dünya Hayvan Sağlığı Örgütüne (OIE) karşı uluslararası yükümlülüklerini yerine getirmenin yanı sıra, Hayvan Hastalıkları Bildirim Sistemi (ADNS) ile AB'yi bilgilendirmelidir.
- Salgın durumunda sınırların kapatılması için komşu üye ülkelerle karşılıklı işbirliği sağlamalıdır.

İkinci olarak, Türkiye, AB'de hayvan hastalıklarının bildirilmesine ilişkin Konsey Direktifi 82/894/EEC EK1'de listelenen AB'ye bildirilmesi gereken hayvan hastalıkları için gözetim ve kontrol önlemleri uygulamalıdır. Bu önlemler şap hastalığı konusunda müktesebatla tam uyumlu olmalıdır. Diğer hastalıklar için de etkili önlemler alınmalıdır.

Üçüncü olarak, kriter Türkiye'nin salgın hayvan hastalıkları için müktesebat çerçevesinde öngörülen acil durum planları uygulamasını öngörmektedir. Acil durum planlarının Komisyona bildirilmesi gereklidir. Planlar değerlendirilecek ama kriterin yerine getirilmesi için resmi olarak onaylanması gerekmeyecektir.



Son olarak, kriterin yerine getirilmesi için Türkiye şap hastalığı konusunda önceden hazırlanmış ayrıntılı bir yok etme planı ile müktesebatı tam olarak uygulanmalıdır.

### **Kapanış kriteri 2:**

Türkiye hayvanların kimliklendirilmesi (tanımlanması) ve tescil edilmesi için ilgili açılış kriterini karşılayacak taahhütlerinin uygulandığı AB müktesebatına uygun ve işlevsel sistemler uygular.”

Kapanış kriterinde AB ile uyumlu ve işlevsel sistemler denilmektedir. Sistemlerin dört temel hayvan grubu için uygulanması gereklidir:

a-Büyükbaş hayvanlar

b-Koyun-keçi

c-Domuz

d-Tektırnaklılar.

- Kriter Türkiye'nin açılış kriterini karşılamak üzere yaptığı taahhütlerine açıkça değinmektedir. Bu taahhütler faslın açılışında iki belge halinde sunulmuştur: “Türkiye’de koyun ve keçilerin kimliklendirilmesi ve tescil edilmesine ilişkin açıklama notu” ve “Büyükbaş hayvan veritabanına ilişkin eylem planı”.
- Türkiye bu taahhütlerin yerine getirilmesine ilişkin Komisyona yazılı bildirim yapacaktır. Komisyon kriterin yerine getirilmesi konusunda emsal değerlendirmesi bulgularına göre değerlendirme yapacaktır. Faslın açılışı için yapılan taahhütlerin ardından Komisyon ayrıca büyükbaş hayvan veri tabanı için de bir emsal değerlendirmesi yapacaktır.

### **Kapanış kriteri 3:**

“Türkiye, hayvansal yan ürün ve hayvansal kökenli ürün işletmelerinin daha iyi hale getirilmesi için onaylı bir ulusal program hazırlar. Bu program işletmelerinin daha iyi hale getirilmesi sürecinin Türk yetkililer tarafından denetlenmesi için özel bir plan içermelidir. Süt sektörüyle ilgili olarak bu ulusal program uygun olmayan çiğ sütün kullanımına ilişkin bir strateji içermelidir. Türkiye bu ulusal programın uygulanmasında yeterli ilerleme göstermelidir. Türkiye ulusal program kapsamında yürütülen işletmelerinin daha iyi hale getirilmesi sürecinin gözetimine yeterli insan ve finansman kaynağı ayırdığını gösterir.”

Bu kriter Türkiye'nin Komisyona hayvansal yan ürün ve hayvansal kökenli ürün işletmelerinin daha iyi hale getirilmesi için onaylı bir ulusal program sunmasını öngörmektedir. Program Türk hükümetine ait resmi bir belge olmalıdır.

Programın uygulanmasına faslın geçici olarak kapanışından önce başlanmalıdır. Türkiye'nin uygulamada yeterli bir ilerleme göstermesi gerekmektedir. Bu Türkiye'den uygulamaya ilişkin kayıtların ve programa göre uygun olmayan işletme sayısının kaça düştüğünün isteneceği anlamına gelmektedir.



Türkiye ulusal program kapsamında yürütülen işletmelerinin daha iyi hale getirilmesi sürecinin gözetimine yeterli insan ve finansman kaynağı ayırdığını göstermelidir. İnsan ve finansman kaynağı bilgileri ulusal programda yer almalıdır.

Son deneyimlere dayalı olarak işletmelerinin daha iyi hale getirilmesi süreci şu adımları içermeli:

- Mevzuatın kabulü (hijyen paketi ve AB mevzuatının aktarılması, uygun olmayan işletmelerin daha iyi hale getirilmesi için hazırlanacak plan için yasal yükümlülükler, işletmelerin geçici veya kesin onayı, cezalar, kim, neyi, nasıl yapıyor)
- İşletmelere özel iyileştirme planları hazırlanır (her işletme kendi planını hazırlar, bu planlar açılış kriteri için yapılan uygun olmayan işletmeler sınıflandırması sırasında tespit edilen uyumsuzlukları temel almalıdır; gerçekçi ve esnek bitiş tarihleri belirlenir; planlar uygulayıcı ve yetkili makamlar tarafından imzalanmalıdır.)
- İyileştirme planlarının değerlendirilmesi, işletmelerin onaylanması (geçici ya da kesin olarak) ya da faaliyetlerinin durdurulması.
- Geçici onayların uzatılması (iyileştirme planlarının değiştirilmesi) ancak istisnai hallerde sadece bir kez ve sınırlamalar altında söz konusudur.
- Sürecin takibi.

İyileştirme programı aşağıdakileri içermeli:

- Kabul edilen yasal önlemler,
- Zaman çizelgesi,
- İnsan kaynakları,
- Finansal kaynaklar (hem her işletmenin iyileştirilmesi için hem de sürecin yönetilmesi için),
- Uyumluluğun sağlanıp sağlanmadığına ilişkin düzenli güncelleme,
- İşletmelerinin daha iyi hale getirilmesi sürecinin Türk otoritesince denetlenmesi için özel bir plan,
- Her işletme için yetkili makamlar tarafından onaylı bir iyileştirme planı,
- Uygun olmayan çiğ sütün kullanımına ilişkin bir strateji:
  - Uyum başlangıç seviyesi
  - Kabul edilen yasal önlemler
  - Endüstri için teşvik edici önlemler
  - Sürecin gelişimi
  - Uygun olmayan çiğ sütün kullanımı
  - Takip
  - İnsan ve finans kaynakları
- Tüberküloz ve brusellozun yok edilmesi için bir proje tasarısı hayvan sağlığı çalışma grubuna sunulmalıdır.

#### Kapanış kriteri 4:

“Türkiye bulaşıcı süngerimsi beyin hastalıklarının (TSE) kontrolünde etkili bir sistem uygular: toplu yem yasağı, belirlenen risk materyallerinin kontrolü, TSE testleri.”



5. kapanış kriteri kapsamında Türkiye TSE kontrolünde AB müktesebatını uygun etkili bir sistem uygulaması gereklidir. Bu kriter sistem için üç madde öngörmektedir: toplu yem yasağı, belirlenen risk materyallerinin kontrolü, TSE testleri.

TSE testlerinde teşhis ve laboratuvar kapasitesinin artırılması için bir proje tasarısı hayvan sağlığı çalışma grubuna sunulmalıdır.

#### **Kapanış kriteri 5:**

“Türkiye AB hayvan sağlığı mevzuatını uygular ve etkili bir uygulama için katılım öncesinde sektörün önceden yeterli şekilde bilgilendirilmesini ve hazırlanmasını sağlar.”

Bu kapanış kriteri kapsamında, Türkiye'nin AB hayvan sağlığı mevzuatını uygulaması gereklidir. Türkiye'nin operatörlerin yeni mevzuatın uygulanmasına ne kadar sürede hazırlanacaklarını değerlendirmesi gerekir. Türkiye bu değerlendirmeye dayalı olarak mevzuatı operatörlerin uygulama için hazırlanmasına yeterli zaman vererek en erken şekilde kabul etmelidir.

Türkiye sektörün uygulama konusunda bilgili ve hazır olmasını sağlamalıdır:

- Operatörler yeni mevzuat konusunda bilgilendirilmelidir (mevzuat kabul edilip yayınlanmalı, eğitimler, çalıştaylar ve bilgilendirme kampanyaları düzenlenmelidir.
- Operatörler uygulamaya hazır hale getirilmelidir (işletmeler daha iyi hale getirilerek, işletme ve taşıma tesisleriyle)

#### **Kapanış kriteri 6:**

“Türkiye müktesebata uygun olarak özellikle Sınır Kontrol Noktaları başta olmak üzere tüm resmi kontrollerin uygulanmasında AB'ye tam uyumlu bir sistem ve sistemin finansmanı için gerekli idari yapıları oluşturup geliştirmeye devam eder. Türkiye idari kapasitesini ve altyapısını daha da artırır; Türkiye katılım öncesinde bu fasıl kapsamında müktesebatı tam olarak ve doğru bir şekilde uygulamak için yeterli idari kapasiteye sahip olacağını gösterir”.

Bu kriter Türkiye'nin 12. fasıl kapsamında müktesebatı uygulayabilmek için gerekli idari yapıları oluşturup geliştirmesini öngörmektedir. Müktesebata uygun olarak özellikle Sınır Kontrol Noktaları başta olmak üzere tüm resmi kontrollerin uygulanmasında AB'ye tam uyumlu bir sistemin geliştirilmesine özellikle önem verilmektedir. Türkiye'nin resmi kontroller için müktesebata uygun sistemin finansmanını sağlamalıdır.

Söz konusu aksiyonlar Türkiye'nin müktesebatı tam olarak ve doğru bir şekilde uygulamak için yeterli idari kapasiteye sahip olacağını göstermesini sağlayacak idari kapasitesi ve altyapılara yönelik olmalıdır.

#### **7.2 Gıda Mevzuatı**

Gıda mevzuatı, temel olarak tüketiciyi korumak için çıkarılan ve genel anlamda gıda maddelerinin üretildiği, depolandığı ve satıldığı yerlerin niteliklerini belirleyen kanun, tüzük ve yönetmeliklerin bütününe verilen addır. Gıda mevzuatı gıda sektöründe meydana gelen gelişmeler çerçevesinde sürekli değişim göstermektedir.



Geçmiş yıllara bakıldığında gıda konusu bir kamu görevi olarak ele alınmasına rağmen, Cumhuriyet'in kurulduğu yıldan 1995 yılına kadar bir bütün olarak ele alınmadığı görülmektedir. Gıda hizmetleri dağınık bir mevzuatla değişik kamu kurum ve kuruluşları tarafından etkisiz bir şekilde yürütülmeye çalışılmıştır. Kuruluşlar arasında koordinasyon ve iş birliği de sağlanamadığından gıda konusu bir bütün olarak değerlendirilememiş ve gıda hizmetlerine bir etkinlik getirilememiştir.

Bu dönemde çıkarılan önemli kanunlar:

- 30.03.1927 tarihli ve 992 sayılı Seriri ve Gıdai Taharriyat ve Tahlilat Yapılan ve Masli Teammüller Aranılan Umuma Mahsus Bakteriyoloji ve Kimya Laboratuvarları Kanunu,
- 03.05.1928 tarih ve 1234 Sayılı Hayvanların Sağlığı Zabıtası Hakkındaki Kanun,
- 14.04.1930 tarih ve 1580 Sayılı Belediye Kanunu,
- 06.05.1930 tarih ve 1593 Sayılı Umumi Hıfzısıhha Kanunu,
- 19.06.1930 tarih ve 1705 Sayılı Ticarete Tağşişin Men'i ve İhracatın Murakabei ve Korunması Hakkında Kanun,
- 21.07.1934 tarih ve 2526 Sayılı Nebat ve Hayvanlar ile Mahsulâtın Muayene ve Temizleme İşleri İçin Kurulacak Fenni Müesseselere Dair Kanun,
- 23.06.1936 tarih ve 3017 Sayılı Sıhhat ve İçtimai Muvanet Vekâleti Teşkilat ve Memurin Kanunu'nun ilgili maddeleri,
- 14.06.1937 tarih ve 3203 Sayılı Ziraat Vekâleti Vazife ve Teşkilat Kanunu,
- 1939 tarihli ve Ticaret Vekâleti Teşkilat ve Vazifelerine Dair Kanun,
- 12.06.1942 tarih ve 4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanun,
- 24.05.1957 tarih ve 6968 Sayılı Zirai Mücadele ve Zirai Karantina Kanunu,
- 22.11.1960 tarih ve 132 Sayılı Türk Standartları Enstitüsü Kuruluş Kanunu,
- 04.04.1971 tarih ve 1380 Sayılı Su Ürünleri Kanunu,

### 7.2.1. Cumhuriyet'in Kuruluşundan 1983 Yılına Kadar Olan Dönem

Bu dönemde, gıda hizmetlerinin değişik bakanlık ve kuruluşların görev ve teşkilat kanunları arasına dar kapsamlı ve birkaç madde halinde serpiştirildiği görülmektedir. Gıdaların sağlığa zararlı olması, tüketicinin aldatılması (taklit ve tağşiş), halkın beslenmesinin sağlanması ve dış ticarete ülke menfaatinin zedelenmesinin önlenmesi gibi hususlara farklı kanunlarda yer verilmiştir. Bu yaklaşımın doğal sonucu olarak, değişik kurum ve kuruluşlar arası yetki ve sorumluluklar net olarak tanımlanmadığı gibi gıdadan sorumlu yetkili ve sorumlu bir kuruluş da ortaya konulamamıştır.



Genel olarak, sağlık açısından kontrolleri Sağlık Bakanlığı, kalite ve teknolojik kontrolleri Tarım Bakanlığı, kalite ve dış ticaret kontrolleri ise Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından yürütülmüştür.

1960 yıllara gelindiğinde, gıda hizmetlerinin ve kontrolünün, ağırlıklı olarak Sağlık Bakanlığı ve belediyeler olmak üzere değişik bakanlık ve kuruluşlarda dağınık ve etkisiz bir şekilde yürütülmesinden dolayı bu hizmetler için köklü bir organizasyona ihtiyaç olduğu toplumun hemen hemen her kesiminde tartışılmıştır. 1963 yılında, kamuoyunda "Mehtap Raporu" olarak bilinen "Merkezi Hükümetin Teşkilat ve Görevleri Araştırma Projesi Çalışma Grubu Raporu (Mehtap)" hazırlanmıştır. Gıda konusunda önemli tespitler yapan bu raporun, pek çok hükmü kalkınma planlarında yer bulmuştur. Mehtap Raporu ve plan tedbirlerinde yer aldığı üzere 1971 yılında Tarım Bakanlığı bünyesinde daha sonra "Gıda İşleri Genel Müdürlüğü" adını alan ve 1983 yılında kapatılan "İaşe Genel Müdürlüğü" kurulmuştur.

Bu dönemde yapılan başka bir faaliyet ise 06.01.1964 tarihinde Tarım Bakanlığı bünyesinde üniversite, sivil toplum kuruluşları ve bakanlıkların iştiraki ile Türk Milli FAO Komitesi'nin oluşturulmasıdır.

### 7.2.2. 1983 Yılından 24.06.1995 Tarihine Kadar Olan Dönem

Bu dönemde de gıda hizmetleri daha önceki dönemdeki gibi değişik kanunlara bağlı olarak birçok kuruluş tarafından yürütülmeye devam edilmekle birlikte bu dönemde yapılan en önemli değişiklik, gıda ile ilgili hizmetlerin Tarım ve Köyişleri Bakanlığı ile Sağlık Bakanlığı bünyesinde toplanması olmuştur. Diğer bakanlıklara gıda ile ilgili herhangi bir görev verilmemiştir.

1983 sonrası yapılan düzenlemeler karışıklıkları gidermeye yeterli olmamış, 1985 yılından itibaren de yıllık program, icra ve kalkınma planlarında gıda hizmetlerinin bir an önce "Gıda Kanunu"na kavuşturulması gerektiği vurgulanmıştır. Tarım ve Köyişleri Bakanlığı 1986 yılından itibaren gıda kanunu hazırlıklarına başlamış ve 1987 yılından itibaren de taslağı tarafların görüşlerine açmıştır. 1995 yılında Türkiye'nin AB ile yaptığı Gümrük Birliği anlaşmasını müteakip bu kanun taslağı AB'ye uyum çerçevesinde aldığı 4113 sayılı Yetki Kanununa istinaden 28 Haziran 1995 tarih ve 22327 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe giren 560 sayılı "Gıdaların Üretimi Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hakkında Kararname" olarak kabul edilmiştir.

### 7.2.3. 560 Sayılı Kanun Hükmünde Kararname Dönemi 24.06.1995 - 05.06.2004

İlk gıda kanunu olarak bilinen 560 sayılı "Gıdaların Üretimi Tüketimi ve Denetlenmesine Dair KHK" ile gıda ile ilgili yetki ve sorumluluklar Tarım ve Köyişleri Bakanlığı ile Sağlık Bakanlığı'na verilmiştir.

Gıda maddeleri üreten iş yerlerinin imalata geçmeden önce Sağlık Bakanlığı'ndan çalışma izni, Tarım ve Köyişleri Bakanlığı'ndan ise gıda sicili ve üretim izni almaları şartı getirilmiştir. Söz konusu KHK'ya göre gıda maddesi üreten iş yerlerinin denetimleri Tarım ve Köyişleri Bakanlığı'nca, gıda maddesi satan iş yerleri ile toplu tüketim yerlerinin denetimleri de belediyeler ile iş birliği içerisinde Sağlık Bakanlığı tarafından gerçekleştirilmiştir.



560 sayılı KHK ve buna dayalı olarak çıkarılan diğer mevzuat ile kamu kurumları dışında gıda işletmelerine de kalite kontrol ve risk yönetimi uygulamalarında sorumluluk vermek, işletmelerde gıda kontrolü konusunda oto kontrol mekanizmasını geliştirmek amacıyla sorumlu yöneticilik uygulaması getirilmiştir. Ayrıca modern üretim teknolojilerinden yararlanan işletmelerin çoğunda işletmeye özgü kontrol mekanizmaları ve laboratuvarlar kurulmuştur.

Söz konusu KHK, halkın gereği gibi beslenmesini sağlamak, üretici ve tüketici menfaatleri ile halk sağlığını korumak üzere, gıda kontrol ve denetim sistemini iyileştirmeyi, bununla birlikte gıda sanayisini de kendi mevcut kontrollerini geliştirmesi açısından teşvik etmektedir. Kararname, gıda imal eden, işleyen ve ticaretini yapan kişilerin, Türk Gıda Kodeksi'ne aykırı olarak davranmasını yasaklamıştır. Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği çerçevesinde, gıda kalite kriterleri ve spesifikasyonları, gıda hijyeni, gıda katkı maddeleri, kontaminantlar, etiketleme, ambalajlama materyalleri, depolama ve dağıtım ile ilgili özelliklerin belirlenmesi kapsamında ürün tebliğleri yayımlanmıştır.

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı

Sağlık Bakanlığı

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı

Maliye Bakanlığı

Dış Ticaret Müsteşarlığı

Hazine Müsteşarlığı

Gümrük Müsteşarlığı

TSE

560 Sayılı KHK  
(28.06.1995)

Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı  
Sağlık Bakanlığı

#### 7.2.4. 5179 Sayılı Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun Dönemi - 05.06.2004 - 13.06.2010

05.06.2004 tarih ve 25483 Sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 5179 sayılı Kanun, 178/2002/EC sayılı Konsey Tüzüğü dikkate alınarak, 560 sayılı KHK'nın yerini almak üzere ve gıda güvenliği ve denetimi ile ilgili hizmetlerin tek elden yürütülmesi ve bürokrasinin azaltılması amacıyla yayımlanmıştır. Bahse konu KHK'nın değiştirilmesine yol açan temel faktörler; KHK'nın öngördüğü tescil ve izin işlemlerinin bakanlıklar arasında yol açtığı yetki kargaşasının önüne geçilmek istenmesi, gıda işletmelerinin önündeki bir takım mali ve bürokratik engellerin ortadan kaldırılmak istenmesi, AB ile uyumun sağlanması gereği, gıda ile ilgili temel kavramların tanımlanması ve bir kanun çerçevesine alınmak istenmesi olarak sıralanabilir.

5179 sayılı Kanun'la birlikte üretim öncesinde çalışma izni verme yetkisi ile satış noktalarında denetim yapma yetkisi Sağlık Bakanlığı'ndan Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'na geçmiştir. Enteral beslenme ürünleri dâhil özel tıbbi amaçlı diyet gıdalar, tıbbi amaçlı bebek mamaları ile ilaç olarak kullanımı bilimsel ve klinik olarak kanıtlanmış ancak reçeteye tabi olmayan ürünlerin üretim, ithalat, ihracat ve denetimine ilişkin usul ve esaslar da Sağlık Bakanlığı'na bırakılırken, su ile ilgili konularda mevzuat hazırlama ve denetim yapma yükümlülüğü 560 sayılı KHK'daki şekilde devam ettirilmiştir.



5179 sayılı Kanun, AB müktesebatında yer alan gıda güvenliği ile ilgili birçok kavram ve sistemi açıklamakta, bunların tatbikini öngörmekte ancak uygulamaya ilişkin usul ve esasların belirlenmesini Tarım ve Köyişleri Bakanlığı'nca hazırlanacak olan yönetmeliklere bırakmaktadır. Kanunda risk analizi ve alt unsurları olan risk değerlendirmesi, risk yönetimi ve risk iletişimi hususlarının tanımları yapılmış olup, gıda güvenliği ile ilgili tedbirlerin alınmasında risk analizinin esas alınacağı ifade edilmiştir. Ayrıca, gıda güvenliğinin üretimden tüketime gıda zincirinin tüm aşamalarında sağlanması gereğine yönelik ilke Türk gıda mevzuatına dâhil edilmiştir.

Gıda güvenliğinin sağlanması hususunda sorumluluk gıda işletmelerine verilmekle beraber, Bakanlığın belirleyeceği usul ve esaslar çerçevesinde yerel otoriteler, belediyeler, Sağlık Bakanlığı'nın ilgili birimleri gıda güvenliğine yönelik denetimleri yapmakla görevlendirilmişlerdir. AB müktesebatında yer alan ve risk değerlendirmesinin yeterli kesinlikte sonuçlar üretmediği acil durumlarda devreye konulan ihtiyati tedbirlere de kanunda yer verilmiştir. İhtiyati tedbirlerin nasıl uygulanacağı yine diğer pek çok hususta olduğu gibi Bakanlık tarafından belirlenmiştir. Risk değerlendirmesini gerçekleştirmek üzere bilimsel yetkinliğe sahip uzmanların görevlendirileceği, kanunda yer verilen bir başka husustur. Kanun'la, gıda güvenliğine ilişkin tedbirlerin alınmasında katılımı artırmak üzere Ulusal Gıda Kodeksi Komisyonu ve Ulusal Gıda Meclisi kurulmuştur. AB'de uygulanan Erken Uyarı Sistemi ve izlenebilirliğinin eş değeri olarak bir "bildirimler sistemi"nin Bakanlıkça kurulması ve gıda işletmecilerinin gerekli izlenebilirliği sağlamaları öngörülmüştür. Kanun son olarak Türk Gıda Kodeksine uygun gıdalar ve gerekli tescil ve izinleri almamış olan işletmelerle ilgili olarak cezai hükümleri ortaya koymaktadır.

Çankaya Belediyesi'nin Danıştay'da açtığı dava neticesi Danıştay İdari Dava Daireleri Kurulu'nun almış olduğu yürütmeyi durdurma kararı doğrultusunda 05.08.2005 tarihi itibarıyla gıda maddesi üreten iş yerlerine Tarım ve Köyişleri Bakanlığı'nca düzenlenen "Çalışma İzni ve Gıda Sicili Belgesi", belediye mücavir alanları içerisinde belediye başkanlıkları, mücavir alanlar dışında il özel idare müdürlükleri, organize sanayi bölgelerinde ise organize sanayi müdürlükleri tarafından verilmeye başlanmıştır. Aynı şekilde Danıştay İdari Dava Daireleri Kurulu'nun, 23.06.2006 tarihinde aynı gerekçelerle almış olduğu yürütmeyi durdurma kararı doğrultusunda, gıda üreten ve satan iş yerlerinde belediyeler de denetimlere başlamıştır. Bu durum ise bir yandan üretici, tüketici, sanayici, esnaf ve devlet kurumlarında boşluğa ve karışıklığa yol açmış, bir yandan da Türkiye'nin iç ve dış itibarını olumsuz olarak etkilemiştir.

AB'nin 2006 yılı ilerleme raporunda da belirtildiği üzere 5179 sayılı Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun ile de AB gıda mevzuatına uyum sağlanamamıştır.

#### **7.2.5. 5996 Sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu Dönemi - 13.06.2010 - ...**

AB tarafından, tam uyum sağlamadığı için "yetki karmaşası ve tutarsızlıklar olduğu, tüm kontrol yetkilerinin merkezi otorite ve buna bağlı yerel otoriteler tarafından gerçekleştirilemediği, Bakanlığın bu yönde yeniden yapılandırılması gerektiği" yönüyle eleştirilen 5179 sayılı Kanun'un yerine geçmek üzere, 13.06.2010 tarih ve 27610 sayılı Resmî Gazete'de "5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda Ve Yem Kanunu" kabul edilmiştir.





13 Aralık 2010 tarihi itibarıyla yürürlüğe giren 5996 sayılı Kanun, tarladan çatala gıda güvenliği sistemini baştan sona değiştirmektedir. Kanun'da, yayımlanması öngörülen yönetmeliklerin 18 ay içinde yayımlanması planlanmıştır. Bu konuda 102 yönetmelik yayımlanmıştır.

Kanun; gıda, gıdayla temas eden madde ve malzeme ile yemlerin üretim, işleme ve dağıtımının tüm aşamalarını, bitki koruma ürünü ve veteriner tıbbi ürün kalıntıları ile diğer kalıntılar ve bulaşanların kontrollerini, salgın veya bulaşıcı hayvan hastalıkları, bitki ve bitkisel ürünlerdeki zararlı organizmalarla mücadeleyi, çiftlik ve deney hayvanları ile ev ve süs hayvanlarının refahını, zootekni konularını, veteriner sağlık ve bitki koruma ürünlerini, veteriner ve bitki sağlığı hizmetlerini, canlı hayvan ve ürünlerin ülkeye giriş ve çıkış işlemlerini ve bu konulara ilişkin resmi kontrolleri ve yaptırımlarını kapsamaktadır. Kanun, kişisel tüketim amaçlı birincil üretim ile kişisel tüketim amacıyla hazırlanan gıdaları kapsam dışında tutmaktadır.

Gıda ve yeme ilişkin ürünlerin üretim aşamasından, tüketiciye sunulmasına kadar geçen tüm süreç Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın kontrolüne verilmektedir.

Sorumlu yöneticilik kalkarken, tüm sorumluluk işletme sahibine verilmektedir.

5179 sayılı Kanun'la bütün gıda işletmelerinde sorumlu yönetici çalıştırma mecburiyeti ve "20 beygir üzeri motor gücü bulunan veya en az 5 kişiden fazla personel çalıştıran iş yerleri"nde ilgili üretimin niteliğine göre sorumlu yönetici istihdamı zorunlu iken; yeni Kanun'la "30 beygir üzeri motor gücü bulunan veya en az 10 kişiden fazla personel çalıştıran iş yerleri" konu ile ilgili eğitim alan lisans mezunu istihdam edecektir. Böylece küçük işletmelerin, özellikle de ekmek fırınlarının personel ve iş makinesi gücüne göre gıda mühendisi çalıştırma şartları değiştirilmektedir.

Kanun'a göre gıda ve yem işletmecisi; ürettiği, işlediği, ithal ettiği, satışını veya dağıtımını yaptığı bir ürününün, gıda ve yem güvenilirliği şartlarına uymadığını değerlendirmesi veya buna ilişkin makul gerekçelerinin olması durumunda, söz konusu ürünü kendi kontrolünden çıktığı aşamadan başlamak üzere, toplanması için gerekli işlemleri derhal başlatmak ve konu ile ilgili Bakanlık bilgilendirmek zorundadır. Gıda ve yem işletmecisi, ürünün toplanması gerektiğinde, toplanma nedeni hakkında tüketiciyi veya kullanıcıyı doğru ve etkin olarak bilgilendirmek ve gerekli hâllerde, insan sağlığını korumaya yönelik alınacak tedbirlerin yeterli olmaması durumunda, tüketiciye veya kullanıcıya ürünün iadesi için çağrıda bulunmak zorundadır.

Bakanlık, Gıda Kodeksini hazırlayacak ve yayımlayacak, bu amaçla komisyonlar kurabilecek ve Ulusal Gıda Kodeks Komisyonu'nu oluşturacaktır.

Gıda işletmecileri izlenebilirliği sağlamakla yükümlü olacaklardır.

Bakanlık hızlı uyarı sistemini kuracaktır

İnsan, hayvan ve bitki sağlığını korumak, gıda ve yem güvenilirliğini sağlamak üzere, bir riskin bildirimine ilişkin sistemler, Bakanlık tarafından kurulacaktır.

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, güvenilir olmadığına dair yeterli şüphenin oluşması halinde gıdanın piyasaya arzını kısıtlayabilecek veya piyasaya arz edilen gıdayı toplatabilecektir.

Birincil üretim yapan işletmelere de hijyen kuralları gelmektedir



Birincil üretim yapanlar, perakende iş yerleri, gıda ve yem işletmecileri, kendi kontrolleri altındaki faaliyet alanıyla ilgili Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nca belirlenen genel ve özel hijyen esaslarına uyacaklardır. Gıda işletmecileri, birincil üretim hariç olmak üzere, HACCP sistemini kuracak ve uygulayacaktır.

İşletmelere kayıt ve onay şartı gelmektedir. Gıda maddeleri ve gıda ile temas eden madde ve malzemeleri üreten iş yerleri için daha önceki uygulama olan gıda iş yeri çalışma izni, sicil numarası ve üretim izin belgesi ve numarası almak kaldırılarak, gıda ve yem işletmeleri onaya tabi olanlar ve kayıtlı işletmeler olarak iki gruba ayrılmaktadır. Onaya tabi işletmeler ve kayıt işlemleri çıkarılacak bir yönetmelikle Bakanlık tarafından belirlenecek; onaya tabi işletmeler, faaliyete geçmeden önce Bakanlıktan onay alacaktır. Kayıt işlemine tabi işletmeler ise faaliyetleri ile ilgili işlemleri Bakanlığa bildirecektir.

Bakanlık, resmi denetimlerden ücret alabilecektir.

5996 sayılı Kanunla:

- 27.05.2004 tarihli ve 5179 sayılı Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun,
- 03.07.2005 tarihli ve 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun 84'üncü maddesinde ve 22.02.2005 tarihli ve 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu'nun 70'inci maddesinde yer alan "27.05.2004 tarihli ve 5179 sayılı Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkındaki Kanun" ibareleri,
- 08.05.1986 tarihli ve 3285 sayılı Hayvan Sağlığı ve Zabıtası Kanunu,
- 15.05.1957 tarihli ve 6968 sayılı Ziraat Mücadele ve Ziraat Karantina Kanunu,
- 29.05.1973 tarihli ve 1734 sayılı Yem Kanunu,
- 28.02.2001 tarihli ve 4631 sayılı Hayvan Islahı Kanunu,
- 22.03.1971 tarihli ve 1380 sayılı Su Ürünleri Kanunu'nun 23'üncü maddesinin son fıkrası ile 36'ncı maddesinin (h) bendinin son paragrafı,
- 14.05.1928 tarihli ve 1262 sayılı İspençiyari ve Tıbbî Müstahzarlar Kanunu'nun ek 2'nci ve ek 3'üncü maddeleri,
- 24.06.2004 tarihli ve 5199 sayılı Hayvanları Koruma Kanunu'nun 23'üncü maddesi,
- 09.03.1954 tarihli ve 6343 sayılı Veteriner Hekimliği Mesleğinin İcrasına, Türk Veteriner Hekimler Birliği ile Odalarının Teşekkül Tarzına ve Göreceği İşlere Dair Kanun'un 11'inci maddesinin ikinci fıkrası

Yürürlükten kaldırılmaktadır.

Biyogüvenlik Kanunu ve iki uygulama yönetmeliği 2010 yılında yürürlüğe girmesine rağmen bu konuda Ülkemiz AB mevzuatına tam olarak uyum sağlanabilmiş değildir. 5977 Sayılı Biyogüvenlik Kanunu, GDO'lu tarımsal üretimi yasaklarken, GDO ve ürünlerinin Türkiye'ye girişini de denetim altına almayı amaçlamaktadır. Öteden beri Türkiye'de, GDO'lu tarımsal



üretim olmadığı için bu konuda herhangi bir sorun yaşanmamaktadır ancak GDO ihtiva eden ürünlerin ithalatı, kullanımı, izlenmesi ve izin işlemlerini düzenleyen alan, Kanun yürürlüğe girdiğinden bu tarafa bazı sıkıntılar içermekte, başta yem ve gıda sektörü olmak üzere tekstilden boya ve sabuna kadar birçok sektör büyük sıkıntı yaşamaktadır.

Bu sıkıntıların başında kanunun yürürlüğe girdiği 26 Eylül 2010 tarihinden bugüne kadar Biyogüvenlik Kurulu'nun GDO'lu genleri taşıyan ürünlerin gıda amaçlı kullanım ve ithali ile ilgili herhangi bir kararı bulunmaması gelmektedir. O nedenle bu tarihten itibaren Türkiye'ye GDO'lu genleri taşıyan ürünlerin gıda amaçlı olarak ithali yapılmaması yanında mevzuatta bulaşan genlerle ilgili bir düzenleme olmayışı nedeniyle de GDO içermeyen ürünlerin ithalatında gümrüklerde sorun yaşanmaktadır. Yurt dışından GDO'dan arı olarak alınan ürünler bile gümrüklerde yapılan kontrollerde bulaşı olduğu gerekçesiyle geri gönderilmektedir. Bunlar gibi oluşan yasal belirsizliklerden dolayı sektörümüz ne yapacağını bilememekte, ham madde temininde sıkıntılar yaşamaktadır. Bu ise sektöre ve ülkemize ekonomik kayıplar yaşatmaktadır.

### 7.2.5.1 Yönetmelikler

31.12.2011 tarihi itibarıyla, 560 sayılı KHK, 5179 ve 5996 Sayılı Kanuna dayalı olarak gıda ile ilgili olarak 97 yönetmelik yayınlanmıştır. Yayınlanan yönetmeliklerin 95'i Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından, İnsani Tüketim Amaçlı Sular Hakkında Yönetmelik ve Doğal Mineralli Sular Hakkında Yönetmelik ise Sağlık Bakanlığınca yürürlüğe konulmuştur. Yayınlanan yönetmelikler AB mevzuatı ile birebir uyumlu olarak hazırlanmıştır. Türkiye esas itibarıyla Ulusal Program ile taahhüt ettiği hususların büyük bir kısmını yerine getirmiştir. Gıda ve yem ile ilgili olarak çıkarılan yönetmelikler aşağıdadır.

- Gıdaların Üretimi Tüketimi Ve Denetlenmesine Dair Yönetmelik (09.06.1998)
- Gıda İşleme Yönetmeliği (06.11.1999)
- İnsani Tüketim Amaçlı Sular Hakkında Yönetmelik (17.02.2005)
- Doğal Mineralli Sular Hakkında Yönetmelik (01.12.2004)
- İyi tarım uygulamaları hakkında yönetmelik (07.12.2010)
- Veteriner Sınır Kontrol Noktası Müdürlüklerinin Görev Ve Çalışma Esaslarına Dair Yönetmelik (31.12.2010)
- Bitkisel Gıda ve Yem İhracatında Sağlık Sertifikası Düzenlenmesi ve İhracattan Geri Dönen Ürünler İçin Uygulama Yönetmeliği (17.12.2011)
- Bitkisel Gıda ve Yem İthalatının Resmi Kontrollerine Dair Yönetmelik (17.12.2011)
- Canlı Hayvanlar ve Hayvansal Ürünlerde Belirli Maddeler ile Bunların Kalıntılarının İzlenmesi İçin Alınacak Önlemlere Dair Yönetmelik (17.12.2011)
- Gıda Hijyeni Yönetmeliği (17.12.2011)
- Gıda İşletmelerinin Kayıt ve Onay İşlerine Dair Yönetmelik (17.12.2011)
- Gıda ve Yemin Resmi Kontrollerine Dair Yönetmelik (17.12.2011)
- Hayvansal Gıdaların Resmi Kontrollerine İlişkin Özel Kuralları Belirleyen Yönetmelik (17.12.2011)
- Hayvan ve Ürünlerin Ülkeye Girişinde Ön Bildirim ve Veteriner Kontrollerine Dair Yönetmelik (17.12.2011)
- Ürünlerin Ülkeye Girişinde Veteriner Kontrollerinin Düzenlenmesine Dair Yönetmelik (17.12.2011)



- Yurt İçinde Canlı Hayvan ve Hayvansal Ürünlerin Nakilleri Hakkında Yönetmelik (17.12.2011)
- Ülkeye Girişte Veteriner Kontrollerine Tabi Olan Hayvan ve Ürünlere Dair Yönetmelik (21.12.2011)
- Zoonozlar ve Zoonotik Etkenler, İlgili Antimikrobiyal Direnç ve Gıda Kaynaklı Salgınların İzlenmesi Yönetmeliği ( 23.12.2011)
- Hayvanların Nakilleri Sırasında Refahı ve Korunması Yönetmeliği (24.12.2011)
- İnsan Tüketimi Amacıyla Kullanılmayan Hayvansal Yan Ürünler Yönetmeliği (24.12.2011)
- Risk Değerlendirme Komite ve Komisyonlarının Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik (24.12.2011)
- Hayvansal Gıdalar İçin Özel Hijyen Kuralları Yönetmeliği (27.12.2011)
- Yem Hijyeni Yönetmeliği (27.12.2011)
- Yemlerin Piyasaya Arzı ve Kullanımı Hakkında Yönetmelik (27.12.2011)
- Yemlerin Resmî Kontrolü İçin Numune Alma ve Analiz Metotlarına Dair Yönetmelik (27.12.2011)
- Türk Gıda Kodeksi Pestisitlerin Maksimum Kalıntı Limitleri Yönetmeliği (30.12.2011)
- Türk Gıda Kodeksi Aroma Vericiler ve Aroma Verme Özelliği Taşıyan Gıda Bileşenleri Yönetmeliği (30.12.2011)
- Türk Gıda Kodeksi Gıda Katkı Maddeleri Yönetmeliği (30.12.2011)
- Türk Gıda Kodeksi Hazırlama Yönetmeliği (30.12.2011)
- Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği (30.12.2011)
- Türk Gıda Kodeksi Mikrobiyolojik Kriterler Yönetmeliği (30.12.2011)
- Türk Gıda Kodeksi Etiketleme Yönetmeliği (30.12.2011)
- Türk Gıda Kodeksi Bulaşanlar Yönetmeliği (30.12.2011)
- Türk Gıda Kodeksi Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzemeler Yönetmeliği (30.12.2011)
- Gıda Kontrol Laboratuvarlarının Kuruluş, Görev, Yetki ve Sorumlulukları ile Çalışma Usul ve Esaslarının Belirlenmesine Dair Yönetmelik (30.12.2011)

5977 Sayılı Biyogüvenlik Kanunu'na göre ise:

- Biyogüvenlik Kurulu ve Komitelerin Çalışma Usul ve Esaslarına Dair Yönetmelik (13.08.2010)
- Genetik Yapısı Değiştirilmiş Organizmalar ve Ürünlerine Dair Yönetmelik (13.08.2010)

çıkarılmıştır.

#### **7.2.5. 2 Türk Gıda Kodeksi Tebliğleri**

Bakanlık, 31.12.2011 tarihine kadar 560 sayılı KHK ve 5179 Gıda Kanunu'na göre 113 tebliğ yayımlamıştır. Tebliğlerin AB mevzuatında karşılığı varsa karşılık gelen AB mevzuatı verilmiştir. Tebliğe karşılık gelen AB mevzuatı yoksa karşılığı boş bırakılmıştır. Yayınlanan tebliğin 67'si AB mevzuatına uyumlu olarak hazırlanmış, geri kalan 46 tebliğin ise AB mevzuatına uyumu tam olarak bulunmamaktadır. AB karşılığı bulunmayan tebliğlerden sadece bira ve gıda maddelerinde mikotoksinlerin seviyesinin resmi kontrolü için numune alma, numune hazırlama



ve analiz metodu kriterleri tebliğlerinde AB'ne bildirimde bulunulmuş olup diğer tebliğler için bildirimde bulunulmamıştır (Çizelge 25).

Özellikle gıda maddeleri ile temas eden ambalaj vb. maddeler, etiketleme, işaretleme ve parti numaraları, gıda katkıları, bitki koruma ürünleri ve veteriner ilaçları kalıntıları, numune alma, alkollü içkiler, meyve suyu, kilo verme amaçlı enerjisi kısıtlanmış gıdalar, özel beslenme amaçlı gıdalara eklenebilecek bileşenler, özel tıbbi amaçlı diyet gıdalar, kahve, bal, koyulaştırılmış süt ve süttozu, tereyağı, diğer süt yağı esaslı sürülebilir ürünler ve sadeyağ, şeker, reçel, jöle, marmelat ve tatlandırılmış kestane püresi ile ilgili tebliğler AB mevzuatı ile uyumlu hazırlanmıştır ve aşağıda verilen listelerde karşılarında hangi mevzuata karşılı geldiği yazılmıştır. Baharat, çay, bulaşanlar, mikrobiyolojik kriterler, bebek mamaları, alkolsüz içecekler, enerji içecekleri, glutensiz gıdalar, özel beslenme amaçlı gıdalar, sporcu gıdaları, tuz, un ve unlu gıdalar, dondurma, makarna, irmik, tahin helvası, bitkisel yağlar, zeytinyağı, fermente sütler ile dış ticaretle ilgili tebliğler AB mevzuatı ile uyumlu değildir. Bu tebliğler hazırlanırken kimilerinde ülke şartları dikkate alınmış, kimilerinde ise Kodeks Alimentarius'un kuralları esas alınmıştır. Kaldı ki, buğday unu, makarna, irmik, mercimek gibi konularda dikey bir AB mevzuatı da bulunmamaktadır.

Enerji içecekleri ile ilgili tebliğ, AB ile yapılan müzakerelerde AB ile ticareti engellediği ve serbest dolaşım ilkelerine uymadığı için AB tarafından sık sık gündeme getirilmektedir.

**Çizelge 25: Türk Gıda Kodeksi Tebliğleri**

NO	Türk Mevzuatının Adı	Karşılık Gelen AB Mevzuatının Adı ve Numarası
1	Aromatize Şarap, Aromatize Şarap Bazlı İçki Ve Aromatize Şarap Kokteyli Tebliği (Tebliğ No: 2006/28)	1601/91/EEC: Aromatize şaraplar, aromatize şarap bazlı içecekler, aromatize şarap kokteyllerinin tanımlanması, tarifi ve piyasaya arzı ile ilgili genel kurallar üzerine 10 Haziran 1991 tarih ve 1601/91/EEC sayılı Konsey Tüzüğü
2	Bira Tebliği(Tebliğ No: 2006/33)	-----
3	Distile Alkollü İçkiler Tebliği (Tebliğ No : 2005/11)	1576/89/EEC: Distile alkollü içkilerin sunumu, tanımlanması ile ilgili genel kurallar üzerine 29 Mayıs 1989 tarihli Konsey Yönetmeliği-1014/90/EC: Distile alkollü içkilerin sunumu, tanımlanması ile ilgili detay kurallara ait 03 Kasım 1994 tarihli Komisyon Yönetmeliği
4	Alkollü İçkilerde Hacmen Alkol Miktarının Etiketle Bildirilmesi Hakkında Tebliğ (2003/6)	87/250/EEC Alkollü içeceklerde hacmen alkol derecesinin belirtilmesine ait 15 Nisan 1987 tarihli Komisyon Direktifi
5	Gıda Maddeleri İle Temasta Bulunan Madde Ve Malzemeler Tebliği (Tebliğ No: 2002/32 )	89/109/EEC Üye Devletlerin gıda maddeleri ile temas edecek madde ve ürünlere ilişkin çıkardıkları kanunların yakınlaştırılmasına yönelik 21 Aralık 1988 tarihli Konsey Direktifi
6	Gıda Maddeleri İle Temasta Bulunan Plastik Madde Ve Malzemeler Tebliği (Tebliğ No: 2005/31)	2002/72/EC: Gıda Maddeleri ile temasta bulunan plastik madde ve materyaller üzerine 6 Ağustos 2002 tarihli Komisyon Direktifi



7	Gıda Maddeleri İle Temasta Bulunan Plastik Madde Ve Malzemelerin Bileşenlerinin Migrasyon Testinde Kullanılan Gıda Benzerleri Listesi Tebliği (Tebliğ No:2005/33)	85/572/EEC: Gıda maddeleri ile temasta bulunan plastik madde ve malzemelerin bileşenlerinin migrasyon testinde kullanılan gıda benzerleri listesi üzerine 19 Aralık 1985 tarihli Komisyon Direktifi
8	Gıda Maddeleri İle Temasta Bulunan Rejenere Selüloz Filmlerden Yapılmış Madde Ve Malzemeler Tebliği ( 2001/39)	93/10/EEC Gıda maddeleri ile temas edecek olan ve yeniden üretilen selüloz filmlerinden mamul maddelere ilişkin 15 Mart 1993 tarihli Komisyon Direktifi
9	Gıda Maddeleri İle Temas Eden Madde Ve Malzemelerde Bulunacak Sembolün Belirlenmesi Hakkında Tebliğ (Tebliğ No: 2002/8)	80/590/EEC Gıda maddeleri ile temas edecek olan maddelere konulacak işaretin belirlenmesine ilişkin 9 Haziran 1980 tarihli Komisyon Direktifi
10	Gıda Maddeleri İle Temasta Bulunan Seramik Malzemeler Tebliği (Tebliğ No 2001/38 )	84/500/EEC Üye Devletlerin gıda maddeleri ile temas edecek seramik ürünleri ile ilgili çıkardıkları kanunların yakınlaştırılmasına ilişkin 15 Ekim 1984 tarihli Konsey Direktifi
11	Gıda Maddeleri İle Temas Eden Ve Vinil Klorür Monomer İçeren Madde Ve Malzemeler Hakkında Tebliğ (2002/5)	78/142/EEC Üye Devletlerin gıda maddeleri ile temas edebilecek vinil klorid monomer içerikli madde ve ürünler ile ilgili çıkardıkları kanunların yakınlaştırılmasına ilişkin 30 Ocak 1978 tarihli Konsey Direktifi
12	Baharat Tebliği (Tebliğ No: 2000/16)	-----
13	Bal Tebliği (Tebliğ No: 2005/49)	2001/110 Bal ile ilgili 20 Aralık 2001 tarihli Konsey Direktifi– 2005/396/EC sayılı Konsey Tüzüğü
14	Siyah Çay Tebliği(TebliğNo: 2008/42)	-----
15	Kahve Ve Kahve Ekstraktları Tebliği(Tebliğ No: 2006/52)	1999/4/EC: Kahve ve çiyori ekstraktları üzerine 22 Şubat 1999 tarihli Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifi
16	Çiğ Kanatlı Eti Ve Hazırlanmış Kanatlı Eti Karışımları Tebliği (Tebliğ No: 2006/29)	71/118/EEC: Taze beyaz et ticaretini olumsuz yönde etkileyen sağlık sorunları ile ilgili 15 Şubat 1972 tarih ve 71/118 sayılı Konsey Direktifi 94/65/EC: Kıyma ve et preparatlarının pazarlanması ve üretimi ile ilgili 14 Aralık 1994 tarih ve 94/65/EC sayılı Konsey Direktifi 83/201/EEC: Az miktarda et ve et ürünleri içeren gıda maddeleri ile ilgili 12 Nisan 1983 tarih ve 83/201/EEC sayılı Komisyon Direktifi 853/2002



## TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

17	Çiğ Kırmızı Et Ve Hazırlanmış Kırmızı Et Karışımları Tebliği (Tebliğ No: 2006/31)	71/118/EEC: Taze beyaz et ticaretini olumsuz yönde etkileyen sağlık sorunları ile ilgili 15 Şubat 1972 tarih ve 71/118 sayılı Konsey Direktifi 94/65/EC: Kıyma ve et preparatlarının pazarlanması ve üretimi ile ilgili 14 Aralık 1994 tarih ve 94/65/EC sayılı Konsey Direktifi 83/201/EEC: Az miktarda et ve et ürünleri içeren gıda maddeleri ile ilgili 12 Nisan 1983 tarih ve 83/201/EEC sayılı Komisyon Direktifi 853/2002
18	Gıda Değeri Olan Hayvanlara Uygulanması Yasaklanan Ve Belli Şartlara Bağlanan Hormon Ve Benzeri Maddeler Hakkında Tebliğ ( 2003 /18 )	-----
19	Gıda Değeri Olan Hayvanlara Uygulanması Yasak Olan Maddeler Hakkında Tebliğ (2002/68)	-----
20	Hızlı Dondurulmuş Ve Dondurulmuş Gıda Maddelerinin Depolanması, Muhafazası Ve Taşınması Esnasındaki Sıcaklıkların İzlenmesi Hakkında Tebliğ (2002/7)	92/1EEC Hızlı dondurulmuş ürünlerin taşınması, depolanması ve saklanması esnasındaki sıcaklıkların izlenmesine ilişkin 21 Aralık 1998 tarihli Konsey Direktifi
21	Gıda Maddelerinin Ve Gıda Bileşenlerinin Üretiminde kullanılan Ekstraksiyon Çözücüleri Tebliği (2002/9)	88/344/EEC Üye Devletlerin gıda maddesi ve bileşenlerinin üretiminde kullanılan çözücülere dair mevzuatlarının yakınlaştırılmasına ilişkin 13 Haziran 1988 tarihli Konsey Direktifi-89/108/EEC Komisyon Direktifi
22	Gıda Maddeleri İle Temasta Bulunan Epoksi Türevi Madde Ve Malzemeler Tebliği (2005/32)	2002/16/EC: Gıda Maddeleri ile temasta bulunan epoksi türevi madde ve materyaller üzerine 20 Şubat 2002 tarihli Komisyon Direktifi
23	Gıda Maddelerinin Genel Etiketleme Ve Beslenme Yönünden Etiketleme Kuralları Tebliği(2002/58)	94/54/EC:79/112/EEC Direktifinde belirtilmeyen gıdaların etiketlenmesinde zorunlu uygulamalar üzerine 18 Kasım 1994 tarihli Komisyon Direktifi 2000/13/EC Üye ülkelerin gıdaların etiketlenmesi, sunumu ve reklamı ile ilgili kanunlarının yaklaştırılması üzerine Avrupa Parlamentosu ve Konseyi Direktifi 90/496/EC Gıda maddelerindeki besin değerinin etiketlenmesine ilişkin 24 Eylül 1990 tarihli Konsey Direktifi ve80/232/EEC sayılı Konsey Direktifleri
24	Hızlı Dondurulmuş Gıda Maddeleri Tebliği (Tebliğ No: 2004/46)	89/108/EEC: İnsan tüketimine sunulan hızlı dondurulmuş gıdalar üzerine Üye ülkelerin kanunlarının yaklaştırılmasına yönelik 21 Aralık 1988 tarihli Konsey Direktifi



25	Gıda Maddelerinin Parti Numaralarına Ait İşaretlerin Veya Sembollerin Belirlenmesi Hakkında Tebliğ (2002/6)	89/396/EEC Gıda maddelerinin parti numarasının belirtilmesine ilişkin 15 Haziran 1989 tarihli Konsey Direktifi
26	Gıdalarda Kullanılan Renklendiriciler Tebliği (2002/55)	94/36/EC Gıda maddelerinde kullanılacak boyalara ilişkin 30 Haziran 1994 tarihli Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifi
27	Renklendiriciler Ve Tatlandırıcılar Dışındaki Gıda Katkı Maddeleri Tebliği (2008/22)	95/2/EC Gıda maddelerinde kullanılan boya ve tatlandırıcıların dışındaki katkı maddelerine ilişkin 20 Şubat 1995 tarihli Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktif
28	Gıda Maddelerinde Kullanılan Renklendiriciler Ve Tatlandırıcılar Dışındaki Katkı Maddelerinin Safılık Kriterleri Tebliği (2002/28)	96/77/EC Gıda katkı maddelerinin boya ya da tatlandırıcılar dışındaki safılık kriterlerini belirleyen 2 Aralık 1996 tarihli Komisyon Direktifi
29	Gıda Maddelerinde Kullanılan Renklendiricilerin Safılık Kriterleri Tebliği (2001/27)	95/45/EC Gıda maddelerinde kullanılan boyaların safılık kriterlerini belirleyen 26 Temmuz 1995 tarihli Komisyon Direktifi
30	Gıda Maddelerinde Kullanılan Tatlandırıcıların Safılık Kriterleri Tebliği (2001/40)	95/31/EC Gıda maddelerinde kullanılan tatlandırıcıların safılık kriterlerini belirleyen 5 Temmuz 1995 tarihli Komisyon Direktifi
31	Gıda Maddelerinde Kullanılan Tatlandırıcılar Tebliği (2006/45)	94/35/EC Gıda maddelerinde kullanılacak tatlandırıcılara ilişkin 30 Haziran 1994 tarihli Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifi
32	Gıda Maddeleri Ve Gıda İle Temas Eden Ambalaj Materyallerinin İthalatında Kontrol Belgesi Onaylanması Ve İthalat Aşamasındaki Kontrol İşlemleri Hakkında Tebliğ Tebliğ No: 2003/31	-----
33	İthal Ve İhraç Edilecek Gıdaların Giriş Ve Çıkış Kapılarının Tespit Ve İlanına Dair Tebliğ ( 01.03.2001-24333	-----
34	Kasaplık Canlı Tavuk, Etleri Ve Yumurtalarının İthalatında Kontrol Belgesi Alınabilmesi İçin Gerekli Şartlar Hakkında Tebliğ ( 2000/3)	-----





## TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

35	Serbest Bölgelerde Sağlık Sertifikalarının Düzenlenmesine Dair Usul Ve Esaslar Hakkında Tebliğ (2002/38)	-----
36	Siğır, Koyun Ve Keçi Etlerinin İthalatında Kontrol Belgesi Alınabilmesi İçin Aranacak Şartlarla İlgili Tebliğ (Tebliğ No 96/5)	-----
37	Gıda Maddelerinde Bulunmasına İzin Verilen Pestisitlerin Maksimum Kalıntı Limitleri Tebliği (2009/62)	396/2005/EC sayılı Avrupa Birliği Parlamentosu ve Konsey Tüzüğü
38	Gıda Maddelerindeki Bulaşanların Maksimum Limitleri Hakkında Tebliğ (2008/26)	1881/2006/EC sayılı Gıda Maddelerindeki Belirli Bulaşanların Maksimum Miktarlarının Belirlenmesi hakkında Komisyon Tüzüğü
39	Mikrobiyolojik Kriterler Tebliği (2009/6)	-----
40	Hayvansal Gıdalarda Bulunabilecek Veteriner İlaçlarına Ait Farmakolojik Aktif Maddelerin Sınıflandırılması Ve Maksimum Kalıntı Limitlerinin Belirlenmesi Hakkında Tebliğ (Tebliğ No: 2011/20)	470/2009/EC sayılı Avrupa Birliği Parlamentosu ve Konsey Tüzüğü'nün ilgili hükümleri ile 37/2010/EEC sayılı Komisyon Tüzüğü
41	Bebek Formülleri Tebliği (2008/52)	2006/141/EEC sayılı Bebek Formülleri ve Devam Formülleri hakkında Komisyon Direktifi
42	Bebek Ve Küçük Çocuk Ek Besinleri Tebliği (Tebliğ No: 2007/50)	2006/125/EC sayılı "Bebek ve Küçük Çocukların Beslenmesinde Ek Olarak Kullanılan İşlenmiş Tahıl Bazlı Gıdalar ve Bebek Gıdaları" hakkında Komisyon Direktifi
43	Devam Formülleri Tebliği (Tebliğ No: 2008/53)	2006/141/EEC sayılı "Bebek Formülleri ve Devam Formülleri" hakkında Komisyon Direktifi
44	Alkolsüz İçecekler Tebliği (2007/26)	-----
45	Enerji İçecekleri Tebliği (Tebliğ No: 2006/47)	-----
46	Meyve Suyu Ve Benzeri Ürünler Tebliği (2006/56)	2001/112/EC İnsan tüketimine sunulan meyve suyu ve benzer ürünler ile ilgili 20 Aralık 2001 tarihli Konsey Direktifi
47	Gıda Katkı Maddelerinin Sağlık Kriterleri Analiz Metotları Tebliği(2001/46)	81/712/EEC Gıda maddelerinde bulunan katkı maddelerinin sağlık ölçütüne uyduğunun belirlemeye ilişkin Topluğun analiz yöntemlerinin yer aldığı 28 Temmuz 1981 tarihli ilk Komisyon Direktifi



48	Gıda Maddelerinde Belirli Bulaşanların Seviyelerinin Resmi Kontrolleri İçin Numune Alma Ve Analiz Metodları Tebliği (2002/25)	98/53/EC Gıda maddelerinde belirli bulaşan limitlerinin resmi kontrolleri için örnek alma ve analiz metotları üzerine 16 Temmuz 1998 tarihli Komisyon Direktifi
49	Koyulaştırılmış Süt Ve Süttozunun Analiz Metodları Tebliği (2002/16)	79/1067/EEC Gıda olarak tüketime yönelik kısmen ya da tamamen de hidrolize edilmiş dayanıklı sütün analizlerine ilişkin yöntemleri belirleyen 13 Kasım 1979 tarihli ilk Komisyon Direktifi
50	Koyulaştırılmış Sütlerden Ve Süttozundan Numune Alma Metodu Tebliği (2002/15)	87/524/EEC Dayanıklı süt ürünlerinin denetimine ilişkin örnekleme ve kimyasal analizlere yönelik yöntemlerin yer aldığı 6 Ekim 1987 tarihli ilk Komisyon Direktifi
51	Yenilebilir Kazein Ve Kazeinatlardan Numune Alma Metodu Tebliği ( 2002/17)	85/503/EEC Yenilebilir kazein ve kazeinatların analizlerine ilişkin yöntemleri belirleyen 25 Ekim 1985 tarihli ilk Komisyon Direktifi
52	Yenilebilir Kazein Ve Kazeinatların Analiz Metodları tebliği (2002/18)	85/503/EEC Yenilebilir kazein ve kazeinatların analizlerine ilişkin yöntemleri belirleyen 25 Ekim 1985 tarihli ilk Komisyon Direktifi- 86/424/EEC Yenilebilir kazein ve kazeinatların örnekleme ve kimyasal analizlerine ilişkin yöntemlerin yer aldığı 15 Temmuz 1986 tarihli ilk Komisyon Direktifi
53	Gıda Maddelerinde Kurşun, Kadmiyum, Civa Ve 3-Monokloropropan-1, 2-diol seviyesinin Resmi Kontrolü İçin Numune Alma, Numune Hazırlama Ve Analiz Metodları Kriterleri Tebliği (2011/31)	333/2007 sayılı "Kurşun, Kadmiyum, Civa, İnorganik Kalay, 3-MCPD ve Benzopiren Seviyelerinin Resmi Kontrolü İçin Numune Alma ve Analiz Metotlarını Belirleyen" Komisyon Tüzüğü
54	Gıda Maddelerinde Okratoksin A Seviyesinin Resmi Kontrolü İçin Numune Alma Metotları Tebliği (Tebliğ No: 2004/47)	2002/26/EC: Gıda maddelerindeki Okratoksin A seviyelerinin resmi kontrolleri için numune alma ve analiz metodu üzerine 13 Mart 2002 tarih ve 2002/26/EC sayılı Komisyon Direktifi
55	Gıdalarda Pestisit Kalıntılarının Resmi Kontrolü İçin Numune Alma Metotları Tebliği (Tebliğ No: 2011/34)	2002/63/EC sayılı Bitkisel ve Hayvansal Gıdalarda Pestisit Kalıntılarının Resmi Kontrolü İçin Numune Alma Metotları Komisyon Direktifi
56	Gıda Maddeleri İle Temasta Bulunan Plastik Madde Ve Malzemelerin Bileşenlerinin Migrasyon Testi İçin Temel Kurallar Tebliği (Tebliğ No: 2005/34 )	82/711/EEC: Gıda Maddeleri ile temasta bulunan plastik madde ve malzemelerin bileşenlerinin migrasyon testi için temel kurallar üzerine 18 Ekim 1982 tarihli KONSEY Direktifi
57	Hızlı Dondurulmuş Gıdaların Sıcaklık Kontrolü İçin Numune Alma Ve Analiz Metodları Tebliği(2001/45)	92/2/EEC Gıda maddesi olarak tüketilecek hızlı dondurulmuş maddelerin ısılarının resmi olarak kontrolüne yönelik bir analiz metodu ve örnekleme prosedürüne ilişkin kurallar ile ilgili 13 Ocak 1992 tarihli Komisyon Direktifi



## TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

58	İnsan Tüketimine Sunulan Şekerlerin Analiz Yöntemleri Tebliği ( 2002/26)	79/796/EEC İnsan tüketimine sunulan şekerlerin analiz metotları üzerine 26 Temmuz 1979 tarihli İlk Komisyon direktifi
59	Turunçgil Meyvelerinde Yüzeide Kullanılan Koruyucu Maddeler Ve Bu Koruyucuların Kalitatif Ve Kantitatif Analiz Metodları Tebliği (Tebliğ No:2002/19)	67/427/EEC Turunçgillerin dış yüzeyini korumak için uygulanan bazı koruyucular ve meyvenin içinde ve yüzeyinde kullanılan koruyucuların nicelik ve nitelik açısından yapılacak analizlerine yönelik kontrol tedbirlerine ilişkin 27 Haziran 1967 tarihli Konsey Direktifi
60	Madde Ve Malzemelerden Gıda Maddelerine Geçen Vinil Klorür Miktarı Analiz Metodu Tebliği ( 2002/23)	81/432/EEC Gıda maddeleri ile temasta bulunan materyallerde vinil klorid monomer seviyelerinin resmi denetimine yönelik Topluluğun analiz yöntemlerinin yer aldığı 29 Nisan 1981 tarihli Komisyon Direktifi
61	Madde Ve Malzemelerdeki Vinil Klorür Monomer miktarı Analiz Metodu Tebliği (2002/22)	80/766/EEC Gıda maddeleri ile temas edecek olan maddelerin vinil klorid monomer seviyelerinin resmi denetimine yönelik analiz yöntemlerinin yer aldığı 8 Temmuz 1980 tarihli Komisyon Direktifi
62	Glütensiz Gıdalar Tebliği (2003/33)	-----
63	Kilo Verme Amaçlı Enerjisi Kısıtlanmış Gıdalar Tebliği ( 2001/41)	96/8/EC Kilo vermeye yönelik, enerji kısıtlayıcı diyetlerde kullanılacak gıda maddelerine ilişkin 26 Şubat 1996 tarihli Komisyon Direktifi
64	Özel Beslenme Amaçlı Gıdalar Tebliği (Tebliğ No: 2002/34	89/398/EEC Özel amaçlı gıdalar ile ilgili Üye Ülkelerin kanunlarının yaklaştırılmasına ilişkin 3 Mayıs 1989 tarihli Konsey Direktifi
65	Özel Beslenme Amaçlı Gıdalara Eklenebilecek Bileşenler Tebliği( 2006/37)	2001/15/EC: Özel beslenme amaçlı gıda maddelerine eklenebilecek maddeler ile ilgili 15 Şubat 2001 tarihli Komisyon Direktifi
66	Özel Tıbbi Amaçlı Diyet Gıdalar Tebliği (2001/42)	1999/21/EC Özel tıbbi amaçlı diyet gıdalara ilişkin Komisyon Direktifi
67	Sporcu Gıdaları Tebliği ( 2003/42)	-----
68	Yenilebilir Buzlu Ürünler Tebliği ( 2005/43)	-----
69	Çiğ Süt Ve Isıl İşlem Görmüş İçme Sütleri Tebliği (2000/6)	92/46/EEC: Çiğ süt, ısıl işlem görmüş içme süt ve süt bazlı ürünlerin üretim ve pazarda yer almasındaki sağlık şartlarına ilişkin 16 Haziran 1992 tarih ve 92/46/EEC sayılı Konsey Direktifi
70	Dondurma Tebliği (2004/45)	-----
71	Fermente Sütler Tebliği (2009/25)	-----



72	Yenilebilir Kazein Ve Kazeinat Tebliği (Tebliğ No: 2001/22)	83/417/EEC İnsan tüketimine sunulan laktoproteinler(kazein ve kazinatlar)ile ilgili üye ülkelerin mevzuatların uyumlaştırılması üzerine 25 Temmuz 1983 tarihli Konsey Direktifi
73	Koyulaştırılmış Süt Ve Süttozu Tebliği (Tebliğ No: 2005/18)	2001/114/EC: İnsan tüketimine sunulan kısmen veya tamamen dehidrate olarak korunmuş sütlerle ilgili 20 Aralık 2001 tarihli Konsey Direktifi
74	Krema Ve Kaymak Tebliği 2003/34	-----
75	Tereyağı, Diğer Süt Yağı Esaslı Sürülebilir Ürünler Ve Sadeyağ Tebliği (2005/19)	2991/94/EC: Sürülebilir yağların standardı ile ilgili 5 Aralık 1994 tarih ve 2991/94/EC sayılı Konsey Tüzüğü
76	Çikolata Ve Çikolata Ürünleri Tebliği (2003/23)	2000/36/EC İnsan tüketimine sunulan kakao ve çikolata ürünleri üzerine 23 Haziran 2000 tarihli Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifi
77	Kakao Ve Kakao Ürünleri Tebliği (2000/10)	-----
78	Lokum Tebliği (2004/24)	-----
79	Sakız Tebliği (99/4)	-----
80	Şeker Tebliği (Tebliğ No: 2006/40)	2001/111/EC İnsan tüketimine sunulan bazı şekerler ile ilgili 20 Aralık 2001 tarihli Konsey Direktifi
81	Tahin Tebliği (Tebliğ No: 2004/22)	-----
82	Tahin Helvası Tebliği (2008/6)	-----
83	Reçel, Jöle, Marmelat Ve Tatlandırılmış Kestane Püresi Tebliği (2006/55)	79/693/EEC Tatlandırılmış kestane püresi, marmelat, jöle ve meyve reçelleri ile ilgili 24 Temmuz 1979 tarihli Konsey Direktifi - 2001/113/EC: İnsan tüketimine sunulan tatlandırılmış kestane püresi, meyve reçelleri, jöleleri ve marmelatları ile ilgili 20 Aralık 2001 tarihli Konsey Direktifi
84	Çeltik Tebliği ( 2002/11)	-----
85	Mercimek Tebliği (Tebliğ No: 2003/25)	-----
86	Pirinç Tebliği (2010/60)	-----
87	Buğday Unu Tebliği (99/1)	-----
88	Ekmek Ve Ekmek Çeşitleri Tebliği ( 2002/13)	-----
89	İrmik Tebliği (Tebliğ No: 2002/21)	-----



## TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

90	Makarna Tebliği ( 2002/20)	-----
91	Tuz Tebliği ( 2007/53)	-----
92	Bitki Adı İle Anılan Yemeklik Yağlar Tebliği ( 2001/29)	-----
93	Zeytinyağı Ve Prina Yağı Tebliğ (2010/35)	-----
94	Yumurta Ve Yumurta Ürünleri Tebliği (2007/54 )	1028/2006/EC sayılı Yumurtaların Pazarlama Standartlarına İlişkin Konsey Tüzüğü ve 557/2007/EC sayılı Yumurtaların Pazarlama Standartlarına İlişkin 1028/2006/EC sayılı Konsey Tüzüğü'nün Uygulama Esaslarına Dair Komisyon Tüzüğü
95	Tütün Mamulleri Ve Alkollü İçkilerde Bandrollü Ürün İzleme Sistemi Genel Tebliği Seri No: 3	-----
96	Mekanik Olarak Ayrılmış Kanatlı Eti Tebliği (Tebliğ No: 2007/34)	-----
97	Mekanik Olarak Ayrılmış Kırmızı Et Tebliği (Tebliğ No: 2007/35)	-----
98	Rakıya Özgü Tanımlamaların Ve Özelliklerin Etiketlenmesi Hakkında Tebliğ	-----
99	Gıda Maddelerinde Mikotoksinlerin Seviyesinin Resmi Kontrolü İçin Numune Alma, Numune Hazırlama Ve Analiz Metodu Kriterleri Tebliği (Tebliğ No: 2007/21)	-----
100	Üzüm Pekmezi Tebliği (2007/27)	-----
101	Kızartma Amacıyla Kullanılan Katı Ve Sıvı Yağların Kontrol Kriterleri Tebliği (Tebliğ No: 2007/41)	-----
102	Belirli Gıda Maddelerinde Nitrat Seviyesinin Resmi Kontrolü İçin Numune Alma, Numune Hazırlama Ve Analiz Metodu Kriterleri Tebliği (2011/33)	1882/2006/EC sayılı Belirli Gıdalarda Bulunan Nitrat Limitinin Resmi Kontrolü İçin Numune Alma ve Analiz Metotlarını Belirleyen Komisyon Tüzüğü



103	Bulgur Tebliği (2009/24)	-----
104	Hindiba Ekstraktı Tebliği (2008/56)	1999/4/EC sayılı Kahve ve Hindiba Ekstraktı hakkındaki Avrupa Parlamentosu ve Konsey Direktifi
105	Sofralık Zeytin Tebliği (2008/24)	-----
106	Sürülebilir Yağlar/Margarin Ve Yoğun Yağlar Tebliği ( 2008/21)	2991/94 EC sayılı “Sürülebilir Yağların Standardizasyonu” ile ilgili Komisyon Tüzüğü
107	Şarap Tebliği ( 2008/67)	-----
108	Zeytinyağı Ve Pirina Yağı Numune Alma Ve Analiz Metotları Tebliği ( 2010/36)	2568/91/EEC sayılı Zeytinyağı ve Pirina Yağının Karakteristiklerini ve İlgili Analiz Metotlarını Belirleyen Komisyon Tüzüğü
109	Belirli Gıda Maddelerinde Dioksinlerin Ve Dioksin Benzeri Poliklorlu Bifenillerin Seviyesinin Resmi Kontrolü İçin Numune Alma, Numune Hazırlama Ve Analiz Metodu Kriterleri Tebliği (2010/18 )	1883/2006/EC sayılı Belirli Gıda Maddelerinde Bulunan Dioksinlerin ve Dioksin Benzeri PCB’lerin Seviyelerinin Resmi Kontrolü için Numune Alma ve Analiz Metotlarını belirleyen Komisyon Tüzüğü
110	Kasaplık Ve Besilik Sığır Cinsi Hayvanların İthalatında Kontrol Belgesi Alınabilmesi İçin Aranacak Şartlar Hakkında Tebliğ (2010/31)	-----
111	Gıda Maddelerinin Ve Gıda Bileşenlerinin Üretiminde Kullanılan Ekstraksiyon Çözücüleri Tebliği (2010/40)	2009/32/EC sayılı “Gıda Maddeleri ve Gıda Bileşenlerinin Üretiminde Kullanılan Ekstraksiyon Çözücüleri” üzerine Konsey Direktifi
112	Gıdalardaki Mikotoksin Limitlerinin Resmi Kontrolü İçin Numune Alma, Numune Hazırlama Ve Analiz Metodu Kriterleri Tebliği ( 2011/32)	401/2006 sayılı Gıdalardaki Mikotoksin Limitlerinin Resmi Kontrolü İçin Numune Alma ve Analiz Metotları Komisyon Yönetmeliği
113	İthal Ve İhraç Edilecek Gıdaların Giriş Ve Çıkış Kapılarının Tespit Ve İlanına Dair Tebliğ	-----



### 7.3 Gıda Denetimi

Gıda denetiminden Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı sorumludur. Bakanlık bu yetkilerini yetkilendirilmiş kuruluşlara devredebilecektir. Bakanlık 2011 yılının son günlerinde Kanunun öngördüğü yönetmelikleri yayınlamıştır. Sektörün talebi, mevzuattaki uyumun uygulamada da AB ile paraleliğin tam olarak sağlanmasıdır.

Bakanlık bünyesinde yapılan analizlerin güvenilirliğinin uluslararası düzeyde kabul görmesi laboratuvarların akreditasyonu biran önce tamamlanmalıdır.

Gıda sanayine hammadde üreten işletmeler ve %40'ları bulan kayıt dışı çalışan gıda işletmelerinin kayıt altına alınması öncelikler içinde olmalıdır. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı ve diğer ilgili kuruluş denetimleri risk bazlı olmalıdır. Ayrıca, kayıt dışılık Maliye Bakanlığı çalışmaları ile önlenmeli, kurumlararası koordinasyon sağlanmalıdır. Kayıtlarda izlenilebilirlik Maliye ve Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından yasal platforma oturtulmalıdır.

HACCP, ISO 22000, GMP, EUROGAP vb. gıda güvenliği sistemlerinde kurum ve kuruluşlar arasında koordinasyon sağlanmalıdır. Bu sistemin denetiminde belge ticaretine yönelik sapmalar önlenmelidir. Sertifikasyon sisteminin prensipleri yasal bir düzenleme ile belirlenmelidir.

Piyasa denetimlerin arttırılması ve yerli, ithal tüm ürünlere eşit şekilde uygulanması uzun yıllardır üreticilerin (özellikle çok uluslu firmalar) üstünde durduğu çok önemli bir konudur. Piyasa gözetimi ve denetimi esas olarak, ürüne ilişkin teknik mevzuatı hazırlamaya ve yürütmeye yasal olarak yetkili bulunan kamu kuruluşlarının ürünün piyasaya arzı veya dağıtım aşamasında ve özellikle ürün piyasada iken ilgili teknik düzenlemeye uygun olarak üretilip üretilmediğini, güvenli olup olmadığını denetlemesi büyük önem taşımaktadır.

Hali hazırda, bitmiş ürünlerin piyasa denetlemesi yeterli seviyede gerçekleşmemekte, kontroller ithal ürünler için yurda giriş sürecine yoğunlaşmaktadır. İthalat sürecinin uluslararası, köklü ve yüksek kalite standartlarına sahip firmalar için kolaylaştırılarak ürünlerin piyasada denetlenmesi önem arz etmektedir. AB'de ve gelişmiş birçok ülkede uygulama bu şekildedir.

Ayrıca, mevzuat ve uygulama değişikliklerinde firmalardan sektör temsilcilerinin bulunacağı çalışma gruplarının varlığı büyük önem taşımaktadır. Çalışma gruplarının gerektiği durumlarda üniversitelerden ve bilim kurumlardan akademik destek/danışmanlık alması sürecin sağlıklı çalışması açısından kabul gören diğer önemli bir gerçektir.

Bahsedilen konular ile ilgili olarak HTÜ açısından öne çıkan temel çözüm önerileri şu şekilde sıralanabilir:

- Alanında uzman ve yeterli sayıda personel ile AB ve pazar ihtiyaçlarına uygun piyasa gözetim ve denetleme sürecinin hayata geçirilmesi
- Özellikle Gıda ithalat sürecinde gerçekleştirilen analizlerin sıklığı, ücretleri ve lot bazında yapılması durumunun tekrar gözden geçirilmesi.



- Uluslararası ve yüksek kalite standartlarına sahip firmaların, ithalat kontrol ve analiz süreçlerinde, Mavi Hat benzeri bir uygulama ile sınıflandırılması
- Sektörü temsilen belirli ve sabit küçük çalışma grupları oluşturularak ilgili kamu kuruluşları ile sürekli temas halinde bulunulması ve sektörü doğrudan ilgilendiren her değişiklik ve yeni uygulamada birlikte çalışılması.

#### 7.4 Kayıt dışılık

Kayıtdışı ekonomi “devletten gizlenen, kayda geçirilmeyen/geçirilemeyen ve bu sebeple denetlenemeyen faaliyetler” olarak tanımlanabilir. 2002 yılı itibarıyla 110 ülke arasında yapılan karşılaştırmada Türkiye’de kayıtdışı ekonominin büyüklüğünün GSMH’ya oranı AB ülkelerindeki ortalamasının (% 18) iki katına yaklaşmış durumdadır (% 32) (Ref. KDE Mücadele Stratejisi Eylem planı).

Nüfusun her kesiminin günlük yaşamında önemli yer tutan gıda dahil tüketim ürünleri de kayıtdışı ekonomiden payına düşeni almaktadır.

Gıda ve içecek sanayinde ise, Tarım – gıda sanayi entegrasyonundaki zayıflık, sektörde oluşan haksız rekabetin önlenmesi ve tüketici sağlığının korunması için gerekli gıda denetim sisteminin istenen sıklık ve titizlikte (personel ve donanım eksikliği, politik müdahaleler vb nedenlerle) etkin olarak gerçekleştirilememesi ve finansal sorunlar sonucu bir takım işyerlerinin kayıt dışı faaliyet göstermelerine yol açmıştır.

Ülkemizde kayıt dışılığın en fazla rastlandığı sektörlerin başında tarım ve gıda sektörleri gelmektedir. Gıda sektöründe yüksek oranda kayıt dışılık bulunmaktadır. Kayıt dışı firmaların kayıt altına alınamaması bu firmaların denetim zincirine girmemelerini beraberinde getirmektedir. Bunun sonucunda kayıt dışı çalışan, bir diğer ifade ile merdiven altı üretim yapan, firmalar halk sağlığı konusunda ciddi riskler oluşturmakta, halkımızın sağlığını tehdit etmektedirler.

Yurt içi üretimi yetersiz gıda kökenli ürünlerin ithalatındaki vergilerin gözden geçirilerek düşürülmesi, yurt içi üretimi yeterli ve fazla olan gıdalardaki gümrük vergilerini tarımsal destekleme sağlanamama durumunda korunması gerekmektedir. Yurtiçi üretimi fazla olan gıdalarda vergilerin korunması ve tüketiciye yüksek fiyatlarda satılması yerine etkin planlama ve verimlilik artışı odaklı projeler uygulanmalıdır. ÖTV ve diğer vergilerdeki oranların tahsil edilebilir seviyeye düşürülmesiyle verginin tüm kazançlara uygulanması ve bu suretle kayıt dışının zamanla yok edilmesi, gıda sanayii içinde haksız rekabetin önlenmesi açısından önemlidir. Bu alanda Maliye Bakanlığı tarafından yürütülecek etkin piyasa denetimleri, politikaların sürekli uygulanabilirliği açısından önem taşımaktadır.

Kayıt dışılığın önlenmesi konusunda politikalar geliştirilmeli, kararlılıkla ve ivedilikle uygulanmalıdır. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı 2010 – 2014 Stratejik Planı ana eksenlerinde yer alan gıda güvenliği ve kurumsal kapasitenin artırılması konuları, kayıt dışılığın azaltılmasında önemli etken olacaktır.

Kayıt dışı çalışan işletmelerin kayıt altına alınması, denetim mekanizmasına girmesi, vergi kaybının ve kayıt dışı istihdamın önlenmesi için vergi yasalarında yapısal reformlar yapılmalıdır.





Kamu kurum ve kuruluşlarının kayıt dışılığın önlenmesi konusunda tam bir koordinasyon içerisinde hareket etmelidir. Gerçekleştirilen resmi denetim sayısı ve bu denetimlerde görev alan personel sayısı arttırılmalıdır.

En iyi denetçi tüketicilerdir. Bu yüzden kayıt dışı konusunda tüketicilerin bilinç seviyelerini arttıracak çalışmalar gerçekleştirilmeli, denetim mekanizmasında ve merdiven altı üretimin önlenmesinde tüketiciler daha etkin kullanılmalıdır.

Gerçekleştirilen denetim sonuçlarına göre verilecek cezalar caydırıcı nitelikte olmalıdır. Zaman zaman çıkarılan aflar verilen cezaların caydırıcılığını ortadan kaldırmakta ve kayıt dışılığın önlenmesi yönünde yapılan çalışmaları etkisizleştirmektedir. Bu sebeple af uygulamaları kaldırılmalı veya kapsamı daraltılmalıdır.

### 7.5 Tüketicinin bilinçlendirilmesi

Gıda sanayisini olumsuz olarak etkileyen bir başka husus ise, düşük alım gücü nedeniyle, halkın beslenmede sağlıklı ürün çeşitlerine değil merdiven altı ürünlere yönelmeleridir. Tüketici gıda güvenliğinin sağlanmasındaki önemli aktörlerden birisidir ve bu nedenle de tüketici bilincinin arttırılması sektörel paydaşlar için temel hedeflerden biri olmalıdır. Tüketicilerin menşei belirsiz, kayıt dışı yollarla üretilmiş, kontrol dışı ürünleri almamaları ve ambalajlı ürünler dışındaki gıdaları tüketmemeleri sağlanmalıdır. Tüketicilerin, kayıt dışı üretimle mücadelede de en önemli kesimi oluşturmakta olup gıda güvenliği konusunda aydınlatılmaları önemli görülmektedir.

Mutfakta kötü alışkanlıkların yerleşmemesi için belli bir yaşa gelmeden güvenilir gıda işleme tarzının temel prensiplerini benimsetmek için tüketicilere yönelik düzenlenecek eğitim amaçlı programlar, tüketicilerin gıda güvenliği bilgisinde genel eksikliğini giderebilir. Halk sağlığı programlarının hedefinde okul temelli gıda güvenliği eğitim programlarının geliştirilmesi yer almalı, özellikle ilköğretimden başlayarak gıda güvenliği ve beslenme eğitimi en az iki yıl süreli ders olarak verilmeli, böylelikle tüketicinin bilinçlendirilmesi sağlanmalıdır. Yetişkinlerin eğitimi için yazılı ve sözlü medyadan istifade ederek eğitim programları geliştirilmelidir. Bu mesajlar odak noktasına sahip, kısa, net, tutarlı olmalı ve güvenli bir kaynaktan sağlanmış olmalıdır.

### 7.6. STK'larının Güçlendirilmesi

Sanayinin sorunlarının çözümünde akılcı ve uygulanabilir çözümlerinin bulunabilmesi için STK'larının devletle müştereken çalışması sağlanmalıdır. Bunun için devlet kendisinden beklenen görevlerinin bir kısmını STK'larına devretmelidir. Bunun içinde sivil toplumun bilinçlendirilerek güçlendirilmesi, kuruluşlarının rollerinin artırılması gerekmektedir. Devletinden de daha şeffaf ve açıklığı olan, sivil toplum örgütlerinin faaliyet ve etkinliklerini teşvik edici düzenlemelere gerek duyulmaktadır. Mevzuatın hazırlanmasında sivil toplum kuruluşları ve meslek kuruluşları ile koordinasyon içinde çalışmalı ve katılımçılık esas alınmalıdır.



Bilinçli ve duyarlı bir toplum yapısı, gelişmenin anahtarıdır. Özellikle yasal anlamda kalıcı eğitim politikaları, buna ilişkin öğretim programlarının düzenlenmesi ve bu alanda Milli Eğitim Bakanlığı'nın etkin yapılması ile sürekli-tutarlı politikalarla faaliyette bulunması gerekmektedir. İlkokuldan başlayarak toplumda duyarlılık bilincinin artırılması ve bu anlamda sivil örgütlülüğün teşviki, sadece gıda alanında değil tüm alanlarda geleceği planlayan ve düşünen bir nesil ortaya çıkaracaktır.

Ülkemizde Sanayi Odaları Meslek Komiteleri, TOBB Gıda ve İçecek Meclisi, Türkiye Gıda ve İçecek Dernekleri Federasyonu (TGDF), Türkiye Gıda Sanayi İşverenleri Sendikası (TÜGİS) ve MUSİAD, TÜSİAD vs. gıda konusunda önemli çalışmalar yapan kamu ve sivil toplum örgütleridir. Toplumun farklı kesimleriyle işbirliğinde bu kurum ve kuruluşların etkin faaliyetlerinden yararlanmak mümkündür.

## 8. SEKTÖRÜN AB UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA VE AB YOLUNDA KARŞILAŞTIKLARI UYUM SORUNLARI

Gıda ve içecek sanayinin AB'ne uyumu çerçevesinde yer alan mevzuatın temel amacı, çiftlikten sofraya kadar tüm süreçlerde gıda güvenliğinin teminidir. Gıda güvenliği alt-başlığı altında tüketicinin korunması, bilgilendirilmesine yönelik sunum kuralları, beslenme, etiketleme, biyoteknoloji, gıdaların kimyasal ve biyolojik güvenilirliği, gıda işletmelerinin kayıt ve onayı ile gıda ve yem hijyeni ve resmi kontrollere ilişkin kurallar başta olmak üzere gıda güvenliğinin teminine yönelik mekanizmalar ve düzenlemeler ele alınmaktadır. Bu çerçevede:

- Türkiye'nin gıda güvenliği, veterinerlik ve bitki sağlığı politikasına uyum süreci açısından oldukça önemli olan 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yeme ilişkin Çerçeve Kanun 13 Aralık 2010 tarihinde yürürlüğe girmiştir.
- Hayvansal yan ürün işleme tesisleri dahil tüm hayvansal ürün işleyen gıda işletmelerine verilen uyum süresi yetersizdir. Çünkü tesislerin modernizasyon programlarının hazırlanması ve bu iş için gerekli finans kaynaklarının realize edilmesi zaman alacaktır.
- Başta şap, brusella, tükerkuloz, kuş gribi, kuduz ve koyun-keçi vebası hastalıkları olmak üzere hayvan hastalıkları ile ilgili eradikasyon programları hazırlanarak biran önce hayata geçirilmelidir.
- AB ile denetim birliğinin sağlanması için denetçilerin AB ülkelerinde eğitimleri sağlanmalıdır. AB 'ye gıda ihracatında mutlak istenen gıda denetçilerinin ISO 17020 eğitimleri tamamlanmalıdır.
- Gıda güvenliğine ilişkin veri toplama ve değerlendirme metodolojisi oluşturulmalı ve veri toplanmaya başlanmalıdır. Bu amaçla kurulan gıda güvenliği bilgi sisteminin etkin hale getirilmesi gerekmektedir.
- Her gıdaya özgü spesifik sektör hijyen kılavuzları tamamı bastırılıp yürürlüğe konulmalıdır.
- Gıda kontrol hizmetlerine yönelik olarak gıda laboratuvarlarının akreditasyonları tamamlanmalıdır.



- AB mevzuatına uygun olarak ithal ve ihracatta sınır kontrolleri yerine riske dayalı piyasa denetimleri yapılmalıdır.

### 8.1 Gıda ve İçecek Sanayinin AB ile Karşılaştırılması

Gıda sektörü açısından 12. fasıl olan "Gıda Güvenliği, Veterinerlik ve Bitki Sağlığı Politikasının müzakereye açılması büyük bir başarıdır. Bu gıda sektörünün AB ile rekabet edebildiğinin göstergesidir. Nitekim AB'ne yapılan ihracatta bunun göstergesidir. 2004 ve 2007 yıllarında tam üye olan bazı aday ülkelerin, AB Müktesebatı'nı tam olarak üstlenmeleri ve uygulama kapasiteleri göz önüne alındığında; Türkiye'nin farklı bir müzakere süreci yaşamaması gerekmektedir. Bu nedenle Hükümetin Tarım ve Kırsal Kalkınma ile Balıkçılık Fasılları'nın da müzakereye açılması talebini, bu fasılların 'Gıda Güvenliği' süreci ile ilişkisi düşünüldüğünde çok haklı bir talep olduğu görülmektedir. 30 Haziran 2010 'da müzakerelere açılan Gıda Güvenliği, Veterinerlik ve Bitki Sağlığı Faslı, Türkiye'nin her alanda çağdaş standartları yakalamanın ve halkımızın sağlığının korunması, güvenli gıdaya ve doğru bilgiye erişimi ile yaşam kalitesinin artırılması yönünde önemli adımlar atılacağı gibi, gıda ve içecek sektörümüzde de belirgin bir iyileşme olacaktır. Gıda Güvenliği Faslı Avrupa Birliği üyelik müzakerelerinin günlük hayatımıza en çok etki edecek alanlarından biridir. Bu faslın açılmasıyla birlikte mutfağımıza giren her bir gıda Avrupa Birliği'nin hijyen standartlarına uyacak, vatandaşlarımız market sepetlerine, alışveriş filelerine attıkları her bir ürünü gönül rahatlığıyla sofralarına koyabileceklerdir. Ancak bu başlığın, 35 başlık arasındaki en kapsamlı başlık olduğu unutulmamalıdır. Müzakere sürecinin bundan sonraki döneminde, gıda ve içecek sektörümüz için önemli konuların başında işletmelerin AB standartlarına kavuşturulması ve modernizasyonu gelmektedir.

Hatırlanacağı üzere, Polonya AB'ye girdiğinde 5.000 civarında olan hayvansal ürün işleyen (et, süt, su ürünleri) tesis sayısı AB standartlarını karşılayamadıklarından yaklaşık 500'e, aynı şekilde Macaristan'da da 2000 olan hayvansal ürün işleyen tesis sayısı yaklaşık 400'e düşmüştü. Geri kalan işletmeler ise kapatılmıştı.

AB gıda ve içecek sanayinin 2009 yılı ihracatı 86,1 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. İthalatına baktığımızda ise 2009 yılında, 84,5 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir. Bu verilere göre AB'nin dünyanın en büyük ihracat ve ithalatçısı konumundadır ve 2009 yılı AB gıda ve içecek sanayinin 1,6 milyar dolar dış ticaret fazlası verdiği görülmektedir (Çizelge 20). AB dışındaki ülkelere yapılan ticarete, içecek, et işleme, süt ve süt ve süt ürünleri ve diğer gıda ürünleri (çikolata, bisküvi, şekerleme, makarna, hazır yemekler) sektörleri öne çıkmaktadır. Bu sektörlerin AB gıda ve içecek sanayi ihracatındaki payları yaklaşık %80 civarındadır. İthalat başta su ürünleri olmak üzere, yağlı tohumlar ve bitkisel yağlar olmak üzere, bazı meyve ve sebzeler, çay, kahve, kakao, baharatlar, tropik ürünler, hububat orijinli olmayan hayvan yemi karışımları, kuzu eti, keçi eti, tropik meyveler, fındık gibi bazı sert kabuklu meyveler öne çıkmaktadır. Birliğin ithalatında en önemli kalemler meyve ve sebzeler, su ürünleri, hububat esaslı olmayan hayvan yemleri ve yağlı tohumlardır.

Ülkemizin AB'ye lojistik, ekonomik ve sosyal yakınlığının yanı sıra, tarımsal ürünler ihrac yelpazesinde AB pazarında yüksek talep gören ürünlerin varlığı, Birliği, tarım ve gıda sanayi ürünleri ihracatımızda, ülkemizin uzun yıllar itibarıyla en önemli ihrac pazarı konumunda bulundurmaktadır. Türkiye'nin 2009 yılı içerisinde AB gerçekleştirdiği toplam gıda sanayi



ürünleri ihracatı, toplam gıda ihracatımızın değer bazında %27'sini oluşturmuş olup bu değer AB ithalatının %2,2'sine denk gelmektedir. Bir başka deyişle, Türkiye gerçekleştirdiği 5.931 milyon dolar ihracatın 1.601 milyon doları AB ülkelerine yapılmıştır.

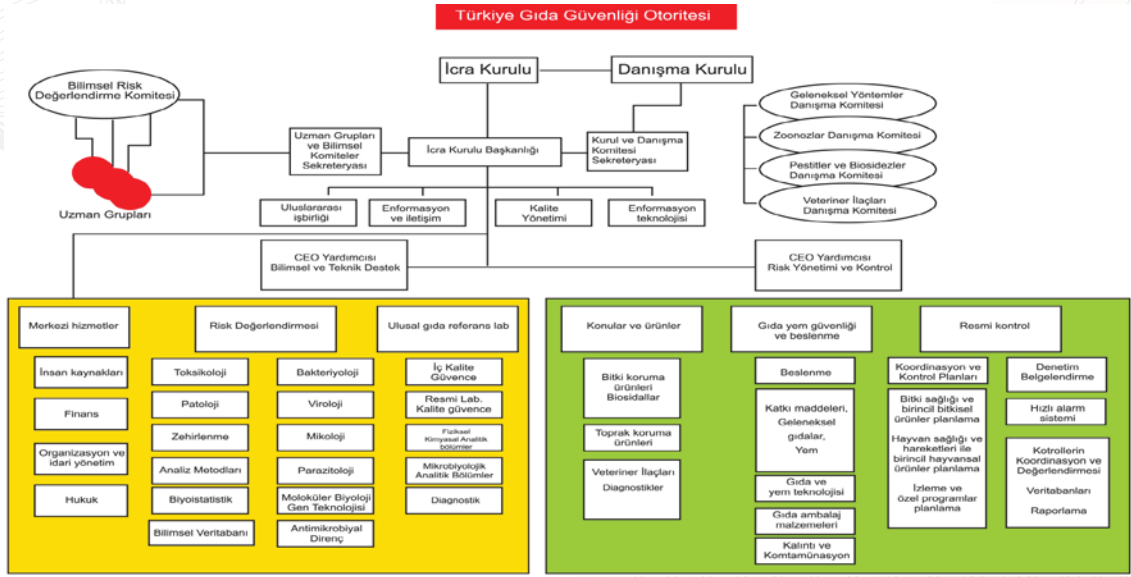
## 9. SEKTÖREL YAPILANMA

AB'ne uyum çerçevesinde çıkarılan Dernekler Yasası STK'larının katılımçılık konusunda önündeki engellerin kaldırmasına rağmen uygulamada hala sıkıntılar yaşanmaktadır. Devlet derneklere karşı şeffaf ve açık değildir. Derneklerin konuları ile yaptığı düzenlemeleri daha katılımcı olarak hazırlaması ve uygulamaya girmeden önce mutlaka, STK görüşüne açması ve bu kuruluşlarında görüşlerini itibar etmesi hem sektörün ve hem de uygulayıcılar açısından yararlı olacaktır.

Ülkemizde Sanayi Odaları Meslek Komiteleri, TOBB Gıda ve İçecek Meclisi, Türkiye Gıda ve İçecek Sanayi Dernekleri Federasyonu (TGDF), Türkiye Gıda Sanayi İşverenleri Sendikası(TUGİS), MUSİAD ve TÜSİAD vs. gıda konusunda önemli çalışmalar yapan kamu ve sivil toplum örgütleridir. Bu örgütlerden en büyüğü Türkiye Gıda ve İçecek Sanayi Dernekleri Federasyonu (TGDF)dur. TGDF 24 alt sektör derneğinin (ŞEMAD, SUTHER, TÜGİDER, PAKDER, MEDER, SİİD, GIDAKAT, PDD, TRBYSD, MASUDER, BYSD, MEYED, MUMSAD, ORGUDER, NÜD, SETBİR, SUDER, TMSD, ŞARAPSANDER, BMUD, BALDER, DFGD, ASÜD, BEBESAD) bir araya gelerek oluşturduğu bir federasyondur. Federasyona üye dernekler bünyesinde yaklaşık 2.000'in üzerinde gıda üreticisi bulunmaktadır. TGDF, Avrupa Gıda ve İçecek Sanayii Konfederasyonu'na (Confederation of The Food and Drink Industries Of The EU-CIAA)' na 2006 yılında üye olmuştur. Federasyon CIAA' ya üye olur olmaz 2006 yılında yapılan genel kurulunda CIAA Yönetim Kuruluna seçilmiştir.

3.6.2011 tarih ve 639 Sayılı KHK ile Tarım ve Köyşleri Bakanlığını yeniden yapılandırılarak Bakanlığın adı Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Koruma ve Kontrol Genel Müdürlüğü de Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğü adını almıştır. Sektör olarak Bakanlığın ve Genel Müdürlüklerden birinin isminde gıda kelimesinin geçmesi sevindirici bir gelişmedir.

5996 Sayılı Kanun ile gıda güvenliği ile ilgili hizmetlerin büyük bir kısmı Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı bünyesinde toplanmış ve uluslararası kuruluşlar nezdinde Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı yetkili otorite olarak tanımlanmıştır. Sağlık Bakanlığı sularla ve özel tıbbi amaçlı diyet gıdalarla ilgili usul ve esasları belirlemekten, Dış Ticaret Müsteşarlığı TSE standartlarının dış ticarete uygulanmasından, Tütün ve Alkol Piyasa Düzenleme Kurumu alkollü içki ticaretinin düzenlenmesinden, Şeker Kurumu da şeker kotalarının tahsisinden sorumlu kuruluşlardır. Bakanlığın "Gıda Güvenliği" ile ilgili yükümlülüklerini yerine getirebilmesi için yapılan yeni düzenlemeler ile önceki yapının daha da güçlendirilmesi gerekir. Hükümet ; ülkemiz gıda sektörüne hizmet verecek yetki ve sorumluluklara sahip, merkezi yapıda ve yerel idare ile bağlantısı olan, ülke genelinde hizmet yürütecek "**TÜRKİYE GIDA GÜVENLİĞİ OTORİTESİ**" kurmalıdır. Bu otoritenin altında diğer kuruluşlarca yürütülen yetkileri de toplanmalıdır. Bu konuda yürütülen AB projesinin (TR 04 IB AG 02) çıktısı olarak riske dayalı bir gıda güvenliği otoritesi modeli oluşturulmuştur.Bu model aşağıda sunulmuştur.



## 10. SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTIRILMASI VE VERİMLİLİK

### 10.1. AR-GE Harcamaları ve İstihdamı, çevre uygulamaları, teknoloji ve hammadde

Gıda ve içecek sanayi, çok sayıda alternatif teknolojinin birlikte uygulandığı bir sektördür. Bunlar sektörün değişik dallarında önemli farklılıklar göstermektedir. Bilindiği gibi gıda muhafazası için öteden beri uygulanan başlıca yöntemler; kurutma, soğutma, dondurma, pastörizasyon, sterilizasyon, ışınlama ve kimyasal madde katılmasıdır. Bu alanda hızlı bir değişim yaşanmakta ve bunların yerini yeni teknolojiler almaktadır. Buna rağmen Türk gıda ve içecek sanayi AR-GE harcamalarının diğer ülkeler ile karşılaştırıldığında düşük olduğu görülmektedir.

TÜİK; ARGE Faaliyetleri Araştırmasına göre 2003 yılında 28,2 milyon TL olan gıda ve içecek sanayi ARGE harcamalarının 2009 yılında % 166,8 oranında artarak 75,3 milyon TL'ye yükseldiği görülmektedir. Gıda ve içecek sanayi ARGE harcamalarının imalat sanayi ARGE harcamaları içindeki payı ise 2009 yılında %3,7 olarak gerçekleşmiştir. Gıda ve içecek sanayi ARGE faaliyetlerinde istihdam edilen personel sayısı 2003 yılında 346 iken bu rakam 2009 yılında 863'e yükselmiştir.

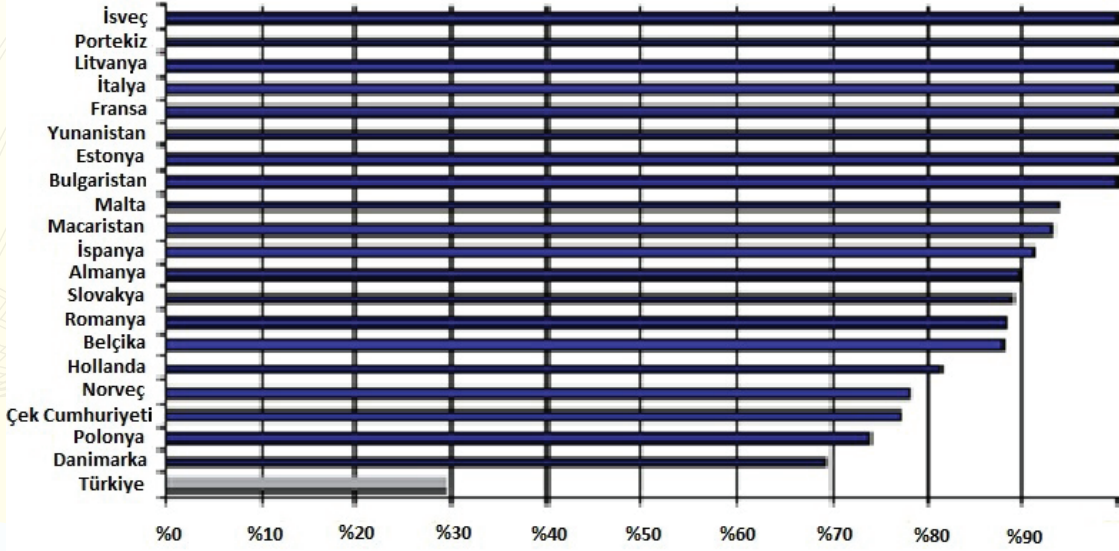
Yaşanan bu olumlu gelişmelere rağmen zaten yeterli seviyede olmayan AR-GE harcamalarının halen istenilen seviye olmadığı görülmektedir.

AB'ye baktığımızda ise, gıda ve içecek sanayi dışındaki sektörlerle ve AB dışındaki diğer ülkelerle karşılaştırıldığında AR-GE harcamalarının yeterli seviyede olmadığı görülmektedir. AB'nin yanında Japonya, ABD, Avustralya ve Güney Kore gibi ülkelerin ARGE harcamalarının arttığı gözlenmektedir. Türk gıda ve içecek sanayi, toplam üretim değerinin yaklaşık %0,1'ini AR-GE harcamalarına ayırdığı görülmektedir. Bu oran ile Türkiye, AB ve diğer ülkelerin ARGE harcamalarının çok altında kaldığı görülmektedir (Şekil 8).

Teknolojik yenilik anlamında Türk gıda ve içecek sanayi gelişme kaydedebilen konumdadır. Bu yapısıyla gıda ve içecek sanayinin rekabet edilebilirlik anlamında avantajı vardır. Son yıllarda gıda ve içecek sanayi teknoloji olarak gösterdiği ilerleme ve var olan üretim teknolojisi ile sektörün rekabet gücü artmıştır. Ancak sektörün büyük bir çoğunluğu KOBİ'lerden



oluşmaktadır ve KOBİ'lerin birçoğunun AR-GE kapasitesine sahip olmaması sektörümüzün rekabet gücünü olumsuz etkilemektedir. Sektörün bu yapısı sebebi ile ülkemiz firmalarının diğer AB ülkeleri firmalarına kıyasla çok daha az inovasyon yaptığı görülmektedir.



**Şekil 8. Gıda ve İçecek Sanayi'nde İnovasyon Yapan Firmalar**

**Kaynak:** Sanayi ve Ticaret Bakanlığı (2010) Türkiye Sanayi Stratejisi Belgesi 2011-2014

Tarımsal ürünleri hammadde olarak kullanan gıda sanayinin sadece ülke düzeyinde faaliyet göstermesi günümüzde yeterli görülmemekte, varlığını sürdürebilmesi için dünyaya entegre olması ve ihracata yönelmesi gerekmektedir. Bunun için yeterli ve sürdürülebilir hammaddenin sağlanmasının yanı sıra teknolojik yeniliklerin de takip edilmesi önem arz etmektedir. Gıda sanayindeki teknolojik düzeyin nesnel kriterlerle belirlenmesi oldukça zordur. Çünkü, aynı proses için çok sayıda alternatif teknoloji söz konusu olabilmektedir. Bununla birlikte, bazı kritik prosesler dikkate alınarak uygulanan teknolojinin geri (ilkel) ve yeni (modern) olarak tanımlanması ve değişimin buna göre irdelenmesi söz konusudur. Ülkemiz gıda sanayinin alt sektörleri arasında teknolojik yenilikler bakımından önemli farklılıklar söz konusudur. Konserve, dondurulmuş gıda, meyve-sebze, makarna, bisküvi-şekerleme gibi alt sektörlerde yeni teknolojilerin kullanımı daha yaygındır. Et, süt ve sıvı yağ sektöründe ise teknolojik yenilenme arzu edilen düzeyde değildir.

Teknolojik yeniliklerin kullanımı ile ürün çeşitliliği daha kolay bir şekilde sağlanabilmektedir. Diğer taraftan ileri teknoloji kullanımı ve kalite yönetim sistemlerinin oluşturulmasıyla kaliteli ve güvenilir ürün üretimi kolaylaşmaktadır. Gıda sanayinde kalitenin oluşturulması kadar onun korunması ve geliştirilmesi de önemlidir. Kalitenin korunması/geliştirilmesi ve rekabet edilebilirlik açısından da ileri teknoloji kullanımı büyük önem arz etmektedir.

Gıda sanayinde gıda bilimindeki gelişmelere paralel olarak önemli teknolojik yenilikler gerçekleşmektedir. Bu çeşitliliğin başlıca itici gücü; firmaların pazar payını arttırma çabaları ile tüketicilerin değişen beklentileridir. Bu çeşitlenme; ya daha çok teknolojik yeniliğe ya da daha çok bileşim değişimine dayalıdır. Bunlardan birincisi ile minimum işlemlerli gıda (MİG), ikincisi ile fonksiyonel gıda (FG) tipleri yaygınlaşmaya başlamıştır. MİG yaklaşımı, öncelikle gıdanın doğallığının olabildiğince korunmasına ve raf ömrünün uzatılmasına yöneliktir. Bu amaçla, yüksek hidrostatik basınç, vurgulu elektrik alan, ultrasonik vibrasyon, ohmik ısıtma, akıllı



ambalajlama, ultrafiltrasyon gibi yeni teknikler gıda sanayinin değişik dallarında uygulama alanı bulmaktadır. Tüketicinin daha az işlem görmüş ürünlere olan talebi bu yeni tekniklerin yaygınlaşmasında önemli rol oynamaktadır.

Fonksiyonel gıda (FG) yaklaşımı ise öncelikle insan sağlığının olabildiğince korunmasına yöneliktir ve çoğu kez gıdanın bileşiminin değiştirilmesini gerektirmektedir. Bu anlamda, ilk köklü değişim 1930'lu yıllarda yaşanmış ve besin ögesi eksikliğinin dengelenmesi için vitamin ve mineralce zenginleştirilmiş gıda, 1970'li yıllarda ise, kalp hastalığı ve kilo fazlalığının önlenmesi için yağ ve şeker gibi bileşim öğeleri azaltılan diyetetik gıda, 1990'lı yıllardan başlayarak ise yaygın hastalıklardan (kalp, damar, kanser, tansiyon, diyabet gibi) korunmayı ve sağlıklı yaşlanmayı amaçlayan fonksiyonel gıda kavramı önem kazanmıştır.

Gıda teknolojisinde ve beslenme bilimindeki gelişmelere ve tüketicinin bilinçlenmesine bağlı olarak bu anlamda gıda çeşitlenmesinin daha da artması beklenmektedir. Bu kapsamda, Türkiye'de, günlük enerjinin yaklaşık % 43'ünü sağlayan ekmeğin vitamin ve mineralce dengelenmesi çok önemli bulunmaktadır. Bugüne kadar çeşitli kurumlar tarafından ortaya konmuş stratejik eylem planlarında değinilen sorunların hızla giderilmesi, ülkemizde gıda sanayinin sürdürülebilir bir hale gelmesi için büyük önem arz etmektedir. Bu kapsamda, sanayinin teknoloji geliştirme ve uygulama ihtiyacına cevap verecek destek mekanizmalarının geliştirilmesi, teknoloji kullanımı ile ilgili sorunların giderilmesinde kritik bir rol üstlenecektir.

Gıda sanayinde faaliyet gösteren işletmeler ya kendi AR-GE faaliyetleri ile ya da diğer firmaların ürettiği bilgi ve teknolojileri uyarlama ve/veya yeni teknolojiyi içeren makine ve ekipman kullanma yoluyla teknolojik yenilikleri gerçekleştirmeli ve teknolojik gelişmeye katkıda bulunmalıdır. Diğer taraftan ülkemiz gıda sanayinde teknolojik açıdan arzu edilen gelişmeyi sağlayabilmek için Dünya'daki son gelişmeleri ve bu gelişmelerin ülkemizde kullanılabilme imkânlarını araştırarak, sanayicilere uygun teknoloji seçiminde yol gösterecek bir birim oluşturulmalıdır. Gıda işletmelerinin teknoloji üretimini sağlayacak AR-GE faaliyetleri konusunda bilinçlendirilmesine yönelik çalışmalar ön planda tutulmalıdır. İmalat sanayinin önemli bir alt kolu olan gıda sanayine hem iç pazar hem de dış pazarda rekabet edebilecek özelliklere sahip ürünleri üretebilmesi için teşvikler de dahil gerekli tüm destekler sağlanmalıdır. Burada özellikle gıda sanayinin ihtiyacına cevap verebilecek kalite ve miktarda hammaddenin sağlanabilmesi konusuna özel bir önem verilmelidir.

AR-GE çalışmaları için bütçeden ayrılan pay arttırılmalıdır. Bu konuda sektör teşvik edilmeli hâlihazırda uygulanan politikalar ve destekler daha etkin tanıtılmalıdır. Kamu, üniversiteler ve özel sektörün gerçekleştirdiği AR-GE faaliyetlerinde işbirliği sağlanmalıdır.

AR-GE teşvikleri ve desteklerinde gıda ve sağlık, gıda kalitesi, gıda ve tüketici, gıda güvenliği, sürdürülebilir gıda üretimi ve gıda zinciri yönetimi gibi konulara öncelik verilmelidir.

AR-GE faaliyetleri sonucunda ortaya çıkan yeni ürünler için onay prosedürü gözden geçirilmeli, mevcut mevzuat teknolojik gelişmelere göre uyarlanmalı, tüm düzenlemeler gıda ve içecek alanında yapılacak yeniliklerin artırılmasını sağlayacak şekilde yapılması gereklidir. Bu anlamda TÜBİTAK TEYDEP desteklerinden sektörün maksimum yararı için tanıtım ve işbirliği yapılmalıdır. AB, AR-GE fonlarından daha fazla yararlanılması için idari yüklerin azaltılması, bu fonların daha etkin tanıtılması ve özellikle KOBİ'lerin bu konuda teşvik edilmesi ile bu desteklerin sektöre katkısı arttırılmalıdır.

7. Çevre Programı, Avrupa Teknoloji Platformları (Yaşam İçin Gıda) ve Rekabet Edebilirlik ve Yenilikçilik Çevre Programı gibi diğer AB projeleri takip edilmelidir.



Diğer sanayi dalları gibi gıda sanayi de çevre üzerinde olumsuz etkiler yapmaktadır. Gıda sanayinde, üretim sırasında katı, sıvı ve gaz atıklar ortaya çıkmaktadır. Bu maddelerin miktarının azaltılması, bunların bir kısmının geri kazanımı, atık su arıtımı ve atıklardan katma değeri olan yeni gıdalar ve yem üretimi gibi konular gıda sanayiinin gündemindedir.

Ülkemizde 1993 yılından bu yana uygulanan ÇED yönetmeliğiyle sanayi kuruluşlarının faaliyetleri ile çevre sorununa yol açabilecek kuruluşların artık veya atıklarının ne şekilde zararsız duruma getireceği tanımlanmıştır. Sanıldığı gibi, yalnızca arıtma tesisi, ÇED açısından yeterli değildir. Ülkemizde ÇED, 1993' ten bu yana uygulanmaktadır. 2003 tarihli ÇED yönetmeliğine göre; entegre et, entegre yağ, entegre süt ve şeker fabrikaları ÇED raporu hazırlaması zorunlu olan gıda işletmeleridir. Seçme ve eleme kriterlerine göre ÇED kapsamına girmesi söz konusu olabilen gıda işletmeleri ise; bitkisel yağ, hayvansal yağ, nişasta, fermantasyon ve içki, süt işleme, kırmızı et tesisleri ve maya fabrikalarıdır.

Tarım, Türkiye ekonomisinde önemli bir yer tutmaktadır. Türkiye'nin tarımda güçlü rekabet potansiyeli bulunmakta ve bu potansiyel gıda ve tarım sektörüyle rakipleri arasında avantaj sağlamaktadır.

Türkiye, komşu ve AB üyesi ülkeler ile kıyaslandığında, coğrafik yapı, genetik çeşitlilik, doğal kaynaklar ve ekolojik durum, tarımsal üretimde miktar ve ürün çeşitliliği yönünden uygun niteliktedir. Yaklaşık 27 milyon hektar sürülebilir tarım alanında, çok çeşitli tarımsal ürünler elde edilmektedir. Dünyadaki yaklaşık 13.000 bitki türünden 12000'inin Türkiye'de yetişebildiği ve bunlardan yaklaşık 3500'inin ise sadece ülkemize has endemik bitki türü olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda tarımsal üretim gıda sanayinin talep ettiği çeşitlilikte ve miktardaki ürünün büyük bir bölümünü üretebilmektedir. Türkiye sahip olduğu iklim çeşitliliği bakımından dünyada ticareti yapılan 150 bitkisel ürünün 120' sini ekonomik olarak yetiştirmekte ve hatta bazı ürünleri çok uzun periyotta yetiştirip hasat etmektedir. Bu büyük tarım potansiyelinden dolayı ülkemiz dünya tarımında önemli bir yere sahiptir.

Ülkemizde sektörümüzün hammadde ihtiyacının büyük bir bölümünün karşılanmasına rağmen, üretilen hammaddelerin niteliğinde ve kalitesinde sorunlar yaşanmaktadır. Bunun yanında tarımda yaşanan alt yapı sorunları, uygulanan plansız ve programsız teşvik ve yatırımlar kaynak israfı, atıl kapasite ve çevre sorunlarına neden olmaktadır.

Tarım-sanayi entegrasyonunun olmayışı gıda sektörünün faaliyetlerini ve rekabet edebilirliğini olumsuz etkilemekte, istenen kalitede ve sürdürülebilir bir şekilde tarımsal ham maddeye ulaşılamaması Türk gıda ve içecek sanayinin en büyük sorunları arasında yer almaktadır.

Ülkemiz genelinde tarımsal işletmeler miras hukuku nedeniyle küçük ve çok parçalı yapıdadır. İşletmeler aile işletmesi özelliğindedir. Bu işletmelerde yer alan araziler, amaç dışı ve yanlış kullanımlar sonucu her geçen gün azalmaktadır. Tarımsal işletmelerin verimsizliğine neden olacak biçimde parçalanmalarının ve küçülmelerinin önlenmesi, işletmelerin verimli biçimde işletilmesini ve korunmasını sağlayan önlemlerin alınması üretim artışı ve gelişmeyi tetikleyecektir. Böylece, gıda sanayine yeterli miktarda ve kalitede ürün akışının sağlanmasında yaşanabilecek kısıtlar da azaltılacaktır.





Tarımsal hammaddeler; gıda üretim maliyetlerinin büyük bir bölümünü oluşturmaktadır. Ürüne ve sektöre bağlı olarak bu oran toplam üretim maliyetlerinin %30 ile %80'ine karşılık gelmekte, çoğu ürün için %50'yi aşmaktadır.

Küresel ısınma ve bunun getirdiği kuraklığa bağlı olarak ürün arzında yaşanan sorunlar, petrol fiyatlarındaki artışların üretim girdi ve nakliye unsurları üzerindeki maliyet baskısı, biyoyakıt üretiminin desteklenmesi sonucu dünya piyasalarında oluşan gıda dışı ürün talebi, Çin gibi hızlı büyüyen ülkelerde refah artışına bağlı olarak başta et ve süt olmak üzere tarımsal ürünlere olan talebin artması ve spekülasyon olarak ürün borsalarına giren sermayenin yarattığı etki nedeniyle gıda ve içecek sanayinin en büyük girdisi olan tarımsal ham madde fiyatlarında dalgalanmalar ve artışlar yaşanmaktadır.

Diğer dikkate değer maliyetleri ise ambalajlama, paketleme, istihdam ve lojistik oluşturmaktadır. Gıda ve içecek endüstrisinin enerji maliyetleri toplam girdi maliyetinde nispeten daha düşük bir paya sahiptir. Enerji maliyeti ortalama olarak toplam girdi maliyetinin %2,1'idir ancak alt sektörler arasında bu oran % 0,5 ile % 8 arasında değişmektedir. Artan enerji fiyatları, özellikle de enerjinin yoğun kullanıldığı alt sektörlerde, enerji maliyetlerini toplam girdi maliyetlerinin giderek artan önemli bir kısmı haline getirmektedir.

Rekabet gücü yüksek, pazar odaklı ve sürdürülebilir bir tarımsal sektör politikası oluşturmalıdır. Uygulanmakta ve uygulanacak olan tarım reformlarının pazar odaklı ve Türk tarım yöntemlerini zenginleştirmeye yönelik olması gereklidir. Gıda sektörünün üretimi için yeterli ve sürdürülebilir ve sanayi üretimine uygun hammadde üretilmesi konusunda sektör ve kamu işbirliği yapmalı ve ham madde temininin önümüzdeki yıllarda problem olma riski ortadan kaldırılmalıdır.

Ortak Tarım Politikası (OTP) ve gelecekteki uygulamaları, verimli tarımsal hammadde üretilmesi ve bunların gıda sektörüne sunulmasının sağlanması konusunda tarımın birincil rolüne özellikle önem vermelidir.

Gelecekte uygulanacak "Yenilenebilir Enerji Yol Haritası'nda" gıda ve içecek sanayinin sorunları ele alınmalı ve uygun tarım ve ticaret politikaları aracılığıyla ham madde çeşitliliğinin ve kullanımının artmasının sağlanması yönünde hareket edilmelidir. Artan biyoyakıt üretiminin tarımsal pazarlar üzerindeki olumsuz etkilerinin ve zararlarının önlenmesine çalışılmalıdır. Yasa yapıcılar tarafından oluşturulan ve oluşturulacak politikalar çevrenin korunması ve gıda güvenliği konularında yüksek standartlar getirmeli ve bu politikalar uyumlu tarım politikalarıyla güçlendirilmelidir. Böylece tarım ve gıda üretiminin kalitesi ve güvenliğinin iyileştirilmesi sağlanacaktır.

Fiyat istikrarının sağlanmasında etkin rol üstleneceğine inandığımız ve mevzuatı tamamlanan "Lisanslı Depoculuk" bir an önce uygulamaya konulmalı, fiyat artışlarının önüne geçmek için TMO daha aktif olarak görev almalı, verimliliği artırıcı tedbirlere ağırlık verilmelidir. Özellikle sulama yatırımlarına verilen destekler artırılmalıdır. Teşvikler verilirken tarım gıda entegrasyonunu sağlayacak şekilde verilmelidir.

Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, 2010 – 2014 Stratejik Planı'nın ana eksenlerinden biri olan tarımsal üretim ve arz güvenliğini destekleyen politikaları, gıda sanayinin uygun fiyat, kaliteli ve



sürdürülebilir hammadde temini konusunu da içermelidir. Tarım Gıda Konseyi kurulmalı ve her iki sektörün tüm aktörleri burada yer almalı, ürün konseylerine ayrılan kaynak artırılmalıdır.

## 10.2. Sektörde Kamunun Rolü, Özelleştirme Faaliyetleri ve Muhtemel Etkileri

Türkiye Cumhuriyeti kurulduğunda; unun tümü karataş değirmenlerde elde ediliyor, ekmeğin tümü kubbeli fırınlarda üretiliyor, 1 adet konserve fabrikası bulunuyor, süt ve et geleneksel yöntemlerle işleniyor, zeytinyağı ilkel yöntemlerle presleniyor, margarin bilinmiyor, şeker ve çay ithal ediliyordu.

Şeker sanayiinin gelişmesi, 1926 yılında Uşak Şeker Fabrikası ile başlamıştır. İlk çay fabrikası 1947 yılında kurulmuştur. 1948 yılından sonra konserve fabrikalarının sayısı hızla artmıştır. 1952 yılında kurulan EBK, et kombinalarının kurulmasına ve et işleme sanayiinin gelişmesine öncülük yapmıştır.

Margarin üretimi 1953 yılında başlamıştır. İlk süt fabrikası (AOÇ) 1957 yılında kurulmuş, bunu 1963 yılında SEK' in kuruluşu ve 1970'li yıllarda özel sektör fabrikaları izlemiştir. Meyve suyu ve dondurulmuş gıda fabrikalarının kuruluşu 1970'li yıllarda başlamıştır. 1980'li yıllar çerez gıdaların yaygınlaştığı, 2000'li yıllar ise fonksiyonel gıdaların tartışıldığı dönemdir.

Türkiye'de özellikle şeker, çay, süt ve et sanayi devlet öncülüğünde kurulmuş, 1980'den sonra ise özelleştirme süreci başlamıştır. Çünkü ülkemizde kamu kurum ve kuruluşlarının, Birliklerin üretim ve ticaret ile iştiğal etmeleri rekabet ortamını bozucu bir etki yaratmaktadır. Devletin kural koyucu ve işleyişi denetleyici rolü yerine, bizzat üretici ve ticaretçi olması ve bunu sosyal amaçlı olarak yürütmesi piyasada arz talep dengesinde ve fiyat oluşumunda olumsuz etkiler yaratmaktadır. Bu sebeple bu kamu kurum ve kuruluşlarının üretim ve ticarete dönük işlemlerinin durdurulması, gerekli özelleştirmenin yapılması, bu kapsamda, Rekabet Kanununa aykırı işlemlerin, kurumların ve mevzuatın acilen iptali gerekmektedir. Tarımsal KİT'lerin özelleştirilmesi, emek-sermaye ve bu bağlamda tarımsal üretim yapıları üzerine etkileri bakımından, oldukça önemlidir. Bu çerçevede Türkiye'de 1983 yılında başlatılan çalışmalar kapsamında, öncelikle 233 sayılı KHK ile KİT'ler, İktisadi Devlet Teşekkülü ve Kamu İktisadi Kuruluşları olarak ikiye ayrılmış, teşebbüs kurma yetkisi yasamadan yürütmeye devredilmiş, tasfiye–devir-satış yetkisi Ekonomik İşler Yüksek Koordinasyon Kurulu'na tanınmıştır. 1985 yılında Dünya Bankası desteğiyle hazırlanan "Özelleştirme Ana Planı" sonrasında, 1986 yılında 3291 sayılı Kamu İktisadi Teşebbüslerinin Özelleştirilmesi Hakkında Kanun çıkarılmıştır.

Tarımsal KİT'lerden bazıları "sırasından önce" özelleştirilmiş, bazıları ise halen özelleştirme portföyünde bulunmaktadır. Türkiye'de, bugüne değin **SEK, YEM SANAYİ, kısmen EBK, KÖYTEKS, ORÜS, TZDAŞ, TÜGSAŞ., Kütahya Şeker Fabrikası A.Ş, Adapazarı Şeker Fabrikası A.Ş, Amasya Şeker Fabrikası A.Ş ve TEKEL Alkollü İçkiler San. ve Tic. AŞ.** Özelleştirilen tarımsal KİT'lerdir.

**EBK'nin** ise önemli bir bölümünün özelleştirilmesi tamamlanmıştır. EBK yeniden Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığına bağlanarak sektörle rekabet eder hale getirilmiştir. Çaykur ve Şeker Şirketi halen özelleştirilmeyi beklemektedir.

AB Şeker Rejimi Reformu da dikkate alınarak, kamuya ait şeker fabrikalarının zaman kaybedilmeksizin, sosyal ve ekonomik mağduriyetler telafi edilmek kaydıyla, özelleştirilmesi sektörün sürdürülebilirliği açısından önemli görülmektedir.



## 11. GENEL DEĞERLENDİRME

- Gıda sanayinin sorunları hammadde işleme, üretim, kapasite, teknoloji, araştırma ve geliştirme, maliyet, sermaye ve finansman olanakları, pazarlama ve satış, kendi iç dinamiklerinden kaynaklanan konularla genel ekonomik yapı ve politikalar, özellikle de tarıma yönelik uygulamalar, bölgesel yoğunlaşma ve kuruluş yeri, pazar ve rekabet, talep yapısı, mevzuat ve denetim ile bilim kurumlarıyla işbirliği gibi daha çok makro konulardan oluşmaktadır.
- Ülkemizde sektörümüzün hammadde ihtiyacının büyük bir bölümünün karşılanmasına rağmen, üretilen hammaddelerin niteliğinde ve kalitesinde sorunlar yaşanmaktadır. Bunun yanında tarımda yaşanan alt yapı sorunları, uygulanan plansız ve programsız teşvik ve yatırımlar, kaynak israfı, atıl kapasite ve çevre sorunlarına neden olmaktadır. Tarım-sanayi entegrasyonunun olmayışı gıda sektörünün faaliyetlerini ve rekabet edebilirliğini olumsuz etkilemekte, istenen kalitede ve sürdürülebilir bir şekilde tarımsal hammaddeye ulaşılamaması Türk gıda ve içecek sanayinin en büyük sorunları arasında yer almaktadır. Sanayinin hammadde yetersizliğini çözmenin tek yolu, gerek duyulan anda, miktar, kalite ve fiyatta talebin karşılanmasıdır. Bu sorunların çözümü yönünde atılacak adımlar ile kırsal kalkınmamızın lokomotifini olan Gıda ve İçecek Sanayi'nin global pazarlarda rekabet gücü daha da artacağı gibi çiftçimiz de bugünkünden daha fazla kazanacaktır.
- İşletme içi üretim, satış, stok politika ve organizasyonları bakımından gıda sanayi, büyük ve dış pazara açılan işletmeler dışında yeterli araştırma ve geliştirme faaliyetlerinde bulunma şansına genel olarak sahip değildir. Ancak özellikle sektörün büyük bir kısmını oluşturan KOBİ'lerin AR-GE kapasitelerinin yetersiz olması, üniversite-sanayi entegrasyonunun yeterli düzeyde olmayışı ve yasal düzenlemelerden kaynaklanan sorunlar AR-GE harcamalarının artmasının önündeki temel engeller olarak karşımıza çıkmaktadır. İnovasyonu engelleyen kurallar ve uzun prosedürler değiştirilerek sektörün daha dinamik olmasının sağlanması, teknik personel yetiştirilmesi, AR-GE destek ve teşviklerinin artırılması ve AB fonlarından daha fazla pay alınması yönündeki çalışmalar ile bu konudaki engeller aşılabilecektir.
- Gıda ve içecek sanayinde çeşitli nedenlerden dolayı mevcut kapasitelerin kullanılmaması (talep yetersizliği, hammadde azlığı, üretim zincirindeki sorunlar), başta maliyet artışı olmak üzere, işgücü ve diğer verimliliğin artmasını engellemektedir. Bu durum özellikle işletmeler arası rekabette olumsuzluk yaratmaktadır.
- Türkiye'de gıda sanayi işletmelerinin çoğunun küçük ve orta ölçekli işletmelerden ibaret oluşu, teknolojik yapının modernizasyonunu etkilemektedir. Ülkemiz gıda sanayi kuruluşları, küresel ölçekte haklı yerini almak üzere pazar paylarını koruması ve artırması için ülke kaynaklarımızı etkin kullanarak pazar odaklı, gıda güvenliği ve kalitesi ilke ve prensiplerine göre üretim yapmak durumundadır. Firmalar, işyeri sorumluluklarının bilincinde asgari teknik ve hijyenik durumlarını iyileştirmeli ve markalaşmalıdır; ayrıca uluslararası kriterlere uygun, gıda güvenliği temelinde pazar hedefli ve rekabet gücünün artmasına odaklanarak profesyonelce hareket etmelidir.
- Halk sağlığına yönelik olumsuz etkileri ve kayıt altında çalışan sanayicilerin rekabet gücünü olumsuz etkilemesinin yanında vergi kaybı gibi son derece olumsuz sonuçlara neden olan kayıt dışı ise halkımız, ülkemiz ve sektörümüz açısından en büyük sorunların başında gelmektedir. Kamu yönetimi, tüketiciler, sanayiciler kısacası her kesimi yakından ilgilendiren bu sorunun çözümü ancak ve ancak kararlı politikalar ve tüm



paydaşların işbirliği ile mümkündür. Bu konuda tüketicilerimizin bilinç seviyesinin artırılması yönünde çalışmalar gerçekleştirilmeli ve resmi denetimler artırılmalıdır. Uygulanacak cezalar ise caydırıcı nitelikte olmalıdır.

- Gıda sanayi işletmelerine kalifiye işgücünü, bilim kuruluşları ve meslek kurumları (üniversiteler başta olmak üzere orta ve yüksek öğretim) yetiştirmektedir. Diğer yandan yapılan araştırmalardan bu sanayilerin yararlanması gerekmektedir. Ancak ülkemizde genel olarak yeterli miktar ve kalitede insan işgücünün verimli değerlendirildiğini söylemek zordur. Yapılan araştırma ve uygulamalarda, işletmeler ile bilim kuruluşları arasında bir eşgüdüm yeterince sağlanamamaktadır. Sanayilerin teknoloji kapasitelerinin artırılması ve bilgiden yararlanılmasının sağlanması için üniversite-sanayi işbirliğinin yaygınlaştırılması, teknoloji destek ve geliştirme merkezlerinin kurulması sağlanmalıdır.
- Türkiye’de süreklilik göstermeyen piyasa yapısı, sanayinin rekabet gücünü ve gelişmelerini olumsuz olarak etkilemektedir. Diğer yandan, işletme yapısından kaynaklanan ölçek sorunları, üretim ve pazarlama organizasyonlarındaki yetersiz gelişme, girdi fiyatlarındaki artışa bağlı olarak finansman giderlerinin yüksekliği, teknolojik yenilik ve gelişmelerin izlenememesi, sanayilerin günümüze değin süregelen temel sorunları olarak devam etmekte, bu alanda yapılan çalışmalarla sorunlar azalmaktadır.



### KAYNAKLAR

1. Competitiveness Report 2010, FOOD DRINK EUROPE
2. Çevre Raporu, 2011, TGDF
3. Çiftlikten Çatala Gıda Güvenliği Raporu, 2011, TGDF
4. Rekabet Raporu 2011, TGDF
5. Data&Trends 2010, FOOD DRINK EUROPE
6. Dokuzuncu Kalkınma Planı 2007-2013
7. FAO [www.fao.org](http://www.fao.org)
8. Global Commodity Markets Report, 2010, THE WORLD BANK
9. Kayıt Dışı Ekonomiyle Mücadele Stratejisi Eylem Planı 2008-2010, GELİR İDARESİ BAŞKANLIĞI
10. Main Science and Technology Indicators, 2011/1, OECD
11. OECD [www.oecd.org](http://www.oecd.org)
12. Sanayi Strateji Belgesi 2011-2014, T.C BİLİM, SANAYİ VE TEKNOLOJİ BAKANLIĞI
13. Sektörel İnceleme Çalışmaları, 2011, TÜRKİYE TEKNOLOJİ GELİŞTİRME VAKFI
14. T.C. EKONOMİ BAKANLIĞI [www.ekonomi.gov.tr](http://www.ekonomi.gov.tr)
15. T.C. GIDA, TARIM VE HAYVANCILIK BAKANLIĞI [www.tarim.gov.tr](http://www.tarim.gov.tr)
16. The Global Competitiveness Report 2011-2012, WORLD ECONOMIC FORUM
17. THE WORLD BANK [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)
18. Türk Gıda ve İçecek Sanayi 2010 Envanteri, TGDF
19. Türkiye Hızlı Tüketim Ürünleri Perakendeciliği Sektör İncelemesi Ön Raporu, 2011, REKABET KURUMU
20. TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU [www.tuik.gov.tr](http://www.tuik.gov.tr)
21. Türkiye Sanayine Sektörel Bakış, 2008, TÜSİAD
22. Türkiye’de Tarım ve Gıda: Gelişmeler, Politikalar ve Öneriler, 2008, TÜSİAD



## ALT SEKTÖRLER

### KIRMIZI ET SEKTÖRÜ

#### GİRİŞ

#### 1.TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

##### 1.1.Endüstri Yapısı

##### 1.1.1. İşletme Sayısı

TÜİK verilerine göre kırmızı et sektöründeki işletme sayıları Çizelge 1’de verilmektedir.

**Çizelge 1: Türkiye’deki Kırmızı Et İşleme Tesisleri (adet)**

	2006	2007	2008
Et imalatı ve muhafazası	151	164	210
Et ve kümes hayvanı et ürünlerinin imalatı	275	209	216

**Kaynak:** TGDF 2010 yılı envanteri

##### 1.1.2. Ekonomide Yaratılan Katma Değer

TÜİK’in verilerine göre et ürünü imal eden işletmelerin yarattığı katma değer aşağıda verilmektedir:

- 2006 yılında 421 milyon TL,
- 2007 yılında 519 milyon TL,
- 2008 yılında 550 milyon TL,
- 2009 yılında 595 milyon TL.

TÜİK verilerine göre sakatat üretimi yapan işletmelerin yarattığı katma değer aşağıda verilmektedir:

- 2006 yılında 74 milyon TL,
- 2007 yılında 63 milyon TL,
- 2008 yılında 57 milyon TL,
- 2009 yılında 61 milyon TL.

2010 yılı verilerine ulaşamamıştır.

#### 1.2.Üretim

##### 1.2.1. Ürün Bazında Üretim

Türkiye’de kayıt dışı %40 olduğu için, analiz yaparken resmi istatistiklerin yanı sıra farklı metotların kullanılması gerekmektedir.

Çizelge 2’de Türkiye’de tüketilebilecek kırmızı et kaynağı olan hayvan varlığı toplamda 40 837 450 adet olarak gösterilmekte olup bunun içerisinde 11 454 526 adet büyükbaş, 29 382 924 adet küçükbaş hayvan olduğu görülmektedir. 1990’lı yıllardan itibaren küçükbaş hayvan varlığında ciddi bir azalma meydana gelmiştir. Bu sektör için ihracat pazarlarında ülkemizin pazar payı edinebileceği sektör küçükbaş hayvancılıktır. Küçükbaş hayvancılığı teşvik etmek amacıyla destekler verilmelidir. Küçükbaş hayvan sayılarının artırılması için yapılması gereken; Doğu ve Güneydoğu Anadolu meralarında terörün önlenmesi ile emniyet tedbirlerinin yumuşatılması ve mera kullanımının artırılmasıdır. Türkiye’de küçükbaş hayvan ithalatının açılmış olmasıyla küçükbaş hayvancılığın sıkıntıda olduğu ve desteklenmesi gerektiği aşınadır.

Çizelge 2: Tür ve ırklarına göre hayvan sayıları

Hayvan türleri	2009			2010			Değişim (%)
	Sayı (Baş)	Büyükbaş, küçükbaş ve diğer hayvan sayıları içerisindeki pay (%)	Toplam hayvan sayısı içerisindeki pay (%)	Sayı (Baş)	Büyükbaş, küçükbaş ve diğer hayvan sayıları içerisindeki pay (%)	Toplam hayvan sayısı içerisindeki pay (%)	
<b>TOPLAM</b>	38144378		100	41 254 569			
<b>Büyükbaş</b>	10811165	100	28,34	11 454 526	100	27,77	6
<b>Sığır</b>	10723958	99,19	28,11	11 369 800	99,26	27,56	6
Kültür	3723583	34,72	9,76	4 197 890	36,92	10,18	12,7
Kültür melezi	4406041	41,09	11,55	4 707 188	41,40	11,41	6,8
Yerli	2594334	24,19	6,80	2 464 722	21,68	5,97	-5,0
<b>Manda</b>	87207	0,81	0,23	84 726	0,74	0,21	-2,8
<b>Küçükbaş</b>	26877793	100	70,46	29 382 924	100	71,22	9,3
<b>Koyun</b>	21749508	80,92	57,02	23 089 691	78,58	55,97	6,2
Merinos	1027583	4,72	2,69	1 086 392	4,71	2,63	5,7
Yerli	20721905	95,28	54,32	22 003 299	95,29	53,34	6,2
<b>Keçi</b>	5128285	19,08	13,44	6 293 233	21,42	15,25	22,7
Kıl keçisi	4981299	97,13	13,06	6 140 627	97,58	14,88	23,3
Tiftik keçisi	146986	2,87	0,39	152 606	2,42	0,37	3,8

**Kaynak:** TÜİK

Doğu ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde büyükbaş hayvan besicilik faaliyetleri yapılamadığı için kırmızı et üretim faaliyetlerine eğilim olmalıdır. Büyükbaş hayvan üretim merkezleri yaratılmalıdır.

Genotip araştırmalarında; kasaplık güç değerleri: sığır için %22, koyun için %43, keçi için %40, tiftik keçisi için ise %34’tür. Ortalama sığır kasaplık gücü %27’dir. Yurt dışı genotiplerin karkas ağırlıkları, sığırlarda; kültür 280 kg, kültür melezi 195 kg, yerli ırk 150 kg, manda 160 kg, küçükbaş hayvanda ise 18kg’dır. Yapılan hesaplamalar sonucunda karkas üretimi ortaya çıkmaktadır.

Hayvan varlığından giderek; ortalama karkas ağırlıkları göz önüne alınarak, kasaplık güç oranıyla çarpılmasıyla ortalama üretim rakamı toplam ortalama 833 454 174 t olarak belirlenmektedir.



**Çizelge 3: 01.09.2010 – 01.11.2011 tarihleri arası gerçekleşen ithalat rakamları:**

KASAPLIK SIĞIR İTHALATI	KONTROL BELGESİ	ÖZEL SEKTÖR	EBK	TOPLAM	MİKTAR
Düzenlenen kontrol belgesindeki hayvan sayısı	478	689.854	183.673	873.527	BAŞ
Fiili ithalatı gerçekleşen		161.055	141.184	302.239	BAŞ
<b>BESİSİLİK SIĞIR</b>					
Düzenlenen kontrol belgesindeki hayvan sayısı	1.099	1.040.981	31.097	1.072.078	BAŞ
Fiili ithalatı gerçekleşen		361.078	14.029	375.107	BAŞ
<b>KASAPLIK KOYUN</b>					
Düzenlenen kontrol belgesindeki hayvan sayısı	310	4.362.466		4.362.466	BAŞ
Fiili ithalatı gerçekleşen		1.205.311		1.205.311	BAŞ
<b>BESİLİK KOYUN</b>					
Düzenlenen kontrol belgesindeki hayvan sayısı	137	962.085		962.085	BAŞ
Fiili ithalatı gerçekleşen		385.939		385.939	BAŞ
<b>SIĞIR KARKAS ET</b>					
Düzenlenen kontrol belgesindeki hayvan sayısı	2.120	1.430.824	25.776	1.456.600	TON
Fiili ithalatı gerçekleşen		156.236	8.996	165.232	TON
<b>KURBANLIK SIĞIR</b>					
Düzenlenen kontrol belgesindeki hayvan sayısı	17	15.399	13.500	28.899	BAŞ
Fiili ithalatı gerçekleşen		5.432	11.174	16.606	BAŞ
<b>KURBANLIK KOYUN</b>					
Düzenlenen kontrol belgesindeki hayvan sayısı	29	194.270	0	194.270	BAŞ
Fiili gerçekleşen		53.693		53.693	BAŞ

**Kaynak:** Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı

Çizelge 3’de büyükbaş ve küçükbaş hayvanlar için ithalat bilgileri verilmektedir. İthalatın fiilen başladığı tarih 01.09.2010’dur. Elimizdeki veriler 01.09.2010 – 01.11.2011 tarihleri arasında kapsayacak şekilde 14 aylık zaman aralığında gerçekleştirilen ithalat rakamlarıdır. Bu 14 aylık süreçte ithal edilen küçükbaş ve büyükbaş canlı hayvan sayılarından hesaplanarak bulunan karkas et miktarı 413 bin ton’dur. Karkas et olarak yapılan ithalat ise 165 232 t olarak tabloda görülmektedir. Toplam ithal et miktarını bulmak için rakamların karkas et miktarına dönüştürülmesi gerekmektedir. İthal edilen büyükbaş hayvan ortalama ağırlıkları 295 – 300 kg, koyun 18-19 kg’dır.





### 2010 yılında endüstri tarafından üretilen kırmızı et rakamları

- Toplam Kırmızı Et: 780.718 t
  - Sığır Eti: 618.584 t
  - Koyun Eti: 135.687 t
  - Keçi Eti: 23.060 t
  - Manda Eti: 3.387 t
- Kaynak: TÜİK

Çizelge 4 ve 5’de Türkiye’nin 2006-2011 yıllarında üretilen kırmızı et miktarı verilmektedir. TÜİK üretim verileri incelendiğinde 2010 yılında 780.710 ton toplam kırmızı et üretimi gerçekleştirildiği görülmektedir.

Türkiye’deki et üretiminin TÜİK’in verilerine göre, 1.09.2010 – 01.11.2011 tarihleri arasındaki 14 aylık süreçte ortalama 883.167 ton olduğu bilinmektedir. Bu rakam içerisinde Türkiye’de üretilen ve ithal edilen canlı hayvanların, kesimhanelerden alınan raporlar sonucu elde edilen et üretim değerleri yer almaktadır. Bunun üzerine ithal edilen karkas et miktarı, 165.232 ton ilave edildiğinde toplam rakam 1049 bin ton olmaktadır. Bu rakam 14 aylık süreci kapsadığından bunu yıllık bazda ele aldığımızda ortalama 910 bin tona tekabül etmekte ve bu bizim tüketim rakamımızı vermektedir.

Türkiye’de yıllık tüketilen et miktarının ortalama 1150 ton olduğu hesaplanmaktadır. Hesaplamalar sonucu elde edilen yıllık et tüketim 910 bin ton olarak belirlenmiştir. Aradaki farkın Türkiye’ye giren kaçak et miktarı olduğu görülmektedir.

TÜİK verilerine göre 14 aylık toplam kırmızı et üretim miktarı, ithal edilen miktara oranlandığında %39,4 ithalat payı çıkmaktadır. Bu rakamın oldukça fazla olduğu görülmektedir.

Bir ülkenin temel gıda maddesi olan kırmızı ette yurt dışına bu kadar bağımlı olmaması gerekmektedir. Bu bağımlılığın kalkması için kırmızı et üretiminin artırılması ve bu süreç içinde uzun vadeli önlemlerin alınması gereklidir.

Türkiye’nin yıllık tüketilen toplam kırmızı et miktarı 1150 ton’dan hesaplamalar sonucu elde edilen toplam tüketim miktarı 910 bin ton çıkarıldığında yılda 240 ton kaçak etin ülkemize giriş yaptığı görülmektedir. Sonuç olarak kayıt dışı oranı %26 olarak belirlenmektedir.

### 2011 yılının ilk 10 aylık süresince endüstri tarafından üretilen kırmızı et rakamları

- TOPLAM KIRMIZI ET: 560.120 t
- SIĞIR ETİ: 471.031 t
- KOYUN ETİ: 73.717 t
- KEÇİ ETİ: 14.060 t
- MANDA ETİ: 1.312 t

Kaynak: TÜİK



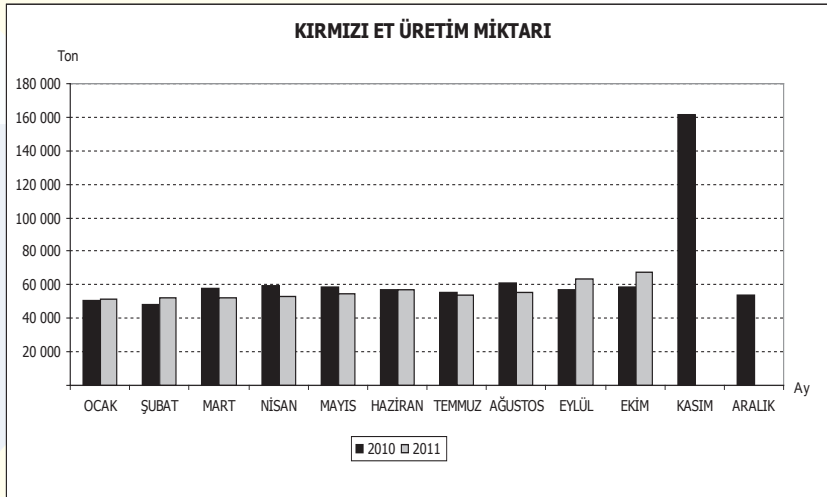
**Çizelge 4: 2006- 2009 yılları arasında Türkiye Kırmızı Et Üretimi**

YILLAR	Büyükbaş Et toplam (ton)	Küçükbaş Et toplam (ton)
2006	342,480	96,032
2007	370,809	141,659
2008	316,546	110,490
2009	291,846	86,308

**Kaynak: TÜİK**

Çizelge 5’de 2010 ve 2011 yıllarında aylık bazda et üretim rakamları verilmektedir. En fazla üretim Kurban Bayramında içinde olduğu Kasım/2010 ayında gerçekleşmiştir.

**Çizelge 5: 2010- 2011 yılları arasında Türkiye Kırmızı Et Üretimi**



**Kaynak: TÜİK**

Çizelge 6’da ürün bazında üretim rakamları verilmektedir Buna göre en fazla üretim sığır ve dana etine ilişkin hazır ürünler olmaktadır.



Çizelge 6: Ürün Bazında Üretim

Yıl	Ürün kodu	Ürün adı	Üretim Miktarı (kg)
2006	151311	Tuzlanmış, kurutulmuş, tütsülenmiş veya salamura yapılmış et ve yenilebilir sakatat, yenilebilir et ve sakatat unları ile tozları	104.526
	1513121502	Salam - (karaciğerden yapılmış olanlar ve domuz etinden olanlar hariç)	20.662.259
	1513121505	Sosisler, sucuklar, salamlar, jambonlar (domuz etinden olanlar) - (karaciğerden yapılmış olanlar hariç)	576.294
	1513121506	Diğer - sosisler - sucuklar - salamlar - jambonlar (karaciğerden yapılmış olanlar hariç) (pasturma dahil)	4.974.886
	1513126000	Sığır ve dana etine ilişkin hazır ürünler (hamburger, inegöl köfte, kavurma vb.)	30.126.378
2007	151311	Tuzlanmış, kurutulmuş, tütsülenmiş veya salamura yapılmış et ve yenilebilir sakatat, yenilebilir et ve sakatat unları ile tozları	73.342
	1513121502	Salam - (karaciğerden yapılmış olanlar ve domuz etinden olanlar hariç)	21.301.132
	1513121506	Diğer - sosisler - sucuklar - salamlar - jambonlar (karaciğerden yapılmış olanlar hariç) (pasturma dahil)	5.417.550
	1513126000	Sığır ve dana etine ilişkin hazır ürünler (hamburger, inegöl köfte, kavurma vb.)	37.058.335
2008	151311	Tuzlanmış, kurutulmuş, tütsülenmiş veya salamura yapılmış et ve yenilebilir sakatat, yenilebilir et ve sakatat unları ile tozları	57.385
	1513121502	Salam - (karaciğerden yapılmış olanlar ve domuz etinden olanlar hariç)	23.462.747
	1513121506	Diğer - sosisler - sucuklar - salamlar - jambonlar (karaciğerden yapılmış olanlar hariç) (pasturma dahil)	7.088.246
	1513126000	Sığır ve dana etine ilişkin hazır ürünler (hamburger, inegöl köfte, kavurma vb.)	32.947.878
2009	151311	Tuzlanmış, kurutulmuş, tütsülenmiş veya salamura yapılmış et ve yenilebilir sakatat, yenilebilir et ve sakatat unları ile tozları	68.244
	1513121502	Salam - (karaciğerden yapılmış olanlar ve domuz etinden olanlar hariç)	22.364.384
	1513121506	Diğer - sosisler - sucuklar - salamlar - jambonlar (karaciğerden yapılmış olanlar hariç) (pasturma dahil)	8.599.958
	1513126000	Sığır ve dana etine ilişkin hazır ürünler (hamburger, inegöl köfte, kavurma vb.)	34.461.460

Kaynak: TÜİK

### 1.3.Tüketim

#### 1.3.1.Ürün Bazında Tüketim Değerleri

Ülkemizde yıllık kişi başı et tüketimi:

Dünyada kişi başı sığır ve dana eti tüketimi en fazla Arjantin'de olup ülkemizde kişi başı kırmızı et tüketimi, üretim miktarının nüfusa oranlaması ile aşağıdaki gibi hesaplanmaktadır (Çizelge. 7).

Sığır-Dana eti: 10 kg
Koyun-keçi eti: 2 kg
TOPLAM: 12 kg



Çizelge 7: Dünyada Kişi Başı Sığır ve Dana Eti Tüketimi

Kişi Başı Sığır ve dana eti tüketimi	2009	2010	2011	2012	2013
Arjantin	63,9	60,4	59,8	59,6	59,6
Avustralya	34,6	34,6	34,2	34,1	34,1
Brezilya	41	40,8	40,8	40,8	40,9
AB	16,9	16,9	16,9	16,9	16,9
Diğer Doğu Avrupa Ülkeleri	5	5	5	5	5,1
Güney Afrika	14	14,1	14,2	14,6	15
Rusya	14,1	14,6	14,5	14,6	14,7
Ukrayna	9	8,6	8,8	9	9,1
ABD	39,8	38,6	37,9	37,2	36,8

Kaynak: FAPRI Outlook 2010

#### 1.4.Dış Ticaret

##### 1.4.1. İthalat – İhracat

Çizelge 8: Canlı Hayvan ithalat/ihracatı

Yıl	HS6 adı	İhracat (KG)	İhracat (BAŞ)	İthalat (KG)	İthalat (BAŞ)	İhracat Dolar	İthalat Dolar
2006	Sığır (damızlık)	0	0	257.560	483	0	1.165.806
	Koyun	1.610.912	32.19	0	0	3.720.426	0
2007	Sığır (damızlık)	0	0	1.031.129	3.854	0	6.625.418
	Sığır (damızlık)	0	0	2.275.614	5.393	0	16.417.761
2008	Koyun	1.810.830	37.35	0	0	5.174.172	0
	Sığır (damızlık)	0	0	1.919.200	4.010	0	13.306.818
2009	Koyun	4.363.710	80.75	0	0	12.658.578	0
	Keçi	0	0	4.800	55	0	122.702
2010	Sığır (damızlık)	0	0	9.150.941	19.928	0	65.544.857
	Sığır (damızlık olmayanlar)	412	74	54.486.17	120.021	3.030	208.210.314
	Koyun	0	0	9.963.570	234.819	0	26.767.617
	Keçi	0	0	7.100	155	0	152.315



Çizelge 9: Kırmızı et ithalat/ihracatı

Yıl	HS6 adı	İhracat (KG)	İthalat (KG)	İhracat Dolar	İthalat Dolar
2006	Siğir eti; karkas, yarım karkas (taze/soğutulmuş)	2.889	0	18.056	0
	Siğir eti; diğer kemikli parçalar (taze/soğutulmuş)	4.638	0	31.884	0
	Siğir eti; kemiksiz (taze/soğutulmuş)	6.630	0	57.482	0
	Siğir eti; karkas, yarım karkas (dondurulmuş)	4.545	0	32.554	0
	Siğir eti; diğer kemikli parçalar (dondurulmuş)	400	0	6.080	0
	Siğir eti; kemiksiz (dondurulmuş)	2.500	0	21.390	0
	Kuzu eti; karkas ve yarım karkas (taze/soğutulmuş)	4.380	0	34.857	0
	Koyun eti; kemiksiz (taze/soğutulmuş)	133	0	910	0
	Kuzuların karkas ve yarı karkasları (dondurulmuş)	6.300	0	44.633	0
	Koyun eti; kemikli (dondurulmuş)	2.290	0	26.620	0
	Koyun eti; kemiksiz (dondurulmuş)	2.604	0	20.943	0
	Siğir etleri (tuzlanmış/salamura/kurutulmuş/tütsü)	365	0	7.427	0
	Etten, sakatattan/kandan yapılmış sosisler vb. ürünler	661.781	45.399	2.625.487	74.097
	Hazırlanmış/konserve edilmiş et, sakatat/kan; homojenize	42.204	0	152.915	0
	Siğir cinsi hayvanlardan hazırlanmış madde ve konserveler	185.069	0	928.043	0
2007	Siğir eti; karkas, yarım karkas (taze/soğutulmuş)	69.273	0	490.709	0
	Siğir eti; diğer kemikli parçalar (taze/soğutulmuş)	31.026	0	241.298	0
	Siğir eti; diğer kemikli parçalar (dondurulmuş)	22.655	0	119.154	0
	Siğir eti; kemiksiz (dondurulmuş)	60.825	0	117.971	0
	Kuzu eti; karkas ve yarım karkas (taze/soğutulmuş)	19.125	0	149.603	0
	Koyun eti; kemikli (taze/soğutulmuş)	210	0	1.283	0
	Koyun eti; kemiksiz (taze/soğutulmuş)	302	0	2.135	0
	Kuzuların karkas ve yarı karkasları (dondurulmuş)	3.580	0	29.714	0
	Koyun eti; kemiksiz (dondurulmuş)	168.580	0	180.588	0
	Keçi eti	500	0	6.175	0
	Siğir etleri (tuzlanmış/salamura/kurutulmuş/tütsü)	364	0	10.707	0
	Etten, sakatattan/kandan yapılmış sosisler vb. ürünler	874.224	78.033	3.355.158	118.421
	Hazırlanmış/konserve edilmiş et, sakatat/kan; homojenize	16.449	0	75.787	0
	Siğir cinsi hayvanlardan hazırlanmış madde ve konserveler	82.414	16.934	732.843	61.741
2008	Siğir eti; karkas, yarım karkas (taze/soğutulmuş)	7.040	0	51.088	0

TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ  
TÜRKİYE GIDA SANAYİ VE TÜRKİYE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ



	Sığır eti; diğer kemikli parçalar (taze/soğutulmuş)	5.703	0	47.604	0
	Sığır eti; karkas, yarım karkas (dondurulmuş)	236.433	0	980.741	0
	Sığır eti; diğer kemikli parçalar (dondurulmuş)	513	0	6.034	0
	Sığır eti; kemiksiz (dondurulmuş)	16.616	0	183.901	0
	Kuzu eti; karkas ve yarım karkas (taze/soğutulmuş)	9.170	0	77.289	0
	Koyun eti; kemikli (taze/soğutulmuş)	1.600	0	11.481	0
	Koyun eti; kemiksiz (taze/soğutulmuş)	785	0	4.406	0
	Kuzuların karkas ve yarı karkasları (dondurulmuş)	2.172	0	15.807	0
	Koyun eti; kemikli (dondurulmuş)	3.000	0	29.504	0
	Koyun eti; kemiksiz (dondurulmuş)	1.005	0	13.061	0
	Sığır etleri (tuzlanmış/salamura/kurutulmuş/tütsü)	1.902	0	20.159	0
	Etten, sakatattan/kandan yapılmış sosisler vb. ürünler	1.067.746	88.505	4.698.838	156.691
	Hazırlanmış/konserve edilmiş et, sakatat/kan; homojenize	23.923	0	117.616	0
	Sığır cinsi hayvanlardan hazırlanmış madde ve konserveler	167.650	0	1.331.006	0
2009	Sığır eti; karkas, yarım karkas (taze/soğutulmuş)	13.988	0	135.528	0
	Sığır eti; diğer kemikli parçalar (taze/soğutulmuş)	8.584	0	72.915	0
	Sığır eti; kemiksiz (taze/soğutulmuş)	13.991	0	115.764	0
	Sığır eti; diğer kemikli parçalar (dondurulmuş)	12.211	0	126.025	0
	Sığır eti; kemiksiz (dondurulmuş)	12.652	0	154.424	0
	Koyun eti; kemiksiz (taze/soğutulmuş)	2.522	0	18.561	0
	Koyun eti; kemikli (dondurulmuş)	1.969	0	25.391	0
	Koyun eti; kemiksiz (dondurulmuş)	844	0	6.357	0
	Sığır etleri (tuzlanmış/salamura/kurutulmuş/tütsü)	4.395	0	65.078	0
	Etten, sakatattan/kandan yapılmış sosisler vb. ürünler	3.319.770	110.116	8.106.110	121.869
	Hazırlanmış/konserve edilmiş et, sakatat/kan; homojenize	18.161	0	64.357	0
	Sığır cinsi hayvanlardan hazırlanmış madde ve konserveler	160.888	0	1.281.151	0
2010	Sığır eti; karkas, yarım karkas (taze/soğutulmuş)	12.730	308.577	144.199	1.731.523
	Sığır eti; diğer kemikli parçalar (taze/soğutulmuş)	4.668	46.461.071	40.851	228.521.336
	Sığır eti; kemiksiz (taze/soğutulmuş)	22.831	0	343.737	0
	Sığır eti; diğer kemikli parçalar (dondurulmuş)	3.630	3.887.866	51.859	19.003.972
	Sığır eti; kemiksiz (dondurulmuş)	22.247	0	260.201	0
	Kuzu eti; karkas ve yarım karkas (taze/soğutulmuş)	510	0	1.839	0
	Koyun eti; kemiksiz (taze/soğutulmuş)	571	0	5.200	0
	Koyun eti; karkas ve yarı karkasları (dondurulmuş)	470	0	7.000	0



## TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

	Koyun eti; kemikli (dondurulmuş)	1.421	0	20.201	0
	Koyun eti; kemiksiz (dondurulmuş)	100	0	1.066	0
	Siğir etleri (tuzlanmış/salamura/kurutulmuş/tütsü)	827	0	17.957	0
	Etten, sakatattan/kandan yapılmış sosisler vb. ürünler	9.389.593	135.083	16.881.479	218.711
	Hazırlanmış/konserve edilmiş et, sakatat/kan; homojenize	250	0	3.100	0
	Siğir cinsi hayvanlardan hazırlanmış madde ve konserveler	262.236	30.570	1.696.416	259.097

**Çizelge 10: Sakatat Dış Ticareti**

Yıl	HS6 Adı	İhracat (KG)	İthalat (KG)	İhracat Dolar	İthalat Dolar
2006	20610 Siğir sakatata (taze/soğutulmuş)	2.706	0	18.558	0
	20622 Siğir karaciğeri (dondurulmuş)	984	0	5.512	0
	20629 Siğir sakatata; diğer (dondurulmuş)	24.746	0	33.170	0
2007	20610 Siğir sakatata (taze/soğutulmuş)	500	0	3.463	0
	20621 Siğir dili (dondurulmuş)	5	0	123	0
	20622 Siğir karaciğeri (dondurulmuş)	2.500	0	17.250	0
	20629 Siğir sakatata; diğer (dondurulmuş)	65.205	0	78.063	0
	20 680 Diğer hayvanların diğer sakatata (taze/soğutulmuş)	350	0	1.605	0
	20690 Diğer hayvanların diğer sakatata (dondurulmuş)	3.625	0	9.058	0
2008	20622 Siğir karaciğeri (dondurulmuş)	1.000	0	7.516	0
	20629 Siğir sakatata; diğer (dondurulmuş)	45.401	0	72.396	0
	20690 Diğer hayvanların diğer sakatata (dondurulmuş)	2.600	0	5.044	0



2009	20622 Sığır karaciğeri (dondurulmuş)	270	0	1.196	0
	20629 Sığır sakatları; diğer (dondurulmuş)	350.184	0	687.881	0
	20690 Diğer hayvanların diğer sakatları (dondurulmuş)	234.279	0	474.310	0
2010	20622 Sığır karaciğeri (dondurulmuş)	889	0	8.611	0
	20629 Sığır sakatları; diğer (dondurulmuş)	54.386	0	122.555	0
	20690 Diğer hayvanların diğer sakatları (dondurulmuş)	575.387	0	1.224.245	0

Kaynak: TÜİK

Çizelge 8,9 ve 10'da Türkiye'nin 2006-2010 yılları arasında canlı hayvan, kırmızı et, ve sakatat ithalat ve ihracat rakamları verilmektedir.

#### 1.4.2.Dış Ticaret Dengesi

Kırmızı et, et ürünleri ve sakatat dış ticaret dengesine ilişkin bilgiler aşağıda yer almaktadır.

**Çizelge 11: Kırmızı Et İthalat/İhracat Dengesi**

YILLAR	Kırmızı Et İhracat Miktar (kg)	Kırmızı Et İthalat Miktar	Kırmızı Et İhracat Dolar	Kırmızı Et İthalat Dolar
2006	37 309	0	295 409	0
2007	376 076	0	1 338 630	0
2008	284 037	0	1 420 916	0
2009	66 761	0	654 965	0
2010	69 178	0	876 153	0

Kaynak: TÜİK

**Çizelge 12: Kırmızı Et Ürünü İthalat/İhracat Dengesi**

YILLAR	Et Ürünü İhracat Miktar (kg)	Et Ürünü İthalat Miktar (kg)	Et Ürünü İhracat US Dolar	Et Ürünü İthalat US Dolar
2006	889 419	45 399	3 713 872	74 097
2007	973 451	94 967	4 174 495	180 162
2008	1 261 221	88 505	6 167 619	156 691
2009	3 503 214	110 116	9 516 696	121 869
2010	9 652 906	165 653	18 598 952	477 808

Kaynak: TÜİK





**Çizelge 13: Sakatat İhracat/İthalat Dengesi**

YILLAR	Sakatat İhracat Miktar (kg)	Sakatat İthalat Miktar (kg)	Sakatat İhracat Dolar	Sakatat İthalat Dolar
2006	28 436	0	57 240	0
2007	72 185	0	109 562	0
2008	49 001	0	86152	0
2009	584 733	0	1163387	0
2010	630 662	0	1 355 461	0

**Kaynak:** TÜİK

Çizelge 11,12,13'de kırmızı et ve et ürünü ile sakatat ihracat ve ithalat dengesi verilmektedir.

### 1.5.İstihdam

TÜİK verilerine göre et ve et ürünleri istihdam bilgileri aşağıda verilmektedir (Çizelge 14).

**Çizelge 14: Et İmalatı ve Muhafazasında İstihdam.**

	2006	2007	2008
<b>Et İmalatı ve muhafazası</b>	3848	3771	3733
<b>Et ve kümes hayvanı et ürünlerinin imalatı</b>	8110	6654	7194

**Kaynak:** TÜİK

2009 ve 2010 yıllarına ilişkin veri bulunmamaktadır.

## 2. SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ

### 2.1 Et ve et ürünleri sanayisinin güçlü yönleri

- Yurtiçi et pazarının oldukça geniş ve önemli ölçüde büyüme gösterebilmesi,
- Tedarik, üretim ve pazarlama programlarının belli olması, ağlarını kurmuş işletmelerin varlığı,
- Teknolojik bakımdan genç ve modern tesislere sahip olması,
- Hayvancılık üretimi alanında oldukça iyi bir potansiyele sahip olması,
- Hayvancılık üretim sisteminde uzun bir geçmişe sahip olması,
- Modern işletmelerdeki yetişmiş iş gücü,
- Uluslararası sektör kuruluşlarıyla ilişkiler,
- Kamu-sektör iş birliği,
- Endüstrinin örgütlenmiş olması.



## 2.2 Et ve et ürünleri sanayisinin zayıf yönleri

- Kaliteli, sürekli ve yeterli hammadde temininde yaşanan sorunlar,
- Denetim yetersizliği,
- Kayıt dışı üretim,
- Kayıtlı kayıt dışı üretim,
- Gıda güvenliği ve kalitesi ile ilgili sorunlar,
- Tüketim alışkanlıkları,
- AB Mevzuatına uyumlu mevzuatın uygulanabilmesi için gerekli altyapının bulunmaması,
- Yetersiz istatistiksel veri,
- Büyükbaş hayvan sayısının azlığı – hammadde sıkıntısı,
- Hayvanın kalitesi – etçi ırk veya kombine ırk olması,
- Hayvan hastalıkları,
- Hayvan refahı ve hijyeni,
- Hayvan nakillerinde yaşanan sıkıntılar,
- Maliyet – yem, besi, enerji.

Hayvancılığın temel girdisi olan yem fiyatlarının yüksek olması, kırmızı et üretim maliyetlerini yükseltmekte, bununla birlikte son ürün kırmızı et fiyatlarında da yükselme yaşanmaktadır. 2013 yılında biyoyakıt kullanımının başlaması ile yem fiyatlarının daha da artacağı öngörülmektedir.

## 2.3 Et ve et ürünleri sanayisi için tehditler

- Yüksek orandaki kayıt dışılık,
- Hayvan hastalıkları ve bunlarla mücadelede yetersiz kalınması,
- Taklit ve tağşiş ürünlerin çokluğu,
- Veri eksikliği,
- Et ürünleri kesimi yapan ve işleyen işletmelerin çoğunluğunun küçük ölçekli olması,
- Endüstrinin çoğunluğunun küçük ölçekli işletmelerden oluşması,
- Küçük ölçekli işletmelerdeki sermaye yetersizliği,
- Küçük ölçekli işletmelerdeki yetişmiş iş gücü ve teknik bilgi eksikliği,
- Gıda güvenliği denetimlerinin yetersizliği,
- Üretim, fiyat ve tüketimde görülen istikrarsızlıklar,
- Hayvancılık faaliyetlerinin çevreye olan etkileri,
- Ulusal ve uluslararası rekabette yaşanan zorluklar,
- Artan yatırımların getirdiği rekabet zorlukları,
- Hammadde fiyatlarının yüksek oluşu.

## 2.4 Et ve et ürünleri sanayisinin önündeki fırsatlar

- Ülkemizin stratejik coğrafi konumu ve pazarlara yakınlığı,
- Ekolojik koşulların çeşitliliği, zengin tarımsal kaynakları,
- Teknolojik yeterliliği,
- Kapasite yeterliliği,



- Sermaye birikimi,
- Güçlü sanayi, makine parkı ve bilgi birikimi,
- Tüketim taleplerindeki değişimlere bağlı olarak ürün çeşitliliğinin giderek artması,
- Yeniliklere açık genç ve dinamik işgücü,
- Sektörün sürekli gelişen yapısı,
- Firmaların pazar payını artırma çabaları,
- Artan kişi başına gelir düzeyi,
- Et ve et ürünleri endüstrisine yapılan yatırımlar.

### 3. YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR

#### 3.1. Genel Teşvik Sistemi ve Uygulamaları

- “Dünya Bankası, Türkiye Gıda Güvenliği Programlı Teknik Yardımı – Gıda İşletmelerinin Modernizasyonu”,
- “AB Katılım Öncesi Yardım Aracı Kırsal Kalkınma (IPARD) Programı” kapsamında verilen destekler,
- AB,
- Ekonomi Bakanlığı,
- Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı,
- TÜBİTAK,
- Maliye Bakanlığı,
- Kalkınma Ajansları tarafından verilen iç ve dış kaynaklı destekler,
- Ekonomi Bakanlığı,
- Ziraat Bankası,
- Kültür ve Turizm Bakanlığı,
- KOSGEB.

#### 3.2. Teşvik Belgeli Yatırımlara Sağlanacak Destek Unsurları

- KDV istisnası
- Gümrük vergisi muafiyeti
- Faiz desteği
- Sigorta primi işveren hissesi desteği
- Kurumlar/gelir vergisi indirimi
- Yatırım yeri tahsisi

#### 3.3. Genel Teşvik Sistemi ile İlgili Uygulama Bilgileri

Türkiye’de bölgeler itibariyle teşvikler ayrılmalı, bölgesel farklılıklar yaratılmalıdır. Öncelikle yeni yatırımlar yerine, var olan tesisler modernize edilmelidir. Teşviklerin tek kalemde ödenmesinin sektör açısından yarar sağlayacağı düşünülmektedir. Hayvancılığın desteklenmesi aşamasında verilen “0” faizli krediler ise son derece önem arz etmektedir.

Teşvik kavramı, belirli ekonomik ve sosyal faaliyetlerin diğerlerine oranla daha fazla ve hızlı gelişmesini sağlamak amacıyla, kamu tarafından çeşitli yöntemlerle verilen maddi veya gayri maddi destek, yardım ve özendirme olarak tanımlanmaktadır.



Tüm ülkelerce değişik amaçlarla uygulanan ve temelde ülkedeki ekonomik ve sosyal sorunların giderilmesini hedef alan devlet yardımları, kamunun piyasa mekanizmasına müdahale araçlarının en önemli öncelikli unsurlarından birisidir. Uygulama amacı itibarıyla, kullanılan enstrümanlar ve yöntem göz önüne alındığında, gelişmelere hızla adapte edilebilen dinamik bir müdahale aracı olması bakımından, devlet yardımları ekonomik ve sosyal sorunların çözümünde önemli bir konuma gelmiştir.

Proje çağrıları, yeni kurulacak işletmelerde, işletmelerin modernizasyonundan pazarlamaya, eğitimden çevre uygulamalarına, sağlıktan enerjiye kadar çok geniş alanları kapsamaktadır. Yapılan çağrılarda, uygulama bölge ve alanları, hibe ve kredi durumları, uygulama yöntemleri gibi konular teşvik verecek kurum tarafından tespit ve ilan edilmektedir.

### 3.4. KOBİ Teşvik Sistemi ve Uygulamaları

Genel Teşvik Sistemi ağırlıklı olarak KOBİ'lere yöneliktir. Ancak özellikle AB ve Dünya Bankası kaynaklı teşvikler KOBİ'ler için ağır şartlar içermektedir.

Son yıllarda, işletmelere verilen teşviklerin yanı sıra Sivil Toplum Kuruluşlarının organizasyonunda yapılan projelere de ağırlık verilmeye başlanmıştır. Bu uygulama, sektörlerin bir bütün olarak kalkındırılması ve özellikle KOBİ'lerin karmaşık teşvik sistemlerinden yeteri kadar faydalanabilmesi için son derece önemlidir. Yine bu uygulama ile kaynaklar daha verimli kullanılabilenmekte, aynı kaynaktan çok daha fazla işletme yararlanabilmektedir.

Ülkemizde KOBİ'lere yönelik finansman sistemleri ve uygulanan destek araçları:

- Banka Kredileri
- Kredi Teminatları
- Risk Sermayesi Şirketleri ve Yatırım Finansman Şirketleri
- Sermaye Piyasası, İMKB
- Türkiye'de Yatırımlara Yönelik Devlet Destekleri Sistemi

## 4. SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER

Türkiye, coğrafi ve iklim koşulları göz önüne alındığında, tarımın tüm kollarında dünyanın en şanslı ülkelerinden birisi olup, Avrupa ve Asya kıtaları arasında bir köprü özelliği taşımasıyla da stratejik bir coğrafi konuma sahip bulunmaktadır. Bu konum, ülkemizin et ve et ürünleri üretiminde rekabet edebilirliği için gereken en önemli unsurlardan birisidir. Ülkemizde gıda sanayimiz, gıda teknolojisinde kaydedilen gelişmeler sayesinde, doğrudan ihracat odaklı üretim yaklaşımıyla, uluslararası alanda en rekabetçi sektörlerimizden biri konumuna ulaşmıştır.

Ülkemizde hayvancılık, süt ve et üretimi olarak ayrılmaz bir bütündür. Hayvan ırkları arasında süt ve et verimlerinin farklılığından ötürü, ülkemizde etçi ırk ve kombine ırkların geliştirilmesi için çalışmalar yapılmalıdır. Bunun yanı sıra devletin hayvancılığa verdiği destek, hayvan ırkına göre değişiklik göstermeli, destekleme süt ve et verimine göre ayarlanmalıdır.



Et ve et ürünleri sektörü son yıllarda hızlı bir gelişme göstermiştir. Yeni ve modern et ve et ürünleri işleme tesislerinin sayısı ve kapasiteleri hızla artmıştır. Sektör, üretim ve tüketici bilincinin artışına bağlı olarak büyümesini sürdürmektedir. Özellikle “hayvancılığa yönelik yapılan desteklemeler” kapsamında et ve et ürünlerinin üretimi sektörün gelişmesine büyük katkı sağlamaktadır.

Temel gıda maddeleri arasında satılan kırmızı etin üreticileri, tüketicileri ve sanayicileri korunmamaktadır. Şarküteri mamulleri olan temel gıda maddeleri ve hayvancılık ile ilgili temel girdi maddelerinde KDV oranının %1 olması gerektiği düşünülmektedir.

Temel gıda maddelerinin hiçbiri satıcının inisiyatifinde kalmamalı, üreticiye zarar verecek işlemler yapılmamalıdır. Temel gıda maddesi satıcılarının (marketlerin) kar marjları belli olmalı, raf parası, yıl dönemi parası, insert parası adı altında para talep etmesinin önüne geçilmelidir. Marketler Kanunu oluşturularak, üreticinin haklarını koruyucu maddeler eklenmelidir.

## 5. SEKTÖRÜN DIŞ PIYASALARDAKİ DURUMU

Yukarıda verilen ithalat ve ihracat rakamlarına bakıldığında da görüleceği üzere ülkemiz et sektörü dünya pazarlarında önemli bir varlık gösterememektedir. Sektör 2010 yılına kadar sadece iç talebe göre şekillenmekte iken, 2010 yılı ikinci yarısından itibaren ithalattaki gümrük vergilerinin azaltılarak canlı hayvan ve karkas et ithalatına izin verilmesi, sektörün dünya pazarları ile tanışmasına fırsat vermiştir. Ancak son derece kısıtlı olan dış ticaret, yeterli alt yapısı bulunmayan sektördeki iç dengeleri olumsuz yönde etkilemiş, bu durum uygulamada geç kalınan tedbirler ile de birleşince sektördeki tüm paydaşları özellikle de besicileri kötü yönde etkilemiştir. Yurtiçi maliyetlerin ithal maliyetten fazla olması, sektörün ithal ürüne yönelmesine sebep olmuş, ve böylelikle yurtiçi üretim zarar görmüştür. Ülkemizde halen maliyetlerin dünya ortalamalarının üzerinde olduğu görülmektedir.

## 6. SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI

### 6.1. Temel Strateji, Amaç ve Politikalar

- Ülkemizde yem fiyatları dünya fiyatlarının üzerinde olmakla birlikte, üretim verimliliğimizin dünya ortalamasının altında olması,
- Sektördeki denetim yetersizliği ve yaptırım noksanlığı,
- Tarımsal üretimin kayıt altına alınmaması nedeniyle tutulan istatistiklerin yetersizliği,
- İhracat desteklerindeki yoğun formalite ve bürokrasi,
- Yüksek enerji maliyetleri,
- Türk gıda sektörünün AB pazarına açılma yönünde karşılaştığı önemli sorunlar,
- Hayvan hastalıkları,
- Et ırkı hayvan ıslah çalışmalarının yetersizliği,
- Ülkemizde üretim ve sanayi aşamalarında küçük işletmeler yerine optimum büyüklükteki işletmelere duyulan ihtiyaç,
- Et sektöründe şarküteri ürünleri üreten firma, yem, hayvan çiftliği, mezbaha, taşımacılık, depolama, laboratuvar analizi gibi konularda da kendi yatırımlarını yapmak zorunda kalması,
- Kayıt dışı üretimin denetlenememesi, kayıtlı kayıt dışının varlığı,



Uzun dönemde, sektördeki sorunların çözümü için damızlık hayvan varlığımızın artırılması uygun olacaktır. Damızlık hayvan ithalatında ülke çeşitlendirilmesine gidilmesi, ölçek ekonomisi dikkate alınarak optimum işletme büyüklüklerinin sağlanabilmesine dikkat edilerek ithalat izinlerinin buna göre düzenlenmesi, yatırımların besiciliğe özel teşviklerle desteklenmesinin gerekli olduğu düşünülmektedir.

Sektör bugüne kadar uygulanması gereken teşviklere ve alınması gereken önlemlere hep geç ulaşmıştır. Uzun bir zaman, hayvancılık desteklemeleri hayvan başına desteklemeler ile sınırlı kalmış, kaliteli üretime yönelik teşvik mekanizmalarının uygulamaya alınması gecikmiştir.

Özellikle kırmızı et üretimine yönelik et ırkı hayvanların yetiştirilmesine yönelik desteklemenin sürekliliği sektörün geleceği açısından önem arz etmektedir. Aksi takdirde, sektör iç tüketim talebini karşılayamaz duruma gelecek ve sürekli dış pazarlara muhtaç olacaktır. Sektörün hedefi, dış pazarlarla ticarete rekabetçi bir konuma gelmek olmalıdır.

Kırmızı et üretim sanayinde, ara kademe eleman eksikliği bulunduğu gözlenmekte; kasap, şarküteri elemanı, üretim ustaları gibi üretime katkıda bulunan kişilerin eğitilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu amaçla gerekli düzenlemelerin yapılması ve personel desteklerinin verilmesi büyük önem arz etmektedir.

## 6.2.Gıda Mevzuatı

13 Haziran 2010 tarihli ve 27610 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanan 5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu, sektörün AB ile uyumu bakımından önemli bir aşamadır.

5996 sayılı kanun çerçevesinde Aralık 2011 itibariyle ikincil yönetmelikler yayınlanmaya başlanmıştır. Bu yönetmelikler AB Yönetmelikleri esas alınarak hazırlanmış ve çok kısa bir görüş bildirme süreci sonucunda AB’ye verilen taahhütler çerçevesinde kısa süre içerisinde yayınlanmıştır.

Mevzuatlar hazırlanırken sektörün görüşüne açılmakla birlikte, AB mevzuatına uyum çerçevesinde ve bu mevzuatlar esas alınarak hazırlanan yönetmeliklerin uygulanması aşamasında, genel anlamda sektörün ve kurumların alt yapı noksanlıkları sebebiyle sorunlar yaşanmaktadır.

## 6.3.Gıda Denetimi

Gıda denetimi, et ve et ürünleri sektörünün en önemli sorunlarından biridir. Özellikle çok yüksek kayıt dışı oranı, sorunu daha da önemli hale getirmektedir. Piyasada, taklit ve tağşiş ürünlerin de mevcut olduğu bilinmektedir.

Denetimler için yeterli sayıda kalifiye eleman bulunmamaktadır. Akredite laboratuvarların alt yapıları da yeterli değildir. Noksanlıklar giderilerek hem sektörün hem de tüketicilerin hakları korunmalıdır.



Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının “81 İlde Onay Kapsamında Bulunan Gıda İşletmelerine Ait Sınıflandırma Çalışması”nda “Gıda ve Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzemeleri Üreten, Satan ve Toplu Tüketime Sunan İş Yerlerinde Yapılan Denetim Sayıları” ve sonuçları yer almaktadır.

Hem et hem de şarküteri açısından toptan ette manipülasyon, etiketle ilgisi olmayan ürün varlığı, ürünler arası fiyat kıyaslaması yapıldığında sağlıklı son ürün satmaya çalışan bir firmanın kar etmesi mümkün görünmemektedir. Denetim eksikliği, sektörün eğitimsizliği, halkın bilinçsiz tüketiminin yanı sıra, bu ürünlerin tercih edilmesinde satıcıların rolünün de yadsınamayacağı açıkça görülmektedir.

#### **6.4. Kayıt Dışılık Üretim kısmında değinilmiştir.**

#### **6.5. Tüketicinin Bilinçlendirilmesi**

Ülkemizde, et ve et ürünleri tüketimi dünya ülkelerine göre oldukça düşük seviyelerdedir. Tüketicinin arttırılması için sektör ile birlikte bu konuda yetkin tüm kurum, STK ve bilim adamları ile basın-yayın organlarının et ve et ürünleri tüketiminin önemini gündemde tutmaları gerekmektedir. Kırmızı etin faydaları tüketicilere anlatılmalı ve bu konuda bilinçlenmeleri sağlanmalıdır.

Kırmızı et en önemli protein ve demir kaynağıdır. Ayrıca pek çok besinde dengeli miktarda bulunmayan iyot, taurin, vitamin B12, vitamin D gibi vitamin ve mineralleri de içerir. Proteinler bütün canlı organizmaların en önemli yapı taşıdır. Canlıların büyümeleri, üremeleri, kalıtım özelliklerinin bir nesilden diğer bir nesile taşınması protein içeren besinlerin aracılığıyla olur. Vücuttaki dokuların gelişmesi yeni dokuların oluşması ve hasar gören dokuların tamiri için de yine protein gereklidir. B<sub>12</sub> vitamini sinir hücrelerinin büyümesi ve tüm vücut hücreleri tamirinde önemli rol oynar. B<sub>12</sub> noksanlığı hem kansızlığa hem de unutkanlık, odaklanma eksikliği, kronik yorgunluk, uyku sorunları, el ayak uyuşmaları, yanma ve karıncalanmaları hatta kalp problemlerine yol açabilir. Vitamin D ise kemik gelişimi ve diş yapısı açısından önemlidir.

#### **6.6. STK'ların Güçlendirilmesi**

Türkiye’de sivil toplum kuruluşları tavsiye kuruluşları olup, yaptırım gücü olması gereken kuruluşlardır. Sivil toplum kuruluşları bağımsız kuruluşlardır ve etkin olmaları gerekmektedir. STK’lar için tek tek üyelerinin değil, topyekûn sektör ve ülke menfaatleri önemlidir. Sektörün ulusal ve uluslararası düzeyde temsil edilmesi de ancak bu şekilde mümkün olabilir. Bu bağlamda kamu kurum ve kuruluşları ile STK’ların sürekli ilişki ve iş birliği içerisinde olması kaçınılmazdır. Bu konuda sorumluluk, yetkili otorite olarak, daha çok kamu kurum ve kuruluşlarına düşmektedir. Dünyanın her yerinde sivil toplum kuruluşlarının fikirleri önemsenmekte, sektörün sözcüsü olduğu kabul edilmektedir.



## 7. SEKTÖRÜN AB UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA VE KARŞILAŞTIKLARI UYUM SORUNLARI

### 7.1. Gıda ve İçecek Sanayisinin AB ile Karşılaştırılması

Ülkemizdeki mezbahaların AB standartlarına getirilmesi, rehabilite edilemeyecek kadar kötü konumdaki mezbahaların kapatılması, diğerlerinin de denetimle ve modernizasyon, tevsi gibi yatırımlarla gerekli hijyen koşullarına getirilmesi gerekmektedir. Yapılan bir araştırma Türkiye’de mezbahaların nerdeyse %90’ının üzerindeki bir bölümünün AB standartlarına uymadığını göstermekte, bütçe kaynakları ve AB fonları ile bu konuda kapsamlı bir çalışma yürütülmesi gerekmektedir. IPARD kapsamında öncelikli olarak yararlanacak sektörler arasında kırmızı et sektörü ve mezbahaların da yer almaktadır.

## 8. SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTTIRILMASI VE VERİMLİLİK

Kırmızı et üretim sektöründe yeteri kadar denetim olmazsa ve bu denetimler otokontrol sistemine bağlanmazsa üreticiler arasında haksız rekabet olur. Kırmızı et üretiminde hijyen kuralları ön planda tutulmalı, denetimler yapılmalı ve cezalar caydırıcı olmalıdır. Önemli olan fabrika denetimlerinin yapılmasıdır. Bir ürünün üretilmesi için ne kadar girdinin fabrikaya alındığı, girdi – çıktı analizleri yapılmalıdır. Bu denetimler yapılırsa hem ürünün üretim aşamasında hem de son üründe gerçekleştirilecek taşışşler önlenmiş olacaktır.

Haksız rekabetin önlenmesi için referans fiyatın dikkate alınması gereklidir.

### 8.1. AR-GE Harcamaları ve İstihdamı, Çevre Uygulamaları, Teknoloji ve Ham Madde

Çevre Bakanlığı’nın hayvancılık faaliyetlerinin ve hayvancılık yan ürünlerinin insan, ülke sağlığına ve çevreye çok büyük zarar veren kimyasal atıklar gibi değerlendirdiği ve bu değerlendirme sonucu işletmelerin almaları gereken önlemlerin işletme açısından ciddi tehditler oluşturduğu düşünülmektedir.

Hayvansal yan ürün semen, ova ve embriyo dahil insan tüketimine sunulmayan herhangi bir hayvan karkası veya hayvansal kökenli madde anlamına gelmektedir. Örn. Sakatat, yumurta kabuğu, deri, süt, jelatin vb. Et endüstrisindeki temel yan ürünler; Hayvan derisi: Birçok durumda yenilemez olarak, Temel yenilebilir bileşenler: Mekanik ayrılmış et (MDM), yanak, baş trimmingleri; Hayvan yemi; tarımsal hayvan besleme materyalleri: kan, akciğer, göğüs yağı, kemik, mide; Gübre; Biyogaz üretimi için hammadde olarak sayılabilmektedir. Hayvansal yan ürünler BSE ve ŞAP hastalığı ve çevre kirliliği için önem taşımaktadır. Ayrıca halk, insan sağlığı ile gıda ve yem zinciri güvenliği için de önemlidir.

Hayvancılığın yan ürünleri ve zirai üretimin birbirini bütünleyen üretim çeşitlerinin olduğu, insan yaşamı için vazgeçilmez olduğu bilinmektedir.

Hayvansal atıkların çevre kirliliğine neden olmadan tarımsal üretimde kullanımı ve sürdürülebilirliğinin etkin bir şekilde sağlanabilmesi amacıyla çiftçiler, ilgili kurumlar ve işletmecilerin eğitilmesi gereklidir.





Hayvansal atıkların çevre ve halk sağlığına zarar vermeden kontrollü bir şekilde yem bitkileri üretiminde kullanımı konusunda çalışmalar yapılmaktadır. Böylece kimyasal gübre kullanımının minimuma indirilmesi amaçlanmaktadır.

## 8.2.Sektörde Kamunun Rolü, Özelleştirme Faaliyetleri ve Muhtemel Etkileri

### Hayvancılık Piyasası Düzenleme Kurulu:

Kırmızı et ve süt piyasalarının üretici, tüketici ve sanayici yönünden istikrarlı işleyişinin temini için yeniden kurumsal bir yapılanmaya ihtiyacı olduğu bilinmektedir. Böyle bir yapının sağlıklı oluşumu ve sağlıklı yönetiminin sektöre, tüketiciye fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Bu yapının kurulması sağlıklı bir şekilde tartışılmalı, ilgili tüm paydaşların asgari müştereklerde buluşacakları bir anlayış içinde kurulmalıdır. Aksi takdirde sağlıksız bir şekilde kurulacak bir yapı fayda yerine telafisi imkânsız zararlara vesile olabilir.

Bu yapı, her ne hedef adı altında olursa olsun kendisini kamusal yetkiler ve menfaatler içine alarak haksız rekabet yaratan faaliyetlerde ve kar amacı güden ticari faaliyetlerde bulunmamalıdır. Alacağı tedbirleri öncelikle ve ağırlıklı olarak piyasa içindeki kuruluşlar aracılığı ile yapmalı, en son çare olarak kendisi direk müdahil olmalıdır.

Bu yapı, üretici, tüketici ve sanayicinin menfaatlerini eşit bir şekilde koruyacak kısa, orta ve uzun vadeye yayılmış politikalar üretmeli ve uygulamalıdır. Bu anlayış içindeki bir yapı, sektörün ilerlemesinde etkin rol alabilir. Kurulacak yapı, mali yönden hayatını idame edebilmesi için, üreticiye, sanayiciye ve tüketiciye ek mali yükler getirecek düzenlemeler içinde bulunmamalıdır. Kaynaklarını sektörden sağlanan hali hazırdaki vergiler içinden sağlamalıdır (İthalat vergisi vs). Yapı, ilgili Bakanlığın ve seçilecek bağımsız bir denetim organının denetiminde olmalıdır.



## KANATLI ETİ SEKTÖR RAPORU

### GİRİŞ

#### 1. SEKTÖRÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

##### 1.1 Endüstri Yapısı

Kanatlı eti sektörü 1970'li yıllara kadar aile işletmeciliği şeklinde, pahalı ve sınırlı üretim kapasitesi ile faaliyette bulunmuş, 1980'li yıllarda piliç eti entegre tesislerin çoğalması ve sözleşmeli üretim modelinin yaygınlaşması ile önemli bir yapısal değişim yaşamıştır. 1990'lı yıllarda ise büyük yatırımlar yapılarak dünya standartları yakalanmış ve üretim sürekli artırılmıştır.

Entegre firmalar, damızlık, kuluçkahane, yem fabrikası, kesimhane ve pazarlama tesislerine sahiptirler. Sözleşmeli üretim modelini başarıyla uygulayarak sahada mevcut kümes sahiplerinin tamamına yakınına üretim zincirine dahil etmiştir. Bu suretle üretim zincirinin tüm halkalarını entegrasyona dahil edilmiştir. Ülkemizdeki kanatlı eti üretiminin tamamına yakını bu entegrasyona sahip firmalarca gerçekleştirilmektedir. Entegre firmalar güçlü bir yapıya sahip olup dünyadaki teknolojik gelişmeleri çok yakından izleyip süratle uygulamaya koyabilmektedirler. Bunun sonucu olarak kanatlı eti üretimimizin dünya standartlarının üzerinde bir kaliteye eriştiği söylenebilir.

##### 1.1.1 İşletme Sayısı

Sektörde canlı (piliç) üretimi konusunda mevcut kayıtlı işletme sayıları; 79 kuluçkahane, 277 damızlık, 8.908 ticari etlik işletmedir.

Kanatlı eti üretiminde ruhsatlı 85 kesimhane mevcut olup bunun 68 adedi faaldir.

20 Entegre firma toplam kanatlı eti üretiminin %90'ından fazlasını sağlamaktadır.

##### 1.1.2 Ekonomide Yaratılan Katma Değer

Kanatlı eti sektörünün yıllık cirosu yaklaşık 4 milyar ABD Dolarıdır.

### 1.2 Üretim

#### 1.2.1 Ürün Bazında Üretim

Türkiye kanatlı eti üretimi konusunda son 21 yılda büyük bir gelişme kaydetmiştir. 1990 yılında 217 bin ton olan toplam kanatlı eti üretimi, 2010 yılında 1.517.000 ton seviyesine çıkmıştır (Çizelge1).



**Çizelge 1: Kanatlı Eti Üretimi**

YILLAR	Piliç Eti Üretimi (Ton)	Hindi Eti Üretimi (*) (Ton)	Köy ve Yum. Tavukları Diğ.Kanatlı Eti (Ton)	Toplam Kanatlı Eti Üretimi (Ton)
2006	945.779	45.750	40.250	1.031.779
2007	1.012.000	33.000	55.000	1.100.000
2008	1.150.000	35.000	57.000	1.242.000
2009	1.180.000	30.000	60.000	1.270.000
2010	1.420.000	35.500	62.000	1.517.500

Kaynak: TÜİK

### 1.2.2 Mevcut Kapasite ve Kapasite Kullanım Oranı

Kanatlı kesimhanelerinin toplam kapasitesinin çift vardiyada yaklaşık 2 milyon ton olduğu, bu kapasitenin yaklaşık %78'inin kullanıldığı tahmin edilmektedir.

### 1.3 Tüketim

Kanatlı etinde 1990 yılında 3,8 kg olan fert başına tüketim 2010 yılında 19 kg seviyesine çıkmıştır. Başka bir ifade ile kanatlı etinde 21 yılda, üretim 7 kat, kişi başına tüketim 5 kat artmıştır (Çizelge2).

Fert başına kanatlı eti tüketim AB ortalamasının üzerine çıkmıştır.

**Çizelge 2: Kanatlı Eti Tüketimi**

Yıllar	Tüketim kişi/kg/yıl
2006	14,42
2007	15,23
2008	16,66
2009	16,36
2010	19,01

### 1.4 Türkiye Kanatlı Eti Pazar Verileri

#### 1.4.1 Pazar Büyüklüğü- Ciro-Ürün Hacmi (Volüm)

Kanatlı eti sektörünün yıllık cirosu yaklaşık 4 milyar ABD Dolarıdır.



## 1.4.2 Büyüme Oranları

**Çizelge 3: Yıllar İtibariyle Üretim Artışı**

YILLAR	Üretim Artışı (%)
2006	-4,89
2007	6,61
2008	12,91
2009	2,25
2010	19,49

Ülkemizde ilk defa 2005 Ekim ayında görülen Kuş Gribi vakasının ardından 3 ay sonra ölen 3 çocuğun yarattığı panik nedeniyle 2006 ayında üretim % -4,9 düşmüştür (Çizelge 3).

2008 yılını sektörde yer alan tüm firmaların zararlar kapatmasının etkisiyle 2009 yılı üretim artışı % 2,3 seviyesine düşmüştür.

## 1.5 Dış Ticaret

### 1.5.1 İthalat-İhracat

Kanatlı eti sektörü her yıl damızlık canlı civciv ve kuluçkalık yumurta ağırlıklı olarak ithalat yapmaktadır. Ayrıca yem hammaddesi olarak soya fasulyesi, soya fasulyesi küspesi ve mısır ithalatı ile aşı, ilaç ve premiks (vitamin, mineral vb yem katkıları) ithalatı da yapılmaktadır. Bu girdilerden kanatlı eti üretiminde kullanılan kısım hesaplanarak Çizelge 4’de verilmiştir.

**Çizelge 4: Kanatlı Eti Sektörünün Yıllık İthalat Değerleri**

	2006	2007	2008	2009	2010
	DEĞERİ US \$	DEĞERİ US \$	DEĞERİ US \$	DEĞERİ US \$	DEĞERİ US \$
<b>Dam.Civciv, Kul.Yumurta, Et</b>	14.766.783	17.605.319	23.746.456	20.847.671	25.292.822
<b>Soya Fasulyesi ve Küspesi</b>	172.946.712	230.146.582	404.318.453	376.539.246	431.656.608
<b>Mısır</b>	0	113.160.613	158.869.422	24.162.274	46.319.182
<b>Premiks</b>	104.415.507	112.660.882	114.692.072	88.529.578	174.753.795
<b>Aşı ve ilaç</b>	6.730.000	8.776.000	12.852.000	12.727.000	14.867.000
<b>TOPLAM</b>	<b>298.859.002</b>	<b>482.349.396</b>	<b>714.478.403</b>	<b>522.805.769</b>	<b>692.889.407</b>

Kanatlı eti ve sakatları ihracatı son 4 yılda hızla yükselen bir trend yakalamıştır. İhracatın son iki yılda %60’ı aşan kısmı Irak’a yapılmıştır (Çizelge.5).



İhracatın yaklaşık %15-20 kısmı tavukayağıdır. İthalatçı ülkeler ise Vietnam, Çin Halk Cumhuriyeti ve Hong-Kong'dur.

**Çizelge 5: Kanatlı Eti Ve Sakatları İhracat Değeri**

2006	2007	2008	2009	2010
DEĞERİ US \$	DEĞERİ US \$	DEĞERİ US \$	DEĞERİ US \$	DEĞERİ US \$
28.187.000	44.411.000	87.269.000	152.594.000	229.728.000

### 1.5.2 Dış Ticaret Dengesi

**Çizelge 6: Kanatlı Sektörü İthalat-İhracat Değerleri ve Dış Ticaret Dengesi**

	2006	2007	2008	2009	2010
İHRACAT	28.187.000	44.411.000	87.269.000	152.594.000	229.728.000
İTHALAT	298.859.002	482.349.396	714.478.403	522.805.769	692.889.407
Dış Ticaret Açığı	-270.672.002	-437.938.396	-627.209.403	-370.211.769	-463.161.407

Kanatlı eti ve sakatları dış ticaret dengesi açık vermektedir (Çizelge 6).

### 1.6 İstihdam

Kanatlı sektöründe, hammadde üreticisi çiftçi, sözleşmeli yetiştirici, sektörle ilgili esnaf ve taşeron, yem, ilaç-aşı, yan sanayi, nakliye, pazarlama dalları dahil yaklaşık 500.000 kişinin istihdam edildiği, sektörden geçimini sağlayan insan sayısının (bu kişilerin 4 kişilik bir aileye sahip oldukları varsayıldığında) yaklaşık 2 milyon kişiyi bulduğu hesaplanmaktadır.

## 2. SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ

### 2.1 Kanatlı Eti Sanayinin Güçlü Yönleri

- AB dışındaki diğer potansiyel pazarlara olan yakınlık,
- AB mevzuatlarına eşdeğer mevzuat,
- Et üretiminde ihracat yapılacak ülkelerin taleplerine uyum sağlayacak esnek üretim yapısı,
- Tesislerimizin ileri teknoloji ile kurulmuş, yeni tesisler olması,
- Yetişmiş teknik elemanların bulunması,
- Kaliteli Üretim,
- Türkiye'nin dininin İslam olması,
- Üretim kapasitemizin her yıl artması
- Ürünlerimizin lezzeti,
- Yabancı sermayeden çok, yerli sermayeye dayalı olması,
- Kaynak olarak kullanılan damızlıkların en iyi şartlarda bakılması ve üretimde kaliteli civciv kullanılması,
- Yetiştirme kümeleri ve bakım şartları seviyesinin iyiliği sonucu olarak yüksek kalitede üretim yapılması,



- m) Üretim yapılan kesimhanelerin dünya şartlarında son teknolojide olması ve üst seviyede hijyenik şartlarında çalışması.,
- n) Üretilen nihai ürünlerin izlenebilirliğinin üst seviyede olması,
- o) Devletin yetiştirme, üretim ve sonrasında ürün izlemede çok etkili ve baskıcı olması,
- p) Üretilen ürünlerin AB ülkeleri standartlarında üretilen ürünlere denk kaliteli olması,
- q) Müşteri taleplerine göre üretim yapılabilmesi,
- r) Mevcut ileri işleme teknolojisinin çok gelişmiş ve ürün yelpazesinin geniş olması,
- s) Sektör yapısının esnek olması ile piyasa dinamiklerine kolay ve hızlı adapte olabilmesi,
- t) Hacim olarak beyaz et sektörü büyük ve ölçek ekonomisine ulaşmış firmalardan oluşması,
- u) Beyaz et sektöründeki birçok entegre marka şirket Türkiye’de ilk 500 şirket arasında olup, ölçek ekonomisini kullanıp genel ekonomik şartlara müdahil olabilecek konumda olması,

## 2.2 Kanatlı Eti Sanayinin Zayıf Yönleri

- a) Karma yem hammaddeleri iç piyasa fiyatlarının yüksekliği,
- b) Hammadde fiyatlarının yüksek ve dışa bağımlı olması,
- c) Karma yem fiyatlarına bağlı olarak piliç eti maliyetlerinin yüksekliği,
- d) Fiyat istikrarsızlığı,
- e) Hayvan hastalıkları nedeni ile ihracata ilişkin sorunların yaşanması,
- f) Bütçeden kanatlı desteklerine ayrılan miktarın yetersizliği,
- g) İthalatçı ülkelerin tüketim alışkanlıkları (Daha önce satın aldıkları ülkelerin ürünlerine alışık olmaları),
- h) Sektör içi rekabet,
- i) Yetersiz Devlet desteği,
- j) İthalatçı ülkelerin küçük gramajlı ürün talepleri,
- k) İhracat konusunda sektör olarak yeni olunması,
- l) Yurtdışı piyasalar hakkında yeterli bilgi akışının olmaması nedeni ile piyasaların takip edilmesinde aksaklıklar,
- m) Rekabet edilen diğer üretici ülkelerde Devlet desteklerinin ülkemize nazaran daha yüksek olması nedeni ile rekabette zayıflık,
- n) Rekabet edilen diğer ülkelerin ithalatçı ülkelerle yaptıkları ikili anlaşmalar sonucu sağladıkları avantajlar nedeni ile rekabette zayıflık,
- o) Ana yem hammaddelerinde yurt dışına olan bağımlılık ve kullanılan enerjilerin pahalı olması nedeni ile rekabette zayıflık,
- p) Üretimin önemli kısmının iç pazara yönelik olması,
- q) Firmaların iç piyasada oluşan fiyatlara karşılık B planlarının bulunmaması,
- r) Üretici firmaların satış ve pazarlama yönü ile bayi ve ulusal mağaza zincirlerine bağımlı olmaları; etkin bir satış ve dağıtım stratejilerinin bulunmaması



### 2.3 Kanatlı Eti Sanayi İçin Tehditler

- a) Hayvan sağlığı ve hayvan hareketlerindeki sorunlar,
- b) Yüksek üretim maliyeti ve özellikle yem ham maddelerinin fiyatlarının yüksekliği ve temin noktaları,
- c) Desteklemelerdeki yetersizlikler,
- d) Sektörün ihracatta büyük oranda tek ülkeye bağlı olması,
- e) Komşu AB üyesi ülkelerden transit geçişe dahi izin verilmemesi nedeni ile talepkar ülkelere dahi ürün gönderemeyişi,
- f) Desteklenmeme halinde rekabet yüzünden pazara giriş yapılamaması,
- g) Damızlık civciv temininde yaşanabilecek sıkıntı,
- h) Genetiği Değiştirilmiş Organizmalar (GDO) üzerindeki tartışma ve olumsuz propagandalar,
- i) Pazara girilmesi nedeni ile diğer ihracatçı ülkelerin tepkileri,
- j) Kuş gribi ve benzeri hastalıkların tekrarı,
- k) Olası hastalıkların tekrarı halinde bölgeselleşmeye gidilmediğinden eski sıkıntıların tekrar baş göstermesi,

### 2.4 Gıda Sanayinin Önündeki Fırsatlar

- a) AB'ye üyelik sürecinin başlamasının itici gücü (Gıda güvenliği, sınır kontrolü, veteriner çerçeve kanunu vb konularla ilgili gelişmeler),
- b) AB'ye ileri işlenmiş ürünler olarak giriş yapılabilmesinin önünün açılması,
- c) Kırmızı et fiyatlarının yüksek olması,
- d) Arap ülkelerinin Müslüman ülkelere alım yapması,
- e) Potansiyel ithalatçı ülkelerin varlığı,
- f) 1,5 aylık mesafeden gemiyle çok büyük partiler halinde ithalat yapan ülkelere, küçük partiler halinde sipariş kabul etmek ve kısa sürede mal teslim edebilme olanağı,
- g) Türkiye'nin konumu ve siyasi yeri,
- h) Türkiye'nin coğrafi konumu ve jeopolitik önemi,
- i) İthalat yapacak ülkelerin yeni tedarikçi arayışına girmesi,
- j) Yetiştirilmiş eleman ve işgücü potansiyelinin olması,
- k) Yatırım isteğinin olması,

## 3. YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR

### 3.1 Genel Teşvik Sistemi ve Uygulamaları

Hazine Müsteşarlığı tarafından teşvik belgeli yatırımlara sağlanacak destekler genel anlamıyla Kanatlı eti üretimi için de geçerli olup sektöre has uygulama ayrıcalıkları bulunmamaktadır.

2010 Ocak ayı içerisinde Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı Projesi kapsamında yapılacak kümes ve diğer yatırımlara TC Ziraat Bankası'ndan % 50 faiz indirimli yatırım ve işletme kredisi açılmasına başlanılmıştır. Ayrıca, biyogüvenlik yatırımlarına 2006-2010 yılları sürecinde % 60 faiz indirimi uygulanmış, 2011 de bu konudaki kredilere de % 50 faiz indirimi uygulanmaya devam edilmiştir.



Artan üretim nedeniyle büyük kapasiteli yeni kümeslerin inşasına ihtiyaç artmıştır. Bu konuda 2010 başında devreye giren TC Ziraat Bankası %50 faiz indirimli projeli kredileri yararlı olmuştur. Ancak, 2011 yılının ikinci yarısında bu kredilerin durdurulmuş olması yatırımların gelişme hızını yavaşlatmıştır.

Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme kapsamında AB kaynaklı IPARD Hibelerinin uygulandığı iller (Kanatlı eti için Afyonkarahisar, Çorum, Erzurum, Konya, Malatya illeri), yoğun olarak kanatlı eti üretiminin yapıldığı illeri kapsamadığı gibi küçük ve orta ölçekli işletmeleri hedef aldığı için hiçbir entegre firma IPARD hibelerinden yararlanamamaktadır.

### 3.2 Teşvik Belgeli Yatırımlara Sağlanacak Destek Unsurları

Hazine Müsteşarlığı tarafından teşvik belgeli yatırımlara sağlanacak destek unsurları şunlardır:

- Gümrük Vergisi ve Toplu Konut Fonu İstisnası,
- Katma Değer Vergisi İstisnası,
- Bütçeden Kredi Tahsisi,

## 4. SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER

Kanatlı eti üreten entegre firmalarının bazıları, mevcut yatırımlarının yanında sofralık yumurta üretimi, sığır besiciliği, keçi yetiştiriciliği gibi yatırım konularına yönelmişlerdir.

Yine bir kısım entegre firmalar soya fasulyesini yağını çıkarmadan işleyerek tamamını yemde kullanmayı mümkün kılan tam yağlı soya (Fullfat) tesisi yatırımları yapmışlardır.

Entegre firmaların bazıları kapasite artırımına girerken, bazıları da ileri işlenmiş, ısıl işlem gören kanatlı eti üretim hatlarını mevcut üretim hatlarına ilave edecek yeni yatırımlara girmektedirler.

Kanatlı eti üreten entegre firmaların bazıları da, enerji üretimi yapmaya başlamışlardır.

## 5. SEKTÖRÜN DIŞ PİYASALARDAKİ DURUMU

Üretim maliyetlerinin yüksekliği dış piyasalarda rekabet şansımızı azaltmaktadır.

Avrupa Birliği, Suudi Arabistan, Çin Halk Cumhuriyeti gibi önemli Pazar oluşturan ülkelerle ihracat için gerekli veterinerlik anlaşmalarının, ikili anlaşmaların yapılması, kuş gribi nedeniyle 2005-2006 yıllarında konulmuş olan ithalat yasaklarının kaldırılması sektörün geleceği açısından çok önemlidir.

AB kanatlı eti ihracatına 325€/ton ihracat iade desteği vermektedir. Bizde bu destek 2010 yılı sonuna kadar 26\$/ton idi. 2011 de 76\$/ton seviyesine yükseltildi. Bu yetersiz ihracat iadesi dış piyasada rekabet edebilmemizi sağlamaktan çok uzaktır.

## 6. DİĞER SEKTÖRLER VE YAN SANAYİ İLE İLİŞKİLER

Türkiye’de tarımsal üretim, sanayiye yeterli ve istenen kalitede hammaddeyi sürdürülebilir şekilde arz edememektedir. Bu sektörün temel sorunudur.





Tarımda üretimin dünya fiyatları düzeyinde olmaması sanayici için sorundur. Ancak tarımsal üretimde maliyet yüksekliğine, düşük verimli üretim yanında özellikle girdi fiyatlarının yüksekliğinin ve bu arada devlet destek ve teşvik uygulamalarının yetersizliğinin neden olduğu da söylenebilir.

## 7. SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI

### 7.1 Temel Strateji, Amaç ve Politikalar

Maliyetlerin Yüksekliği: mısır, soya ve soya küspesi gibi hammadde fiyatlarının yüksekliği, sözleşmeli yetiştiricilere yapılan yüksek ödemeler, enerji giderlerinin büyüklüğü üretim maliyetlerini artırmakta dış piyasalarda rekabet şansını azaltmaktadır. Sanayicinin kullanacağı hammaddelerin dış ve iç piyasa fiyatlarını dengede tutacak bir destekleme sistemine ihtiyaç vardır. Sanayici dış Pazar fiyatına yakın bir fiyattan hammaddeyi alabilmeli, iç pazardaki fiyatla dış Pazar fiyatı arasındaki fark üretici çiftçiye prim olarak hazineye ödenmelidir.

İhracat için gerekli veterinerlik anlaşmalarının, ikili anlaşmaların yapılması, kuş gribi nedeniyle 2005-2006 yıllarında konulmuş olan ithalat yasaklarının kaldırılması sektörün geleceği açısından çok önemlidir.

Newcastle ve Kuş Gribi gibi salgın hastalıklar tespit edildiğinde kanatlı hayvan ve ürünleri ihracatının tamamen duracak olması sektörün korkulu rüyasıdır. Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından ülkemizde Bölgeselleşme sistemini uygulamaya koyması halinde bu soruna çözüm getirebilir.

AB kanatlı eti ihracatına 325€/ton ihracat iade desteği vermektedir. Bizde bu destek 2010 yılı sonuna kadar 26\$/ton idi. 2011 de 76\$/ton seviyesine yükseltildi. Bu yetersiz ihracat iadesi dış piyasada rekabet edebilmeyi sağlamaktan çok uzaktır.

### 7.2 Gıda Mevzuatı

Mevzuatla ilgili olarak sektörün sıkıntıları had seviyededir. 11 Haziran 2010 tarihli 5996 sayılı Veterinerlik Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu yürürlüğe girmiştir. Bu kanun gereğince mevcut Yönetmeliklerin tamamı değiştirilmek üzere çalışmalar devam etmektedir. Evvelce görülen aksaklıkların birçoğunun bu yenilenme sırasında düzeltileceği ümit edilmektedir.

### 7.3 Gıda Denetimi

Yeni yasa gereği düzenlemeler yapılmış olmasına rağmen yeterli teknik kadronun olmayışı nedeniyle etkin bir denetim yapıldığı söylenemez. Buna rağmen gıda sektörü içinde en fazla denetlenenlerin başında kanatlı eti sektörü gelmektedir.

### 7.4 Kayıtdışılık

Kanatlı eti üreten firmaların bütün girdi alımları ve ürün satışları kayıt altındadır. Bu sektörde kayıt dışı denebilecek olaylar son derece düşük düzeydedir.



## 7.5 Tüketicinin bilinçlendirilmesi

Tüketicilerin bilinçlendirilmesi konusunda sektördeki 13 büyük firmanın oluşturduğu Sağlıklı Tavuk Bilgi Platformu (STBP) TV kanallarında sabah ev kadınlarına dönük programlarda advertorial reklam programları yapılmakta, dergi çıkarılmakta, çocuklara dönük resimli roman (TAHA) yayımlanmaktadır. Ayrıca, hindi eti üreticileri de Hindi Üreticileri Platformunu kurmuş ve tüketicileri bilinçlendirmek üzere benzeri çalışmalara girmiştir.

2011 Yılı Hükümet Programı'nda "Kırmızı et üretimindeki sıkıntılar nedeniyle, tavuk eti tüketimini artırmanın hedeflenmesi önem arz etmektedir." hükmü yer almaktadır. Hükümetin bu konudaki çalışmaları bir an önce başlatması sektör için çok önemlidir.

## 7.6 STK'larının güçlendirilmesi

Kanatlı eti sektörü Beyaz Et Sanayicileri ve Damızlıkçıları Birliği Derneği tarafından temsil edilmektedir. Bu çatı altında Sağlıklı Tavuk Bilgi Platformu ve Hindi Üreticileri Platformu olarak iki platform oluşturulmuştur. Ayrıca, Bilimsel Tavukçuluk Derneği, Veteriner Tavukçuluk Derneği, Hayvan Besleme Bilim Derneği gibi oluşumlar mevcuttur. Ayrıca DTM idaresinde 2011 yılının başında Kanatlı Ürünleri Tanıtım Grubu kurulup çalışmalarına başlamıştır.

Girdilerin en büyük kısmını yem oluşturduğundan, kanatlı sektörünün üyesi olduğu önemli bir STK da Türkiye Yem Sanayicileri Birliği Derneğidir.

Mevcut STK'ların güçlendirilmesi, daha etkin işlemlere kavuşturulması için bu kuruluşların sorumluluğu Devletle paylaşarak resmi kuruluşların yanında yer alacak şekilde yetkilendirilmesi gereklidir. Üyeleri üzerinde otorite kuracak, gerekli durumda denetleme yapacak yetkilerle donatılmalı, desteklemeler üyelere dernek aracılığı ile dağıtılmalı, destekleme alabilmek için Derneğe üye olma koşulu aranmalıdır. İstatistik çalışmalarına imkan vermek üzere veri kaynaklarından yararlanmaları kolaylaştırılmalıdır.

Sektör, üyesi olduğu ve ilişkisi bulunan STK'ların faaliyetlerini güçlü bir şekilde sürdürmeleri için her türlü desteği vermektedir.

## 8. SEKTÖRÜN AB UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA VE AB KARŞILAŞTIKLARI UYUM SORUNLARI

### 8.1 Kanatlı Eti Sanayinin AB ile Karşılaştırılması

Kanatlı eti üretimiyle ilgili mevcut mevzuatımızın AB mevzuatına uyumu genelde sağlanmıştır.

Kesimhanelerimizin AB uyumu tamamlanmıştır. 2009 yılında ileri işlenmiş (ısıtılmış) kanatlı etlerinin AB'ye ithal edilebilmesi onayı alınmış olmasına rağmen, taze (donmuş) kanatlı etlerin AB'ye ithali onayı hala verilmemiştir. AB'ye ihraç edilecek kanatlı eti ürünleri ile ilgili hayvan sağlığı durumu konusunda AB uzmanlarınca 2009 Kasım ayında yapılan incelemedeki tespitler, kesimhanelerin AB onayını almasına engel oluşturmaktadır.

Düzenlenen raporda bu engellenmenin önemli iki gerekçesi bulunmaktadır.

- ND ve AI salgınlarına karşı alınan kontrol önlemleri tatminkâr değildir.
- Akredite olmayan laboratuarlardan alınan sonuçların güvenilirliği, sistematik denetlemeler ve ulusal uzmanlık testleri olmadığı müddetçe tartışmalıdır.



Sözü edilen iki engelin aşılması Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı çalışmasıyla mümkündür. Bu konuda yapılan ve yapılacak çalışmalar konusunda bir iş takvimi yapılarak Bakanlıkça AB yetkili kuruluşu FVO'ya bilgi verilmiştir. Bu işlemin üzerinden bir yıl geçmiş olmasına rağmen hiçbir gelişme sağlanamamış, onayın alınması yönünde Türk tarafı olarak bir zorlamaya da girilmemiştir. Kesimhane onaylarının alınması için Bakanlığın en üst düzeyde konuyu ele alması, yetkili kurul SANCO ile temasları kararlılıkla yürütmesi, hastalıkların kontrol altında tutulacağı yönünde AB otoritesine garanti vermek suretiyle sorunun çözülebileceği kanaatindeyiz. Geçtiğimiz günlerde yürürlüğe giren ND ve AI ile ilgili yönetmelikler, konu ile ilgili atılmış önemli bir adımdır.

## 9. SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTIRILMASI VE VERİMLİLİK

### 9.1 AR-GE Harcamaları ve İstihdamı, Çevre Uygulamaları, Teknoloji ve Hammadde

Sektörde yer alan entegre firmaların bir kısmında AR-GE birimleri mevcut olmakla beraber bunların çoğu yeni ürün geliştirme, iyileştirme ve kalite kontrol üzerinde faaliyet göstermektedirler.

Çevre uygulamaları konusunda kümeslerde biriken gübrenin toprağa yararlı hale getirilmesi konusunda yaygın olarak sıkıntı yaşanmaktadır. Biriken gübrelerin gelişi güzel sahaya atılmasına son vermek ve olgunlaştırma operasyonundan sonra toprağa gübre olarak verilmesi yönünde birkaç yıldır çalışmalar yapılmaktadır. Bu konuda Derneğimizce düzenlenen seminerlerde çeşitli çözümler yetiştiricilere iletilmektedir. Bir çok firma kanatlı gübresinden enerji üretmek, biyogaz tesisi kurmak, fermentasyon yoluyla olgunlaştırıp organik gübre olarak piyasada satmak şeklinde çeşitli çözümleri firmalara teklif etmekte olup birkaç entegre firma bu konuda ciddi yatırımlara girmiş bulunmaktadır.

Sektördeki firmaların tamamına yakını ISO 9001 Kalite Yönetim Sistemi Belgesi ISO 2200 Gıda Güvenliği Yönetim Sistemi Belgesi(HACCP), ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi Belgesine sahiptir. Yine sektördeki bazı firmalar BRC Global Standardı(Gıda) Belgesi ve IFS(International Food Standard) Belgesine de sahiptir.

Sektördeki firmalar TSE standartlarına uygun üretim yapmaktadırlar.

Mevcut kesimhanelerimizin yeni kurulmuş olanlarında Dünya üzerindeki en son teknolojiler mevcuttur. Büyük entegre firmalar yenilikleri yakından takip etmekte ve tesislerinde kullanmak üzere yatırımlar yapmaktadırlar. Türkiye'deki kanatlı kesimhaneleri AB Ülkelerinde bulunan kanatlı kesimhanelerinden daha genç oldukları için daha yeni teknolojiye sahiptirler. Bu bakımdan rekabette avantajlı durumda olduğumuzu söyleyebiliriz.

Ülkemizin konumu itibarıyla dünya kanatlı eti ticaretinin 1/3 lük kısmının yapıldığı Rusya ve Ortadoğu pazarlarına yakınlığı da ayrı bir avantajdır.

### 9.2 Sektörde Kamunun Rolü, Özelleştirme Faaliyetleri ve Muhtemel Etkileri

Sektörümüzde EBK zamanından kalma iki kanatlı kesimhanesinden Sincan'da olan ihtiyaç halinde kullanılmak üzere muhafaza edilmektedir. Manisa'da olan ikinci kesimhane kapanmıştır. Bu bakımdan Kamunun sektöre müdahalesi yok denecek kadar azdır.



## 10 . GENEL DEĞERLENDİRME

Kanatlı eti sektörü 2010 yılında 1.517.000 ton olan üretimini, 2023 yılında 3 milyon tona çıkarmayı hedeflemektedir. Kişi başına kanatlı eti tüketiminin de aynı tarihte 30 kg olması beklenmektedir. İhracat konusunda da 2023 yılında bir milyar US doların üzerinde bir ihracat gelirin e ulaşmak için çalışmalar yapılmaktadır.

Bu hedeflere ulaşmak hayal değildir. Ancak, yem hammaddeleri ve diğer üretim girdilerinin 2010 yılındaki üretimlerinin iki katına çıkarılması zorunludur. Doğal olarak girdi tedarikinin tamamının yurt içinden sağlanamaması durumuyla karşı karşıya kalınması halinde de ihtiyacın ithalatla kesintisiz karşılanması sorunu çözebilecektir.

Kanatlı eti üretiminin son yirmi yıllık süreçte ulaştığı seviye, halkımızın hayvansal protein gereksinimini karşılama konusunda ileriye güvenle bakmamızı sağlamaktadır. Bu da sektörün gelecekte de uzun süre önemini sürdüreceği, yatırımcıları çekeceği anlamına gelmektedir.



## SU ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ

### GİRİŞ

Su ürünleri, ülkelerin ekonomisine belirli bir yatırım ve çaba karşılığı sürekli girdi sağlayan önemli kaynaklardır. Su ürünlerinin önemi, sürekli ekonomik girdi sağlamasından daha çok insan beslenmesine olan yüksek düzeydeki hayvansal protein sağlamasından kaynaklanmaktadır. Beslenme, özellikle yeterli ve dengeli beslenmenin bilincinde olan uluslar hayvansal protein kaynaklarını daha da zenginleştirmek için denizlerden yüksek oranda yararlanmanın yollarını sürekli aramakta özellikle geleceğe yatırım yapmaktadırlar. Bu doğrultuda, ülke su ürünleri kaynaklarının devamlılık içinde kullanılarak sürdürülebilirliğinin sağlanması, geliştirilmesi, yeni av alanlarının tespiti ve stoklarından faydalanılma, kaynakların ülkenin sosyal ve ekonomik amaçları doğrultusunda kullanılması, kaynakları meydana getiren türlerin popülasyonlarının, stoklarının ve stokların yıllık üretimlerinin ve bunları etkileyen faktörlerin çok iyi bilinmesi ve çalışmaların bu doğrultuda gerçekleştirilmesi gerekmektedir.

Ülkemizde su ürünleri alanında ilk yasal düzenleme 1971 yılında yürürlüğe giren 1380 sayılı Su Ürünleri Kanunu ile olmuştur.

### 1. Su Ürünleri Üretim Alanları

Türkiye balıkçılık alanının büyük kısmını oluşturan denizler 8333 km.lik bir kıyı şeridinde sahip olup, sıcaklık ve tuzluluk açısından farklı özellikler göstermektedir. Kuzeyde sıcaklığı ve tuzluluğu düşük (%0.17-0.18) Karadeniz, batı ve güneyde sıcaklık ve tuzluluğu yüksek Ege ve Akdeniz ile bir karışım bölgesi olan boğazlar ve Marmara denizi mevcuttur. Akdeniz'den Karadeniz'e geçişte tür adedinde azalma, buna karşın popülasyon büyüklüğünde artış görülmektedir.

Ülkemiz, 1,55milyon hektar içsu (göl baraj gölü, gölet ve nehir) alanına, 24,6 milyon hektar deniz üretim alanına sahiptir.

- Kıyı uzunluklarımız :8.333 km.
- Anadolu :6.480
- Trakya : 786
- Adalar :1.067
- Karadeniz :1.695
- Marmara : 927
- Ege :3.805
- Akdeniz :1.577

### 2. Su Ürünleri İstihali

Türkiye'nin su ürünleri istihali avcılık karakterli olup, yıllara göre değişiklik göstermektedir.



## 2.1. Üretim

Su ürünleri üretiminin yaklaşık % 68'i denizlerden, % 6'sı yakın kısmı iç sulardan, % 26 civarındaki kısmı ise son 10-15 yılda önemli gelişmeler gösteren yetiştiricilikten elde edilmektedir.

**Çizelge 1: Türkiye Su Ürünleri Üretimi (Ton/Yıl)**

	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Deniz Ürünleri</b>	460 527	380 381	488 966	589 129	453.113	425 275	445 680
<b>İçsu ürünleri</b>	42 824	46 115	44 082	43 321	41 011	39 187	40 259
<b>Yetiştiricilik Ürünleri</b>	79 031	118 277	128 943	139 873	152186	158729	167141
<b>TOPLAM</b>	582 382	544 773	661 991	772 323	646 310	623 191	653 080

Kaynak:TÜİK

İstihsal, özellikle 1970'li yıllarda devlet tarafından sağlanan düşük faizli kredi ve gümrük muafiyetleri ile gerek balıkçı teknesi sayısında, gerekse av gücünde meydana gelen artışlar sonucu hızlı bir gelişme göstermiştir. 150 bin ton civarında gerçekleşen istihsal, 2007 yılında 772 bin tonun üzerine çıkmış olup 2008 yılından sonra düşmeye başlamış ve 2010 yılında 653 bin ton olmuştur (Çizelge1).

### 2.1.1. Avcılık

2010 yılı verilerine göre denizlerden elde edilen üretim miktarı 445.680 tondur. Denizlerden avcılık yolu ile yapılan bu üretimin, %90'nı olan 399 201 tonunu balık avcılığı teşkil etmekte, diğer kısmını ise balık dışındaki su ürünleri oluşturmaktadır.

Balık avcılığında elde edilen üretimin %75'i ile en büyük pay hamsi avcılığına aittir. Bunu %6,1 ile istavrit, %4 ile sardalya ve %2.5 ile mezigit takip etmektedir.

Hamsi, insan tüketimi dışında, balık unu ve yağı fabrikalarında hammadde olarak da kullanılan bir su ürünüdür. Avlanılan hamsinin yıllara göre değişmekle birlikte % 30'lar civarındaki bir kısmı balık unu ve yağı fabrikalarında hammadde olarak kullanılmaktadır.

### 2.1.2. Yetiştiricilik

2010 yılı verilerine göre yetiştiricilik yoluyla 88.575 tonu deniz, 78.568 tonu içsu olmak üzere toplam 167.141 ton üretim gerçekleştirilmiştir.Bu üretim 1.935adet balık çiftliği tarafından



gerçekleştirilmiştir. Bu yetiştiricilik tesislerinin, 1.587 adedi içsularda, 348 adedi ise denizlerde kurulmuştur. Ayrıca, onaylanmış 13 adet orkinos yetiştiriciliği projesi bulunmaktadır (Çizelge 1).

### 2.3. Deniz Ürünleri İstihsalinin Bölgesel Dağılımı

Ülkemiz deniz ürünleri istihsalı, yıldan yıla değişmekle birlikte genel olarak istihsalin %60-70'i Karadeniz bölgesinden özellikle Doğu Karadeniz'den gerçekleştirilmektedir. Bu da bu bölgede yoğun olarak yapılan hamsi avcılığından kaynaklanmaktadır.

Deniz balıkları istihsalı açısından toplam üretimin:

- %49'u Doğu Karadeniz'den
- %26'sı Batı Karadeniz Bölgesi
- %14'ü Marmara Bölgesi,
- %8'i Ege Bölgesi ve
- %3'ü Akdeniz Bölgesi elde edilmektedir.

## 3. SU ÜRÜNLERİ AV FİLOSU VE KIYI YAPILARI

### 3.1. Av Filosu

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından balıkçı gemilerinin ruhsatlandırılmasına, stoklar üzerindeki av baskısının azaltılması ve aşırı avcılığın önlenmesi amacı ile kısıtlamalar getirilmektedir. Bu doğrultuda, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığınca su ürünleri avcılığının sürdürülebilirliğinin sağlanması ve stoklar üzerindeki av baskısının azaltılması amacı ile 2002 yılından bu yana, balıkçı gemilerine yeni ruhsat tezkeresi verilmemektedir.

Bugün için ülkemizde ruhsatlandırılmış **20.888** adet balıkçı gemisi bulunmaktadır. Bu teknelerden yaklaşık **3.149** uadedi içsularda, **17.739** adedi ise denizlerde istihsal faaliyetinde bulunmaktadır. Filonun %85'i 10 metreden küçük balıkçı gemilerinden oluşmaktadır. 1.915 adedi de 12 metreden büyük teknelerdir.

### 3.2. Balıkçı Sayısı

1380 sayılı Su Ürünleri Kanununa göre su ürünleri avcılığında bulunacak gerçek kişilerin kendileri adına ruhsat tezkeresi alması zorunludur. Bu doğrultuda, balıkçılık yapmak üzere Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığından ruhsat alan 140.027 balıkçı bulunmakta, bunların % 94'üne denk gelen 132.006 adedi denizlerde faaliyet göstermekte, geri kalan % 6'sına denk gelen 8.021 adedi ise içsularda faaliyet göstermektedir.

### 3.3. Balıkçılık Kıyı Yapıları (Balıkçı Barınakları)

Ülkemizde 165 adet balıkçı barınağı, 39 adet barınma yeri, 73 adet çekek yeri olmak üzere 277 adet kıyı yapısı bulunmaktadır. Bunun 123 adedi ise Karadeniz bölgesinde yer almaktadır.



Balıkçı barınaklarının inşası Ulaştırma Bakanlığı DLH İnşaatı Genel Müdürlüğüne gerçekleştirilmekte, Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının görüşleri doğrultusunda Maliye Bakanlığınca barınakların gerçek ihtiyaç sahipleri olan Su Ürünleri Kooperatif ve Birliklere, 2886 sayılı Devlet İhale Kanununa tabi olmaksızın pazarlıkla kiraya verilmektedir. Balıkçı barınaklarının öncelikli amacı her türlü balıkçı gemilerine hizmet vermektir.

#### 4. SU ÜRÜNLERİ İŞLEME VE DEĞERLENDİRME SANAYİ

Ülkemizde su ürünleri istihali büyük ölçüde taze tüketime sunulmakta % 4'ü balık unu ve yağı fabrikalarında değerlendirilmektedir. % 10'u ise insan tüketimine sunulmak üzere su ürünleri işleme ve değerlendirme tesislerinde kullanılmaktadır. Bu tesislerin büyük bölümü dondurulmuş su ürünleri üzerine çalışmaktadır.

Teknik ve hijyen şartları açısından Avrupa ve Dünya standartlarına uyum sağlayan 101 adet balıkçılık, 10 adet canlı çift kabuklu yumuşakça, 13 adet işlenmiş kurbağa ve kara salyangozu, 12 adet canlı kurbağa ve kara salyangoz tesisine AB'ne yönelik onay numarası veya ihracat izni verilmiştir. Ayrıca, 30 adet tesise ise AB dışı ülkeler için ise ihracat izni verilmiştir.

AB'ne yönelik oluşturulan balıkçılık ürünleri tesis listesinde 16 adet işlenmiş kum midyesi, 2 adet konserve ton balığı tesisi bulunmaktadır. İhracat izni verilmiş bu listelerde yer alan bir tesis aynı zamanda diğer bir listede de yer aldığından ülkemizdeki ihracata yönelik çalışan tesis sayısı 138 adettir.

Teknik ve hijyen şartları açısından Bakanlığımızdan çalışma izni, AB Dışı ülkelere yönelik ihracat izni ve Avrupa ve dünya standartlarına uyum sağlayan onay numarası almış işleme ve değerlendirme tesislerinin toplam sayısı 162 Adettir.

#### 5. SU ÜRÜNLERİNİN PAZARLANMASI

##### 5.1. Ülkemiz Su Ürünleri Tüketimi

Ülkemizde kişi başına su ürünleri tüketimi **7-8 kg/yıl** olup, bu rakam kıyı bölgelerinde 25 kg/yıl iç ve Doğu Anadolu bölgelerinde 1 kg/yıl'dır.

Yıllık kişi başına balık tüketiminde (FAO)dünya ortalaması 2007 yılında 16,1 kg, Avrupa Birliği (AB) üyesi ülkelerde bu ortalama 22 kg/yıl dır.

Ülkemizde su ürünleri genel olarak % 86 taze tüketimde, % 4'ü balık unu ve yağı fabrikalarında ve %10'u insan tüketimine sunulmak üzere su ürünleri işleme ve değerlendirme tesislerinde kullanılmaktadır.

##### 5.2. Su Ürünleri İhracatı

Su ürünleri ihracatımız özellikle yetiştiricilik ürünlerinin üretiminin artması ile birlikte artmaya başlamış olup 2008 yılında, 383 milyon 297 bin dolara ulaşmıştır. Sonraki yıllarda ihracatımız bir miktar azalmış ve 2010 yılında 312 milyon 935 bin ABD doları olarak gerçekleştirmiştir. İhracatın büyük bir bölümünü taze-soğutulmuş balıklar oluşturmaktadır. Dondurulmuş balık,





balık filetoları ve kabuklu hayvanlar diğer önemli ürün gruplarını oluşturmaktadır. İhracatımızdan taze/soğutulmuş balıklar %51 pay almış olup bunu %16, 6 pay ile fileto ürünler, %8 ile dondurulmuş balıklar izlemiştir (Çizelge 2).

**Çizelge 2: Su Ürünleri İhracatı**

Yıllar	Miktar (Ton)	Değer (US DOLAR )
2002	26.860	96.728.389
2003	29.937	124.842.223
2004	32.804	180.513.989
2005	37.655	206.039.936
2006	41.973	233.385.315
2007	47.214	273.077.508
2008	54.526	383.297.348
2009	56.406	335.973.642
2010	55.109	312.935.016

Kaynak:TÜİK

Önde gelen pazarlarımız Japonya ve Avrupa Birliği ülkeleri olup Hollanda, İtalya, Yunanistan ilk 4 pazarımız arasında yer almaktadır. AB dışından ise Lübnan ve ABD ilk on pazarımız arasındadır. Su ürünleri ihracatımızın yöneldiği pazarlar her ne kadar AB ağırlıklı ise de, dünyanın her bölgesine ihracat gerçekleştirilmektedir. Uzak Doğu Pazarlarında; Japonya, Güney Kore, Çin Halk Cumhuriyeti, Tayvan, Amerika kıtasında; ABD ve Kanada, Orta Doğu'da; Lübnan, Kuzey Kıbrıs, ihracatımızda önde gelen pazarlardır.

### 5.3. Su Ürünleri İthalatı

Ülkemizin su ürünleri ithalatının önemli bir kısmını dondurulmuş balıklar teşkil etmektedir. Bunları yumuşakçalar ve balık filetoları izlemektedir. 2008 yılında Türkiye'nin su ürünleri ithalatı 119 milyon 769 bin doları taze, dondurulmuş, tütsülenmiş olmak üzere 122 milyon 243 bin ABD doları olarak gerçekleştirmiştir(Çizelge3).

**Çizelge 3: Su Ürünleri İthalatı**

Yıllar	Miktar (Ton)	Değer (US DOLAR )
2002	22.532	18.754.783
2003	45.606	32.636.120
2004	57.694	54.240.304
2005	47.676	68.558.341
2006	53.563	83.409.842
2007	58.022	96.632.063
2008	63.222	119.768.842
2009	72.705	105.914.621
2010	80.726	133.829.563

Kaynak:TÜİK



İthalatta dondurulmuş ve yarı işlenmiş ürünler önemli bir paya sahiptir. İthal edilen donmuş ürünlerin çoğunluğunu ise konserve şeklinde ihraç edilen ton balığı ve orkinos yemleri olan donmuş balıklar oluşturmaktadır.

## 6. SU ÜRÜNLERİ ÜRETİCİ ÖRGÜTLERİ

Denizlerde ve içsularda faaliyet gösteren 24.920 ortaklı 482 adet su ürünleri kooperatifi, bir adet Su Ürünleri Kooperatifi Merkez Birliği, 14 adet Su Ürünleri Bölge Birliği olmak üzere toplam 15 adet su ürünleri birliği bulunmaktadır.

### Avcılık Alanında;

Merkez birliği	1 Adet
Bölgesel birlik	14 Adet
Kooperatif	482 Adet
Kooperatif ortağı	24.920 Kişi
Balıkçı	140.027

### Yetiştiricilik Alanında;

Üretici birliği	5 Adet
Dernek	3 Adet
Federasyon	1 Adet

## 7. SU ÜRÜNLERİNDE YAPILMASI GEREKENLER

- Kaynaklar ve ulusal filonun balıkçılık kapasitesi arasında sürdürülebilir bir denge sağlamak,
- Çevresel, sosyal ve ekonomik olarak sürdürülebilir su ürünleri yetiştiriciliğinin faydalarını maksimuma çıkarmak ve Türkiye'yi bölgesel endüstrinin en ön sırasına yerleştirmek,
- Avcılık ve yetiştiricilik alt sektörleri üretiminden eklenen artan değer ile rekabetçi bir işleme, dağıtım ve pazar sektörü oluşturmak,
- Çevresel olarak sürdürülebilir bir şekilde içsu balıkçılığının faydalarını maksimuma çıkarmak,
- Balıkçılık alanlarının sürdürülebilir kalkınmasını sağlamak,
- Balıkçılık sektöründe faal yapıların rekabet yeteneğini güçlendirmek ve ekonomik olarak geçerli özel sektör teşebbüslerinin kalkınmasına katkıda bulunmak,



- Balıkçılık sektörü ile uğraşan insan kaynakları kapasitesini geliştirmek (sürdürülebilir istihdam, eğitim ve cinsiyet konuları dahil ),
- Balıkçılık sektörünün kalkınması dahilinde çevre ve canlı su kaynakların korunmasını ve çoğalmasını sağlamak,
- Balıkçılık sektörünün sürdürülebilir kalkınmasını sağlamak amacıyla gerekli veri ve bilgi toplanması ve izleme, kontrol ve gözetim kalitesini geliştirmek.

Yukarıdaki faaliyetleri gerçekleştirmek için Su Ürünleri Kanununun günün şartlarına göre revize edilmesi, Su Ürünleri hizmetlerini yürütmek üzere 2011 yılı içinde kurulan Balıkçılık ve Su Ürünleri Genel Müdürlüğünün biran önce sektörü derleyip toparlayacak teşkilat yapısına ve ekipmana kavuşması gerekmektedir.



## MEYVE VE SEBZE İŞLEME SEKTÖRÜ

### GİRİŞ

#### 1. SEKTÖRÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

##### 1.1 Endüstri Yapısı

###### 1.1.1 İşletme Sayısı

Türkiye’de Tarım ve Köy İşleri Bakanlığına kayıtlı gıda üreten işletme sayısı yaklaşık 40 bin’dir.

###### 1.1.2 Ekonomide Yaratılan Katma Değer

Gıda sektörü daha çok yurt içi ham maddeleri işleyerek katma değer oluşturmaktadır. Bu haliyle de kırsal kalkınmanın lokomotifi durumundadır. Temel Gıda maddelerini işlemesi nedeniyle de krize en son girmekte ve ilk önce çıkmaktadır.

#### 1.2 Üretim

##### 1.2.1 Ürün Bazında Üretim

TÜİK verilerine göre 2011 Haziran ayında 2005=100 temel yıllık sanayi üretim endeksindeki gıda ürünleri imalatı 5,3’ten 13,8’e yükselmiştir.

##### 1.2.2 Mevcut Kapasite ve Kapasite Kullanım Oranı

Gıda ürünlerinde kapasite kullanım oranı 2010 Temmuz ayında 67,9 iken; 2011 Temmuz ayında 69,9 rakamına ulaşmıştır.

#### 1.3 Tüketim

##### 1.3.1 Ürün Bazında Tüketim Değerleri

Hane halklarının yurtiçi tüketimi 2010 1.döneminde 48.827,6 milyar TL iken, 2011 1.döneminde 56.582,4 milyara (TL) yükseldi.

#### 1.4 Türkiye Gıda ve İçecek Pazar Verileri

##### 1.4.1 Pazar büyüklüğü

Türkiye Gıda ve İçecek Sanayisi, yaklaşık 200 milyar dolarlık Pazar büyüklüğüne sahiptir.



### 1.4.2 Büyüme Oranları

Gıda ve içecek sektörü 2010 yılında 3,4 milyar dolarlık ithalatına karşın, 6,7 milyar dolarlık ihracatla%195 gibi yüksek bir oranda dış ticaret fazlası verdi. Yine verilere göre, geçen yıl Türkiye'nin ihracatındaki artış oranı 2009 yılına göre %11,5 olarak gerçekleşirken; gıda ve içecek sanayinin ihracat artış oranı %13,1 oldu. **Gıda ve İçecek Sanayi cari fiyatlarla 222 milyar TL'ye yükselmiştir.**

### 1.5 Dış Ticaret

**Çizelge 1: Meyve Sebze Mamulleri - İthalat (1.000 \$)**

2006	2007	2008	2009	2010	2011 (*)
59.394	73.438	103.681	78.913	106.764	169.051

(\*) Ocak-Haziran 2011 verisidir.

*Kaynak: Dış Ticaret Bilgi Sistemi*

### 1.6.İstihdam

2011 Nisan ayı verilerine göre; Gıda perakendeciliğinde istihdam aylık ve yıllık bazda %1 artmıştır.

## 2. SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ

### 2.1 Gıda Sanayinin Güçlü Yönleri

Genç ve artan nüfusu ile, Türkiye'de hem üretim hem de tüketim artış göstermektedir. Türkiye gıda endüstrisi, ülkedeki mevcut tarımsal ürün çeşitliliği sebebiyle önemli ihracat fırsatlarına sahiptir. Gelişen bir ülke olarak, tüketici harcamalarını da pozitif yönde etkileyecek olan kişi başı GSYİH'da ileriki yıllarda artış beklenmektedir.

### 2.2 Gıda Sanayinin Zayıf Yönleri

Küresel ekonomik krizden etkilenen değişken ekonomik ortam tüketici harcamalarını engelleyebilir. Alkollü içeceklerde talebin İslami gelenekler ve yüksek Özel Tüketim Vergisi sebebiyle Avrupa ülkelerine kıyasla düşük düzeyde kalma durumu söz konusu olabilir.

### 2.3 Gıda Sanayi için Tehditler

Tarımda istikrarsız mevzuat ortamı gıda sektörünü de etkileyebilir. Yüksek enerji ve ham madde maliyetleri yiyecek ve içecek üreticilerinin performanslarını olumsuz etkileyebilir. Dünyadaki yüksek kalite ve düşük fiyatta şarap üreten yeni şarap üreticileri sebebiyle şarap endüstrisinde rekabet oluşabilir.



## 2.4 Gıda Sanayinin Önündeki Fırsatlar

İlgi düzeyi yüksek genç nüfusun yeni marka ve ürünlere açık olması fırsat olarak değerlendirilebilir. Turizm sektöründeki büyümenin yiyecek ve içecek sektöründeki tüketimi de artırması beklenebilir. Henüz pazarın olgunluğa ulaşmaması sebebiyle yeni ürünlerin Türkiye'ye girebilme fırsatları olarak görülebilir.

## 3. YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR

### 3.1 Genel Teşvik Sistemi ve Uygulamaları

Türkiye'de yatırımların teşviki, Kalkınma Planları ve Yıllık Programlar doğrultusunda, hazırlanan mevzuat ile yürütülmektedir. Teşvik mevzuatı ile bölgeler arası dengesizlikleri gidermek, sermayeyi tabana yaymak, istihdam yaratmak, katma değeri yüksek, ileri ve uygun teknolojileri kullanmak ve uluslararası rekabet gücünü sağlamak için yatırımların uluslararası yükümlülüklerimize aykırılık oluşturmayacak şekilde teşviki, yönlendirilmesi ve desteklenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla hazırlanan 10.06.2002 tarih ve 2002/4376 Sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları ve Yatırımları Teşvik Fonu Esasları Hakkında Karar 09.07.2002 tarih ve 24810 sayılı Resmi Gazetede, Bu Karara istinaden düzenlenen 2002/1 sayılı Tebliğ ise 30.07.2002 tarihli Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girerek uygulanmaktadır.

### 3.2 Teşvik Belgeli yatırımlara sağlanacak destek unsurları

Gümrük vergisi ve toplu konut fonu istisnası, Katma Değer Vergisi istisnası, Kredi Faiz indirim desteği.

### 3.3 Genel Teşvik Sistemi ile ilgili Uygulama Bilgileri

Türkiye'de yatırımların teşviki, Kalkınma Planları ve Yıllık Programlar doğrultusunda, hazırlanan mevzuat ile yürütülmektedir. Teşvik mevzuatı ile bölgeler arası dengesizlikleri gidermek, sermayeyi tabana yaymak, istihdam yaratmak, katma değeri yüksek, ileri ve uygun teknolojileri kullanmak ve uluslararası rekabet gücünü sağlamak için yatırımların uluslararası yükümlülüklerimize aykırılık oluşturmayacak şekilde teşviki, yönlendirilmesi ve desteklenmesi amaçlanmaktadır. Bu amaçla hazırlanan 10.06.2002 tarih ve 2002/4376 Sayılı Yatırımlarda Devlet Yardımları ve Yatırımları Teşvik Fonu Esasları Hakkında Karar 09.07.2002 tarih ve 24810 sayılı Resmi Gazetede, Bu Karara istinaden düzenlenen 2002/1 sayılı Tebliğ ise 30.07.2002 tarihli Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girerek uygulanmaktadır.

### 3.4 KOBİ Teşvik Sistemi ve Uygulamaları

Ülke gayri safi milli hâsılası, istihdam ve ihracat üzerinde önemli payı olan küçük ve orta ölçekli işletmeler sağladıkları bu katkılardan dolayı ekonomik ve sosyal amaçlı kamu politikalarının önemli uygulama alanlarından biri haline dönüşmüştür. KOBİ'lerin takip edilen kamusal politikalarda önemli yer tutmasında, ekonomik büyüme ve istikrar yanında sosyal yapıdaki aksaklıkların giderilmesinde oldukça etkili olmaları büyük rol oynamaktadır.



#### 4. SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER

İnsanlar artık bir şekilde kendini tedavi etmeyi tercih ediyor. Bu noktada, gıda sektöründe yeni yönelimler arasında fonksiyonel gıdalara yönelim ortaya çıkmaktadır. Kilo kontrolü sağlayan, kolesterol düşürücü, sindirimi kolaylaştırıcı, bağışıklık güçlendirici yeni fonksiyonel ürünler, en çok rağbet gören gıda ürünleri arasında gösterilmektedir. Sağlığı ön planda tutan tüketicilerin tercihlerinde düşük yağlı/kalorili ve düşük sodyumlu ürünler; proaktif yaşam şeklini benimseyenlerin tercihlerinde zenginleştirilmiş gıda ve içecekler öne çıkmaktadır.

#### 5. SEKTÖRDE DIŞ PİYASALARDAKİ DURUMU

Ekonomileriyle birlikte refah seviyeleri de yükselen gelişmekte olan ülkelerdeki (Brezilya, Çin, Hindistan vb.) talep artışı; başta tahıl, hububat, şeker, kırmızı et ve süt olmak üzere tarımsal emtiaların fiyatlarını da arttırdı. Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) fiyat endeksi, özellikle bu ana ürünlerde son 25-30 yılın en yüksek oranlarına ulaştı. Uzmanlar, dünya gıda fiyatlarındaki artış eğiliminin 2012’de de süreceğini öngörüyor.

#### 6. DİĞER SEKTÖRLER VE YAN SANAYİ İLE İLİŞKİLER

Gıda sanayinin en fazla, hammadde kaynağını oluşturan **tarım sektörü**yle ilişkili bulunduğu kabul edilebilir. Temel sorun, Türkiye’de tarımın sanayiye yeterli ve istenen kalitede hammaddeyi sürdürülebilir şekilde arz edememesidir. Yapılan bir değerlendirmeye göre ülkemizde tarımsal ürünlerin ortalama %30’u sanayide değerlendirilirken, bu oran gelişmiş ülkelerde %60-80 arasında değişmektedir. Yeterli ham madde üretimi yanında, kaliteli ve istikrarlı hammadde üretmek de oldukça önemlidir ve tarımsal üretimde temel hedef olarak ele alınmalıdır. Sektörün en yakın ilişkisi olduğu tarımla ilgili olarak, var olan durum geçmiş yıllarla karşılaştırıldığında, *“hammadde iç tüketim ve dış ticaret açısından nitel ve nicel olarak yetersizdir ve bu yetersizlik şiddetle artmaktadır”* denilebilir. *Tarımda üretimin dünya fiyatları düzeyinde olmaması sanayici için sorundur. Ancak tarımsal üretimde maliyet yüksekliğine, düşük verimli üretim yanında özellikle girdi fiyatlarının yüksekliğinin ve bu arada devlet destek ve teşvik uygulamalarının yetersizliğinin neden olduğu da unutulmamalıdır. Diğer yandan tarımsal işletmelerin küçüklüğü, ölçek ekonomisi altında faaliyette bulunmaları, arazi parçalanmaları ile işletmelerin karlılık ve verimlilik azalışları, çok sayıda aracı olması ve son olarak pazara yönelik üretim yapısının gelişmemiş olması, tarımsal ürünlerde maliyetin yüksekliğini etkileyen etmenler olarak karşımıza çıkmaktadır.*

#### 7. SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI

##### 7.1 Temel Strateji, Amaç ve Politikalar

Üreticilerin, üretimin, hayvanların kayıt altına alınması; kayıt dışılığı özendirici koşulların ortadan kaldırılması; güncel ve tutarlı resmi tarım istatistiklerinin geliştirilmesi. Tarımsal



işletmelerin ekonomik açıdan optimal büyüklüğe ulaştırılması. Ekonomik açıdan sürdürülebilir tarım işletmelerin yeniden yapılandırılması; diğer üreticiler için alternatif gelir kaynaklarının yaratılması (Ulusal Kırsal Kalkınma Planı ve IPARD Planı bu çerçevede büyük rol oynayacaktır. Bu AB'ye uyum sürecinde rekabet edemeyen işletmelerin kapatılması nedeniyle yaşanacak işsizlik ve köyden kente göç problemine de çare olacaktır. Başta ihracata yönelik ürünlerde olmak üzere standartların yerine getirilmesi ve kalitesinin artırılması için tedbirler alınması (Üreticilerin eğitilmesi, sertifikalı tohum kullanımının yaygınlaştırılması, bilinçli gübre kullanımının teşvik edilmesi, Ar-Ge yatırımlarının ve teknoloji kullanımının teşvik edilmesi vs). Piyasa düzenleri, müdahale kurumları, ulusal ürün konseylerinin oluşturulması. Tarım ve gıda sektörünün entegrasyon düzeyi artırılarak yeterli ve güvenli ham maddenin sağlanması. Bu çerçevede örgütlenmenin, sözleşmeli üretimin ve ürün borsalarının geliştirilmesi.

## 7.2 Gıda Mevzuatı

Üretimin önündeki engellerin kaldırılması için serbest Pazar ekonomisinin tam olarak uygulanması gerekmektedir. AB'ne uyum çalışmaları çerçevesinde yapılacak çalışmalar içinde yer alan gıda mevzuatı uyum çalışmalarına başlanmalıdır.

## 7.3 Gıda Denetimi

Sebze, meyve ve tahıllar, çeşitli kaynaklardan sağlanan etler, süt, yumurta ve benzeri gıda maddelerinin üretim, ambalajlandıktan sonra piyasaya arz edilen ürünlerin her aşamasını denetlemekle yükümlü olan Tarım İl Müdürlüğü Gıda Denetim şubesinde geçtiğimiz yıl; 4 bin 400 civarında denetim yapıldı. Yapılan denetimlerin 1513'ü gıda üretimi yapılan ve 2903 'ünde gıda satış ve toplu tüketim yerlerinde gerçekleştirildi.

## 7.4 Kayıtdışılık

Gıda sektörünün en büyük sorunu kayıt dışılık ve güvenilir olmayan tarım istatistikleridir. Toplam kırmızı et üretiminin yaklaşık %50'sinin, süt üretiminin ise yaklaşık %80'nin kayıt dışı olduğu tahmin edilmektedir. Kayıt dışılık bir taraftan üretimin kalite ve güvenilirliğini azaltırken diğer taraftan haksız rekabete neden olmakta ve fiyat istikrarını bozmaktadır. Bu aynı zamanda AB ile katılım müzakerelerinde süt gibi bazı ürünlerde kotalar belirlenirken Türkiye'yi gerçek üretiminin çok altında kota tahsis edilmesi tehlikesi ile karşı karşıya getirecektir.

## 7.5 Tüketicinin bilinçlendirilmesi

Tüketicilerin “gıda okur yazarlığını geliştirmek” ve “daha bilinçli seçimler yapmalarını sağlamak” gerekmektedir.





## 7.6 STK'larının güçlendirilmesi

Sanayinin ihtiyacına cevap verecek ve sağlıklı beslenmeyi temin edecek organizasyonları düzenleyecek kurumlar oluşturulmalıdır. Burada AB örneklerinden yararlanılmalı, devlet kurumları özellikle STK'lar ile olan işbirliğini artırıcı yönde teşvik edici stratejilerde bulunmalıdır.

## 8. SEKTÖRÜN AB UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA VE AB KARŞILAŞTIKLARI UYUM SORUNLARI

### 8.1 Gıda ve içecek sanayinin AB ile karşılaştırılması

AB Ortak tarım politikasına uyumda, ürün deseni konusunda çeşitli zorluklarla karşılaşılması söz konusu olacaktır. Bir kısım geleneksel ürünlerden maliyetlerimizin yüksekliği nedeniyle vazgeçmek ve AB'nin tercih ettiği dallarda üretim yapmak zorunda kalmamız kaçınılmaz görülmektedir. Topluluk ülkelerine AB fonlarından yapılan desteklerden sektör olarak yararlanılması müzakere sürecinde mümkün olmayacaktır. Bu kaynaklardan ancak kesin üyelik kazanıldığında yararlanılabilecektir. Bu dikkate alındığında, maliyetlerin düşürülmesi ve iç ve dış ticaretin geliştirilmesi konusunda daha uzun bir süre kendi imkânlarımızla yetinmek zorunda kalınacağı ve mevcut sorunların büyük oranda devam edeceği anlaşılmaktadır. Kayıt dışı yapılan üretimler tarımsal konularda AB'ye uyum sağlayabilmenin önündeki en büyük engellerden biridir. Müzakere süresince bu konuda sağlanabilecek gelişmeler oranında sorunun küçülmesi mümkün olacaktır.

## 9. SEKTÖREL YAPILANMA

Kamu sektöründen özel sektöre doğru yapılanmanın, karlılık ve verimliliği artırması, tüketiciye güvenli ve uygun fiyatlı ürünlerin sunumu ve üretim faaliyetinde etkinliğin yükseltilerek ekonomiyeye canlılık getirmesi beklenmektedir.

## 10. SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTIRILMASI VE VERİMLİLİK

### 10.01 AR-GE Harcamaları ve İstihdamı, çevre uygulamaları, teknoloji ve hammadde

Gıda sanayi çevre üzerinde olumsuz etkiler yapmaktadır. Gıda sanayinde, üretim sırasında katı, sıvı ve gaz atıklar ortaya çıkmaktadır. Bu maddelerin miktarının azaltılması, bunların bir kısmının geri kazanımı ve atık su arıtımı gibi konular gıda sanayinin gündemindedir. Gıda teknolojisinde ve beslenme bilimindeki gelişmelere ve tüketicinin bilinçlenmesine bağlı olarak bu anlamda gıda çeşitlenmesinin daha da artması beklenmektedir.

### 10.02 Sektörde kamunun rolü, özelleştirme faaliyetleri ve muhtemel etkileri

Tarımsal özelleştirmeler, üretici örgütlülüğünün niteliksel olarak yetersiz, pazarlama kanallarının sağlıklı olmadığı Türkiye kırsal yapısında; birçok alt sektörde benzer sonuçlar üretmiştir.



### 11. GENEL DEĞERLENDİRME

Gıda sanayinde tarım sektörüyle entegrasyon düzeyi artırılarak yeterli ve güvenli ürünün teknoloji gücü yüksek ve sürdürülebilir rekabet gücüne sahip bir yapı hedeflenmektedir.



## MEYVE SUYU SEKTÖRÜ

### GİRİŞ

#### 1. SEKTÖRÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Ülkemiz ekonomisi ve gelişimi açısından tarım ve tarıma dayalı sanayi çok büyük önem taşımaktadır. Tarım sektörünün en önemli alanlarından biri olan “meyve üretimi ve işleme sanayisinin” ülkemizde büyük bir potansiyeli olduğu bilinmekte, bu potansiyelin kullanılabilmesi için Devlet – Üretici – Sanayici – Bilim Kuruluşları iş birliği karesi oluşturulmalı ve en verimli projelerin geliştirilerek hayata geçirilmesi sağlanmalıdır.

Türkiye ürettiği 16.3 milyon ton meyve ile dünya üretiminde 6. sırada olup, dünya meyve üretiminin yaklaşık % 3’ünü karşılamaktadır. Ülkemizin, meyve suyu sanayisinin işlediği başlıca meyvelerin dünya sıralamasına bakıldığında, en üst sıralarda yer aldığı görülmektedir. Türkiye, dünyada kayısı ve vişne üretiminde birinci, nar üretiminde üçüncü, elma ve domates üretiminde dördüncü ve şeftali ile üzüm üretiminde ise altıncı sırada yer almaktadır.

Türkiye meyve suyu sanayisi, ülkemizin tarıma elverişli coğrafi konumu, ihracat gücünü arttıran özel konumu, sahip olduğu iklimsel olanaklar, genç nüfusu, ekonomideki gelişmelere paralel olarak artan alım gücü, her geçen gün gelişen ve genişleyen dinamik iç pazarı açısından birçok avantaja sahiptir. Bu avantajların açtığı fırsat kapıları doğru şekilde kullanılabilirse, bu alandaki fırsat ve potansiyeller ülke ekonomisinin gelişmesine çok ciddi katkıda bulunacaktır.

Ülkemiz meyve ve meyve işleme sanayisinin önünde hem dış pazardaki hem de iç pazardaki gelişmelerden dolayı çifte fırsat bulunmaktadır. **Dış pazarlara** baktığımızda ithal girdi için yükselen bir talebin var olduğu görülmektedir. İzmir Ticaret Odası tarafından hazırlanan “Tarım AB ve Türkiye – Mevcut Durum Riskler ve Fırsatlar” raporunda da belirtildiği gibi AB ülkeleri, bütçe dağılımı konusunda birçok iç tartışma yaşamış ve 2005 yılı sonuna kadar AB Dönem Başkanlığı yapan İngiltere, bütçenin yarısının tarıma ayrılmasına karşı çıkmıştır. Bu tartışmalar sonucunda ortak tarım bütçesine ayrılan fon azalırken, bunların üzerine yaşanan ekonomik kriz de bu sürecin hızlanmasına neden olmuştur. Desteklerin geri çekilmesiyle Avrupa’da tarım ve tarıma dayalı sanayi sektöründe büyük bir ihtiyaç boşluğu ortaya çıkacaktır ve bunun etkileri de şimdiden görülmeye başlanmıştır. Dolayısıyla Türkiye’nin önüne yakın gelecekte Avrupa kaynaklı önemli ihracat fırsatları çıkacaktır.

**İç pazar** ise ekonomideki gelişmeler ve tüketim ihtiyacı artışına paralel olarak hızla genişlemektedir. Türkiye Meyve Suyu Sektörü ve meyve işleyen diğer sektörlerin (meyve-sebze şoklama, reçel, meyveli gıda ve içecekler, kurutulmuş meyve/sebze vb gibi) devam eden tüketim artışlarına bağlı önemli bir büyüme potansiyeline sahip olduğu görülmektedir.

#### 1.1 Endüstri Yapısı

##### 1.1.1 İşletme Sayısı

Meyve suyu sanayisinde faaliyet gösteren firmalar meyve suyu konsantresi ve püresi yani ara mamul üreticileriyle, tüketime hazır içecek üreticileri olmak üzere iki ana gruba ayrılmaktadır. Meyve işleyerek ara mamul üreten firmaların bir kısmı aynı zamanda tüketici ürünü üreticisidir.

Meyve suyu işleme sanayisinde üretim, üç tip hat üzerinden yapılmaktadır. Bunlar elma, vişne gibi meyvelerin işlendiği berrak hat; şeftali, kayısı gibi meyvelerin işlendiği bulanık hat ve portakal, limon gibi meyvelerin işlendiği narenciye hattıdır. Ülkemiz meyve suyu sanayisinde en



çok işlenen meyveler elma, şeftali, vişne, kayısı, nar ve havuçtur. Çizelge'1'de sektördeki firmaların fabrikaları, yerleşim yerleri ve işledikleri meyve çeşitleri verilmektedir.

**Çizelge 1: Türkiye meyve suyu sanayinde meyve işleyen firma bilgileri**

Firma	Yerleşim	Elma	Vişne	Kayısı / Şeftali	Narenciye	Nar	Havuç
AKDEM	EREĞLİ - KONYA						x
AKSU	NİĞDE	x					
ANADOLU	YAHYALI-KAYSERİ	x	x				
ANADOLU ETAP	MERSİN	x	x	x	x	x	x
ARISU	ÇİVRİL-DENİZLİ	x	x	x		x	x
AROMA	GÜRSU-BURSA	x	x	x			x
DÖHLER	KARAMAN	x	x	x		x	x
ASLANOBA	BURSA			x			
ASYA	EĞRİDİR-İSPARTA	x	x	x		x	x
ANADOLU ETAP	BALIKESİR			x			
DİMES	TOKAT	x	x	x		x	x
DİMES	KEMALPAŞA-İZMİR	x	x	x	x	x	x
ELİTE NATUREL	ANKARA					x	
ELMASU	İSLAMKÖY-İSPARTA	x	x				
ELMASYA	ZİYARET - AMASYA	x					
ERKON	EREĞLİ-KONYA						x



TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ  
MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

ERSU	EREĞLİ-KONYA	x	x	x	x	x	x
ANADOLU ETAP	ELMALI- ANTALYA	x	x			x	
FRIGOPAK	İNEGÖL - BURSA			x			
GOLDEN	KORKUTELİ- ANTALYA	x					
GÖKNUR	NİĞDE	x	x	x	x	x	x
GÜLSAN	KAYSERİ	x	x	x			
KIZIKLI	NİĞDE	x	x	x			
KONFURT	ÇAL-DENİZLİ	x	x	x	x	x	x
KONFURT	DÖRTYOL-HATAY				x		
LİMKON	ADANA	x	x	x	x	x	x
MAVİDENİZ	EĞRİDİR- ISPARTA	x					
MEYKON	ELMALI- ANTALYA	x	x	x	x	x	x
MORELLO	DEREÇİNE- AFYON	x	x	x			
OĞUZ	ADANA			x			
PENKON	ÇİVRİL-DENİZLİ	x	x	x		x	x
TAMEK	KARACABEY- BURSA	x	x	x			
TAMEK	KIZIKSA- MANYAS- BALIKESİR			x			
TARGID	MERSİN	x	x	x		x	x
TUNAY	ERZİNCAN	x	x	x		x	x
UNİT GRUP	İĞDIR			x			
YUMMY	MERSİN	x	x	x			



Yukarıda bahsedildiği gibi meyve suyu sektöründeki diğer grup, tüketime hazır içecek üreticileridir. Meyve suyu sanayisi tarafından üretilen ürünler dört ana kategoriye ayrılmaktadır: Bunlar %100 meyve suyu, meyve nektarı, meyveli ve aromalı içeceklerdir. Üreticilerin kategorilere göre listelenmesinde meyveli ve aromalı içecek üreticileri beraber konumlandırılmıştır. Çizelge'2'de meyve suyu ve benzeri içecek kategorilerine göre üretici listeleri verilmektedir.

**Çizelge 2: Türkiye'de meyve suyu ve benzeri ürün kategorilerine göre üretici listeleri**

Kategori	Üreticiler	Kategori	Üreticiler		Kategori	Üreticiler	
%100 Meyve Suyu	AROMA	Meyve Nektarı	AKBEL	TAT	Meyveli + Aromalı İçecek	AROMA	ULKER
	ASLANOBA		AKYUDUM	TORE		COCA COLA	YUMMY
	BAYKUR		AROMA	ULKER		CARDAK	OTHER
	COCA COLA		ASLANOBA	VITAMINGO		DIMES	AKYUDU
	DIMES		COCA COLA	YUMMY		ERSU-GOLDEN	AROMA
	ERSU-GOLDEN		DANONE			FRIGOPAK	COCA
	FRIGOPAK		DIMES			FETTAHOGLU	CARDAK
	GUMUSSUYU		ERSU-			GUMUSSUYU	DIMES
	GE-TA		FRIGOPAK			GULSAN	DOGAN
	GÖKNUR		GÖKNUR			GUNEY	ERSU-
	GULSAN		GUMUSSUYU			IHLAS	FRIGOP
	KIZIKLI		GULSAN			KERVAN	GUMUS
	NUMIL		GUNEY			KIZIKLI	GE-TA
	OGUZ		IHLAS			MIS SALCA	IHLAS
	PINAR		KIZIKLI			OGUZ	KIZIKLI
	TAMEK		MARASA			PINAR	OGUZ
	TAT		OGUZ			RAUCH	PINAR
	TUKAS		PINAR			SARAY	TAMEK
	ULKER		RAUCH			TAMEK	ULKER
	VITAMINGO		SARAY			TAT	ULUDA
YUMMY	TAMEK		TORE	YUMMY			

### 1.1.2 Ekonomide Yaratılan Katma Değer

MEYED tahminlerine göre, Türkiye meyve suyu sanayinin son beş yılda ekonomide yarattığı katma değer sırasıyla 1.20, 1.35, 1.40, 1.55 ve 1.70 Milyar TL olarak gerçekleşmiştir.



## 1.2 Üretim

Çizelge 3: Türkiye’de meyve suyuna işlenen başlıca meyvelerin üretimi (bin ton)

MEYVE	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Elma	2.570	2.002	2.458	2.505	2.782	2.600
Kayısı (*)	894	483	590	751	695	476
Şeftali	510	553	539	552	547	539
Vişne	140	122	180	185	192	195
Portakal	1.445	1.536	1.441	1.427	1.690	1.710
Üzüm	3.850	4.000	3.613	3.918	4.265	4.255
Nar	80	91	107	128	171	208
Limon	600	710	651	672	784	787
Çilek	200	211	251	261	292	300
Ayva	100	106	95	95	96	121
Domates	10.050	9.855	9.937	10.985	10.746	10.052
Armut	360	318	356	356	384	380
Sarı Havuç	370	371	544	549	566	487
Siyah Havuç	18	24	98	42	28	46
Greyfurt	150	180	163	168	190	214
Mandalina	715	791	744	756	846	859
<b>TOPLAM</b>	<b>22.052</b>	<b>21.353</b>	<b>21.767</b>	<b>23.350</b>	<b>24.274</b>	<b>23.229</b>

\* zerdali dahil

### 1.2.1 Ürün Bazında Üretim

#### 1.2.1.1 Türkiye’de Meyve Üretimi

Türkiye’de meyve suyuna işlenen başlıca meyveler; elma, kayısı (zerdali dahil), şeftali, vişne, portakal, üzüm ve nardır. Ancak son dönemde hem Türkiye tarımsal üretimindeki, hem de meyve suyu sanayisindeki gelişmelere paralel olarak işlenen meyvelerde çeşitlendirme artmaktadır. Yukarıda bahsedilen meyvelere ek olarak havuç, limon, üzüm, çilek, ayva, domates, armut, mandalina, kuşburnu, karadut gibi meyvelerin de sanayiye giden oranları her geçen gün talebe bağlı olarak artmaktadır. Çizelge.3’te meyve suyu sanayisinin işlediği başlıca meyvelerin yıllara göre üretim miktarları verilmektedir.



### 1.2.1.2 Türkiye’de Meyve Suyu Sanayisinde İşlenen Meyve

Türkiye meyve suyu sektöründe işlenen meyvelerin çeşitleri her geçen yıl artsa da sektörde en çok işlenen meyveler yerini korumaktadır. Ülkemizde meyve suyu ve benzeri ürünlere işlenen başlıca 6 meyve elma, şeftali, kayısı, vişne, portakal, nardır. Bunları son dönemde, ihracat şansı artan siyah havuç ve üzüm izlemektedir.

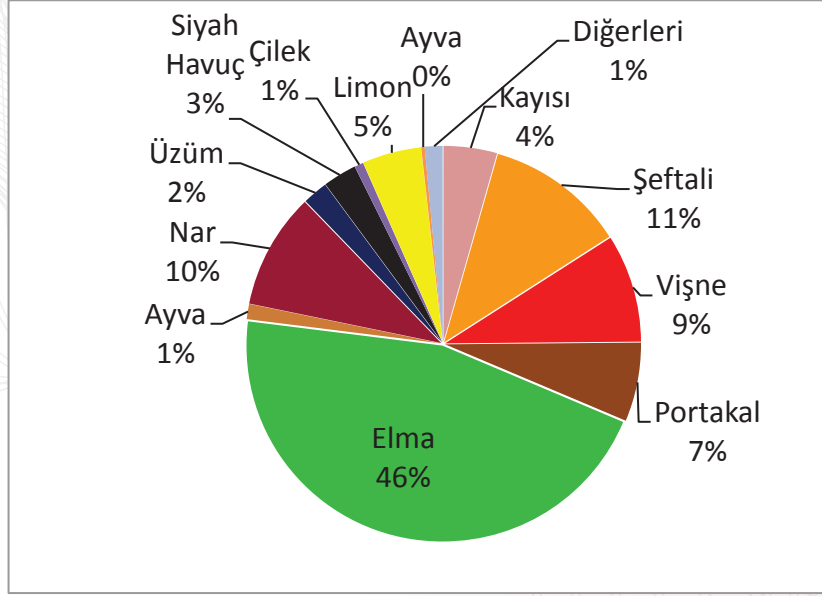
Sektörde işlenen meyvelerin son 5 yıllık dönemde büyüme rakamlarına bakıldığında üzüm ve nardaki artış dikkat çekmektedir. Ülkemizdeki üzüm üretiminde aynı dönemde çok kayda değer bir büyüme görülmemesine rağmen, sektörde işlenen üzüm payını arttırmaktadır. Üzümdeki durumdan farklı olarak, nara olan ilgi ve artan talep, nar plantasyonlarının ve dolayısıyla Türkiye nar üretiminin hızla artmasına neden olmuştur. Nar üretimindeki artışa paralel olarak, meyve suyu sanayisinde işlenen nar miktarı da her geçen yıl artmaktadır.

Meyve suyu sanayisinin işlediği diğer ana meyvelerin son beş yıllık trendlerine bakıldığında da büyüyen meyve suyu sanayisiyle beraber artmakta olduğu gözlemlenmektedir. Bunlardan işlenen şeftali miktarı bu dönemde % 45 artmış; bunu % 42 ile portakal, % 41 ile vişne ve % 33 ile elma izlemektedir. Ana meyvelerde tek istisnai durum, üretimindeki düşüşe paralel olarak meyve suyuna işlenen kayısıda artış olmamasıdır. Son 5 yıllık dönemde, ülkemiz meyve suyu sanayisinde işlenen meyvelerin miktarı ve yüzdesel artış oranları Çizelge 4’te verilmektedir. Ülkemiz meyve suyu sanayisinde işlenen meyvelerde en büyük payı yaklaşık % 46 ile elma almaktadır. İkinci sırada yer alan şeftaliyi, son dönemde hızlı bir artış göstererek payını % 10’a çıkaran nar izlemektedir. Bunların ardından ise sırasıyla vişne, portakal ve kayısı gelmektedir (Şekil 1).

**Çizelge 4: Meyve Suyuna İşlenen Meyve ve Sebze Miktarları (bin ton)**

MEYVE	2007	2008	2009	2010
VİŞNE	72,6	54,6	49,7	73,5
KAYISI	38,2	74,9	41,9	36,5
ŞEFTALİ	90,1	118,8	80,2	95
ELMA	356,8	333,8	307,9	376,1
PORTAKAL	53,3	63,9	53,5	53,8
NAR	57,5	49,5	57,1	78,7
HAVUÇ	30,6	30,7	12,3	24,6
SİYAH HAVUÇ			9	23
SARI HAVUÇ			3,3	1,6
ÜZÜM	18,3	16,9	18,7	17,2
ÇİLEK	4,1	7,7	5,5	6,1
GREYFURT		5,5	0,8	0,4
AYVA	-	7,5	4,4	10,4
DOMATES	4,9	3,9	4,4	5
KARADUT			1	1,1
ARMUT			3,2	2,4
CRANBERRY			1	1
LİMON			11,7	40
DİĞER	47,9	4,3	3,2	5,1
<b>TOPLAM</b>	<b>582,1</b>	<b>737,2</b>	<b>771,1</b>	<b>824,8</b>





Şekil 1. 2010 yılında meyve suyu suyuna işlenen meyve miktar dağılımı (%)

### 1.2.1.3 Türkiye’de Meyve Suyu Konsantresi ve Püresi Üretimi

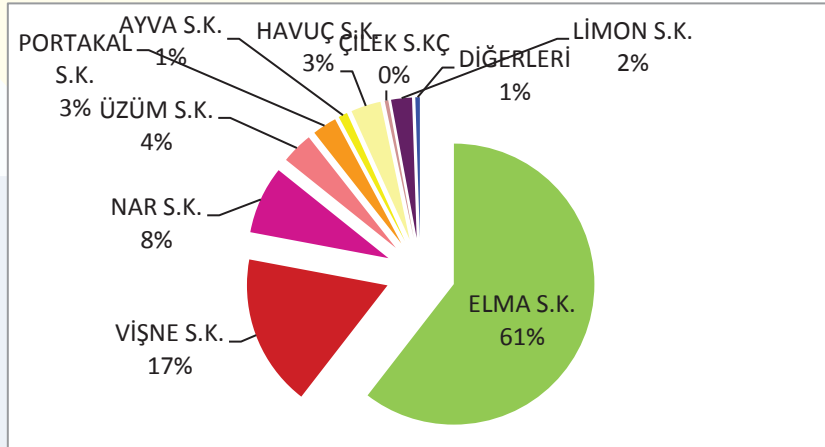
Bütün dünyada olduğu gibi ülkemizde de meyvelerin işlenmesiyle elde edilen meyve suyu önce konsantre ya da püre adı verilen ara mamule dönüştürülür. Dünya meyve suyu ticareti de markalı ürünler dışında genel olarak bu ara mamuller üzerinden gerçekleştirilir. Türk Gıda kodeksi tanımlarına göre, “**Meyve Suyu Konsantresi**” bir veya daha fazla meyveden elde edilen meyve suyundan, fiziksel yollarla suyun belirli oranlarda uzaklaştırılmasıyla elde edilen ürünü; “**Meyve Püresi**” ise, suyunu uzaklaştırmadan, bütün veya kabuğu soyulmuş meyvenin yenilebilen kısmının elekten geçirilmesiyle elde edilen, fermente olmamış ancak fermente olabilen ürünü temsil etmektedir. İç ve dış taleplere göre, üretilen meyve suyu konsantresi ve püresinin bir kısmı yurt içi tüketim için meyve suyu ve benzeri ürünlere dönüştürülürken, bir kısmı ise ihraç edilmektedir.

2010 yılında üretilen konsantre miktarı, 5 yıl içerisinde % 53 artarak 96 bin tona ulaşmıştır. Ülkemizdeki meyve suyu konsantrelerinin son beş yıllık dönemdeki üretim miktarları Çizelge 5’de verilmektedir.



**Çizelge 5: Türkiye’de 2006 – 2010 Yılları Arasındaki Konsantre Üretimi (bin ton)**

KONSANTRELER	Brix	2006	2007	2008	2009	2010
ELMA S.K.	70	40,1	48,9	45	37,3	58,2
VİŞNE S.K.	65	11,5	14,5	12,5	11,6	16,8
NAR S.K.	65	6,9	5,6	5,2	5,5	7,5
ÜZÜM S.K.	65	1,8	4,9	3,4	4,3	3,5
PORTAKAL S.K.	65	1,5	1,6	3	2,8	2,7
AYVA S.K.	52		1,4	0,1	0,4	1
HAVUÇ S.K.	65		4,1	4,3	1,8	3,3
SİYAH HAVUÇ S.K.					1,2	3,1
SARI HAVUÇ S.K.					0,6	0,2
ÇİLEK S.K.	65			0,6	0,1	0,4
LİMON S.K.	44				0,6	2,3
DİĞERLERİ	-		0,4	0,2	0,9	0,5
<b>TOPLAM KONSANTRE</b>		<b>63</b>	<b>81,5</b>	<b>74,3</b>	<b>65,5</b>	<b>96,2</b>



**Şekil 2.** 2010 yılında üretilen meyve suyu konsantrelerinin çeşit dağılımı (%)

Türkiye’de üretilen meyve suyu konsantresi çeşitlerinde ilk sırayı büyük bir farkla elma almakta, bunu sırasıyla vişne, nar, üzüm ve portakal izlemektedir (Şekil 2).

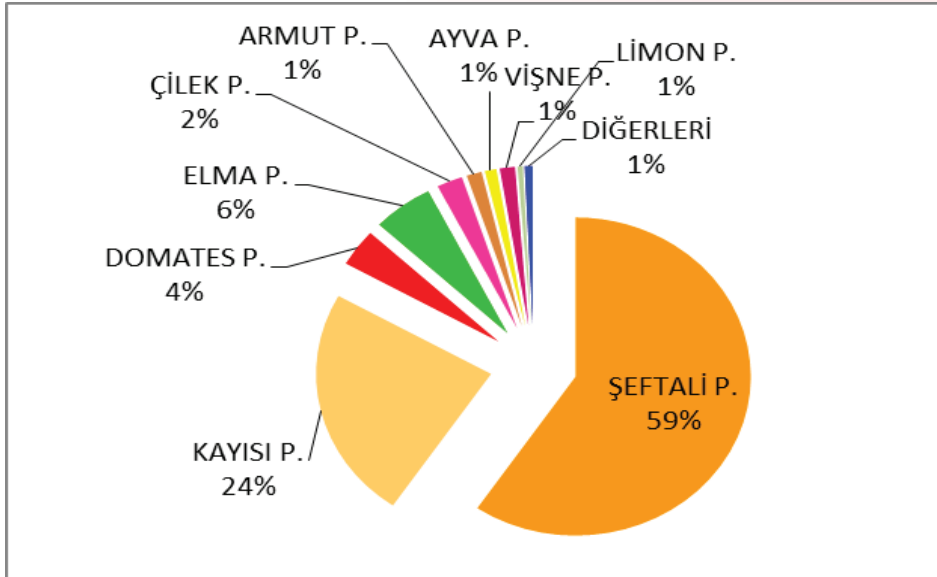
2010 yılında Türkiye meyve suyu sanayisinde üretilen püre miktarı, 2006 yılına göre % 44 artarak yaklaşık 121 bin tona ulaşmıştır. 2006 – 2010 yılları arasında Türkiye meyve suyu sanayisinde üretilen püre miktarları Çizelge 6’da verilmektedir.



**Çizelge 6: Türkiye’de Meyve Suyu Sanayiinde üretilen püre(pulp) Miktarları (bin ton)**

PÜRE	Brix	2006	2007	2008	2009	2010
ŞEFTALİ P.	10,9	50,6	85,2	105,7	64,8	72,4
KAYISI P.	13	29,3	34	66,8	33,5	28,8
DOMATES P.	5	4,4	3,5	3,9	4,2	4,6
ELMA P.	12	0,1	1,9	3,9	3,2	6,8
ÇİLEK P.	8		0,4	1,9	4,8	2,9
KUŞBURNU P.	13		0,3	0,5	0,9	0,2
ARMUT P.	9			0,8	0,5	1,7
AYVA P.	16			0,7	0,6	1,3
VIŞNE P.					1,7	1,7
LİMON P.					-	0,6
NAR P.					0,1	0,3
DİĞER	-		0,2	0,4	0,1	0,4
<b>TOPLAM P.</b>		<b>84,4</b>	<b>125,6</b>	<b>184,6</b>	<b>114,4</b>	<b>121,7</b>

Türkiye’de üretilen meyve suyu konsantresi çeşitlerinde ilk sırayı büyük bir farkla elma almakta, bunu sırasıyla vişne, nar, üzüm ve portakal izlemektedir (Şekil 3).



**Şekil 3. Üretilen meyve suyu pürelerinin çeşit dağılımı (2010, %)**

### 1.2.2 Mevcut Kapasite ve Kapasite Kullanım Oranı

Türkiye meyve suyu sektöründe miktar olarak en çok işlenen meyveler elma, şeftali, vişne ve kayısıdır. Aşağıdaki tabloda verilen minimum ve maksimum kapasiteler, ilgili meyvenin peak



sezonundaki süreçte fiilen işlenebilecek miktarı temsil etmektedir. Örneğin bu dönem kayısı ve vişne için 40 gün, şeftali için 70 gündür (Çizelge 7).

**Çizelge 7: Elma, Şeftali, Vişne ve Kayısı'da Minimum Ve Maksimum İşleme Kapasitesi**

Meyve	Minimum (ton/sezon)	Maksimum (ton/sezon)
Kayısı	5,000	15,000
Şeftali	10,000	25,000
Vişne	5,000	15,000
Elma	15,000	50,000

Kayısı, şeftali, vişne ve elma için yukarıda verilen ortalama sezonluk kapasitelerden yola çıkarak yeterli meyve olması durumunda işlenebilecek sezonluk miktar, fiilen işlenen sezonluk miktar ve toplam atıl kapasite miktarı Çizelge 8'de verilmektedir.

**Çizelge 8: Kayısı, Şeftali, Vişne ve Elma'da İşlenebilecek Sezonluk Miktar, Fiilen İşlenen Sezonluk Miktar Ve Toplam Atıl Kapasite Miktarı**

Meyve Cinsi	İşleyen Tesis Sayısı	Ortalama Sezonluk Kapasite (ton)	İşlenebilecek Sezonluk Miktar (ton)	İşlenen Sezonluk Miktar (ton)	Toplam Atıl Kapasite (ton)
Kayısı	16	10,000	160,000	60,000	100,000
Şeftali	16	17,500	280,00	120,000	160,000
Vişne	17	10,000	170,000	80,000	90,000
Elma	24	25,000	600,000	350,000	250,000
<b>Toplam</b>			<b>1,210,000</b>	<b>610,000</b>	<b>600,000</b>

Sonuç olarak; Türkiye meyve suyu sektörü hali hazırda kurulu kapasitelerle dahi, güncel durumda işlediği miktar kadar daha meyve işeyebilecek durumdadır. Diğer bir ifade ile sektör ortalama %50 kapasite ile çalışmaktadır.



### 1.3 Tüketim

#### 1.3.1. Ürün Bazında Tüketim Değerleri

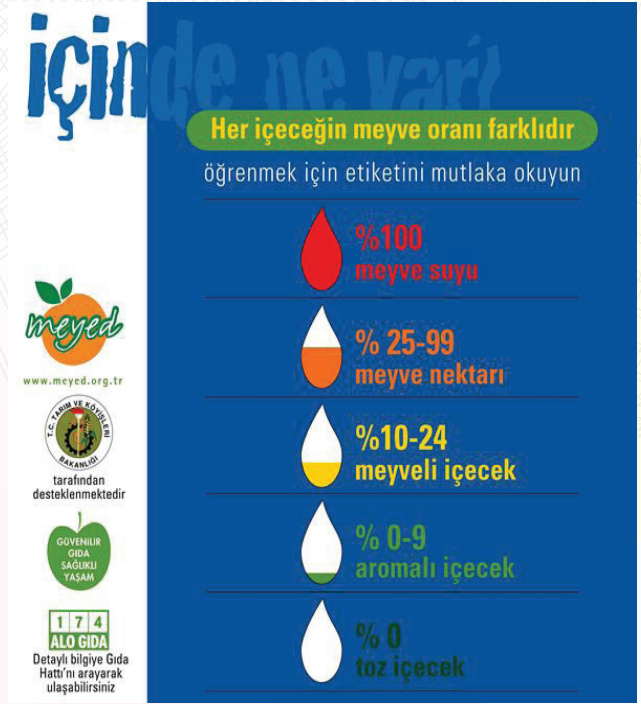
Amerika ve AB’de olduğu gibi, ülkemizde de meyve suyu ve benzeri ürünler, Türk Gıda Kodeksi gereğince içerdikleri meyve oranına göre 4 ana kategoriye ayrılmaktadır. Bunlardan ilki tamamen meyveden dönüşen ve meyve oranı %100 olan meyve suyudur. İkinci kategori ise, minimum meyve oranı üretildiği meyveye göre değişen ve yasal olarak belirlenmiş olan meyve nektarıdır. Limon, vişne gibi tatları çok ekşi olan ya da şeftali kayısı gibi çok yoğun kıvamlı olan bazı meyveleri, %100 meyve suyu olarak tüketmek uygun değildir. Bu nedenle bu meyvelerin suları belirli bir miktar suyla seyreltilir ve tat dengesini korumak için şeker ilave edilir. Bu kategori meyve nektarı olarak isimlendirilmekte olup, nektarlara eklenmesine izin verilen şeker miktarı ve minimum meyve oranı yasal olarak Türk Gıda Kodeksince belirlenmiştir. Meyve suyu ve meyve nektarına koruyucu katkı maddesi eklenmesine yasal olarak izin verilmemekte, gelişen teknoloji sonucunda da buna gerek duyulmamaktadır (Şekil.4).

Diğer iki kategori meyve oranı % 10 – 24 arasında değişen meyveli içecek ve % 0 – 9 arasında değişen aromalı içeceklerdir.

Türkiye meyve suyu sanayisi 2000’li yılların başından bu yana istikrarlı büyümesini korumaktadır. Ülkemiz meyve suyu sanayisi küresel krizin yaşandığı 2008 yılına kadar yıllık ortalama % 15 – 20 gibi dikkat çekici büyüme oranlarıyla ilerlemiştir. Ekonomik krizin etkisiyle 2008 ve 2009 yıllarında bir yavaşlama yaşansa da meyve suyu sanayisi büyümesini sürdürmüştür. Ekonomik krizin etkilerinin silinmeye başladığı 2010 yılına gelindiğinde ise büyüme hızı tekrar artış eğilimine dönmüştür.

Ülkemizde üretilen meyve suyu ve benzeri ürünlerin miktarı 2010 yılında yaklaşık 900 bin tona ulaşmış durumdadır. Son beş yıllık büyüme oranlarına bakıldığında ilk sırada meyveli ve aromalı içeceklerin yer aldığı gözlemlenmektedir. Bunları % 40 ile meyve nektarı izlemiş, meyve suyunun büyüme oranı ise % 16 civarında gerçeklemiştir. Önceki yıla göre değişimler incelendiğinde ise, en hızlı büyüyen kategorinin %100 meyve suyu olduğu görülmektedir. Türkiye’deki meyve suyu ve benzeri ürünlerin son 5 yıllık üretim rakamları ve yüzdesel büyümeleri Çizelge 9’da verilmektedir.

Şekil 4: Meyve Oranına Göre Meyve Suyu Ve Benzeri Ürünlerinin Kategorileri

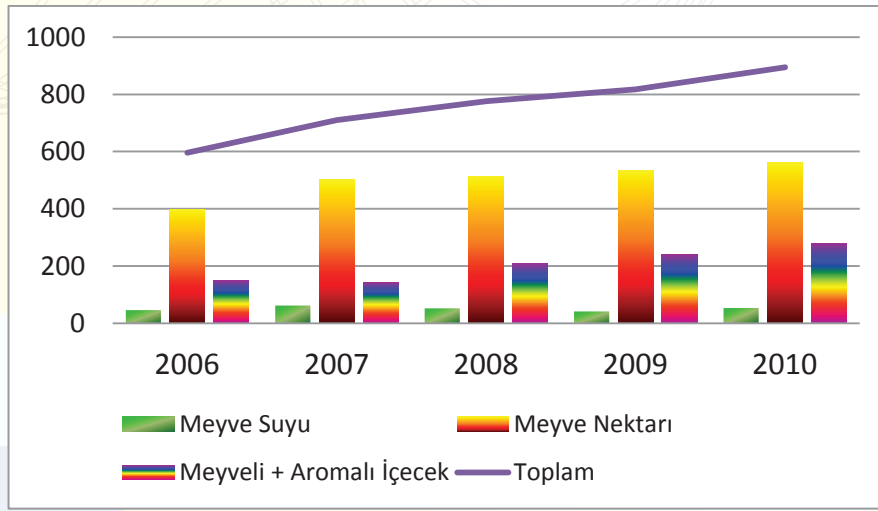




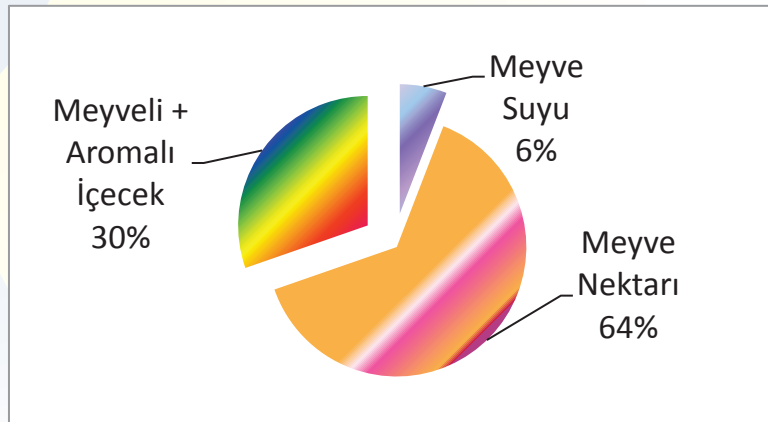
**Çizelge 9: Yurtiçi toplam meyve suyu ve benzeri içecek tüketimleri (Milyon litre)**

	2006	2007	2008	2009	2010	5 yıllık % değişim	Önceki yıla göre % değişim
Meyve Suyu	46,6	62,6	52,8	42,0	54,0	15,9	28,6
Meyve Nektarı	399,5	502,3	513,8	534,4	561,1	40,4	5,0
Meyveli + Aromalı İçecek	150,2	144,7	209,4	240,8	279,3	86,0	16,0
<b>TOPLAM</b>	<b>596,3</b>	<b>709,6</b>	<b>776,0</b>	<b>817,2</b>	<b>894,4</b>	<b>50,0</b>	<b>9,5</b>

Çizelge 9 da görülebileceği gibi, meyve suyu pazarı büyümesini korumaktadır. Büyüme trendi Şekil 5'te daha net görülebilmektedir.



**Şekil 5.** 2006 - 2010 yılları arasında Türkiye’de tüketilen meyve suyu ve benzeri ürünler (Milyon Litre)



**Şekil 6.** Meyve suyu ve benzeri ürünler tüketiminin dağılımı (2010)



Türkiye meyve suyu pazarında en büyük payı alan her zaman nektar kategorisi olup, 2010 yılındaki payı % 64 civarındadır. En hızlı büyüyen kategori olmasına rağmen, henüz %100 meyve suyu tüketimi olması gereken seviyelerin oldukça altındadır. %100 meyve suyunun toplam pazardan alabildiği pay 2010 yılı itibariyle %6 dolayındadır (Şekil 6).

### 1.3.2. Kişi Başına Meyve Suyu Tüketim Değerleri

Türkiye’de kişi başına düşen meyve suyu tüketimi her geçen yıl artıyor olsa da henüz Amerika ve AB ortalamalarıyla kıyaslandığında oldukça düşük seviyelerde seyretmektedir. 2010 yılında kişi başına düşen ortalama meyve suyu ve benzeri ürünlerin tüketim miktarı 12 litre civarına ulaşmıştır. Bunun yaklaşık 9 litresini % 100 meyve suyu ve nektarı oluşturmaktadır. Avrupa’da kişi başına düşen yıllık ortalama meyve suyu ve nektarı tüketimi 23 litre civarında olup, neredeyse ülkemizdeki tüketimin 3 katıdır. Ayrıca Avrupa’daki gelişmiş pazarlarda tüketim oranları, bu ortalamanın da oldukça üzerindedir. Örneğin Kanada’da tüketim 52 litre, Amerika’da 43 litre, Almanya’da 39 litre civarındadır. Ancak Avrupa’daki doymuş pazarın tersine, Türkiye meyve suyu pazarı hızla büyümektedir ve sağlıklı beslenme trendinin de etkisiyle, tüketim bilincindeki gelişmelere paralel olarak ülkemizdeki tüketimin de artmaya devam etmesi beklenmektedir. Son beş yıllık dönemde gerçekleşen, kategorilere göre ortalama yıllık kişi başına tüketim rakamları Çizelge 10’da verilmektedir.

**Çizelge 10: Kişi başına yıllık ortalama meyve suyu ve benzeri içecek tüketimi**

	2006	2007	2008	2009	2010	5 yıllık % değişim	Önceki yıla göre % değişim
Meyve Suyu	0,6	0,9	0,7	0,6	0,7	22,1	26,6
Meyve Nektarı	5,4	7,1	7,2	7,4	7,6	41,0	3,4
Meyveli + Aromalı İçecek	2,0	2,0	2,9	3,3	3,8	89,5	14,2
<b>TOPLAM</b>	<b>8,0</b>	<b>10,1</b>	<b>10,9</b>	<b>11,3</b>	<b>12,1</b>	<b>51,7</b>	<b>7,8</b>

### 1.4 Türkiye Gıda ve İçecek Pazar Verileri

#### 1.4.1 Pazar Büyüklüğü- Ciro-Ürün Hacmi (Volüm)

Meyve suyu sanayisi hacimsel büyüklükleri Bölüm 1.3’te verilmektedir. Ülkemiz meyve suyu sanayinin cirosu son beş yıllık dönemde % 42 artarak 1,7 Milyar TL’ye ulaşmıştır. Ciroasal olarak son beş yıllık rakamlar Çizelge 11’de yer almaktadır.

**Çizelge 11: Türkiye Meyve Suyu Sanayisinin yıllar itibariyle ciroasal büyüklüğü**

	2006	2007	2008	2009	2010
<b>Ciro (Milyon TL)</b>	<b>1,20</b>	<b>1,35</b>	<b>1,40</b>	<b>1,55</b>	<b>1,70</b>



## 1.5.Dış Ticaret

### 1.5.1.İhracat - İthalat

#### 1.5.1.1.İhracat

Meyve suları daha çok, paketlenme ve nakliye aşamasındaki avantajları nedeniyle konsantre olarak ihraç edilmektedir. Türkiye'nin meyve suyu ihracatı 1970 yılında 6 ton gibi sembolik bir miktarla başlamış, gelişen meyve suyu pazarıyla beraber 2000'li yılların başından 2008 yılına kadar olan dönemde değer olarak istikrarlı büyümesini sürdürerek 160 Milyon Dolar'a ulaşmıştır. 2008 yılında Dünya'da yaşanan ekonomik krizin başta Avrupa pazarlarındaki talebi azaltması ve ülke içindeki üreticilerin de krizden etkilenmesi sonucunda, 2008 ve 2009 yıllarındaki ihracatımızda düşüş olarak %20'lik bir daralma meydana gelmiştir. Bu durgun dönemi yatırımlar ile değerlendiren meyve suyu sanayisi, global krizin olumsuz etkilerinin de silinmeye başlamasıyla 2010 yılında yaklaşık %75 oranında bir sıçrayış yaparak, bu zamana kadarki en yüksek değer olan 183 Milyon Dolarlık ihracat gerçekleştirmiştir.

Dünya meyve suyu ticaretindeki en büyük payı her zaman portakal ve elma suyu almaktadır. Ülkemizin meyve suyu ve konsantresi ihracatında da en önemli kalem elma suyudur. Elma suyu ihracatı miktar olarak toplam ihracatımızın % 56'sını, değer olarak ise % 48'ini oluşturmaktadır. Meyve suyu ihracatında elma suyunu, içinde vişne, kayısı, şeftali gibi kalemlerin de bulunduğu "diğer meyve ve sebze suları" takip etmektedir. Bu iki kalemin toplam ihracata etkisi miktar olarak % 82, değer olarak ise % 91'dir. Türkiye'nin meyve suyu çeşitleri bakımından son beş yıllık ihracat rakamları Çizelge 12'de verilmektedir.

**Çizelge 12: Türkiye'nin Çeşitler İtibariyle Meyve Suyu ve Konsantresi İhracatı (Miktar: Ton; Değer: 1000\$)**

ÜRÜN	2006		2007		2008		2009		2010	
	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER
Portakal Suyu (Dondurulmuş)	553	272	57	37	70	38	81	50	416	376
Portakal Suyu (Dondurulmamış; Brix Değeri 20'den Az)	1.126	679	2.361	1.673	3.137	2.519	1.753	1.188	2.445	1.649
Portakal Suyu (Diğer Hallerde)	2.925	1.676	1.839	1.454	2.556	2.115	1.707	1.258	1.688	1.117
Greyfurt Suyu (Brix Değeri 20'den Az)	0	0	0	0	0	0	0	0	6	14
Diğer Greyfurt Suları	785	1.507	19	54	8	8	35	48	14	19
Diğer Turuncgil Suyu (Brix Değeri 20'den Az)	1.277	1.004	673	518	2.792	2.586	3.391	2.048	3.924	2.273
Diğer Turuncgil Suyu (Brix Değeri 20'den Fazla)	688	627	1.474	1.248	666	647	627	861	1.125	1.586
Ananas Suyu (Brix Değeri 20'den Az)	268	149	630	386	945	624	1.043	695	1.244	830
Ananas Suyu (Diğerleri)	22	20	59	50	68	74	29	41	6	8
Domates Suyu	949	654	1.116	995	1.120	965	958	659	1.107	589
Üzüm Suyu (Brix Değeri 30'dan Az)	438	303	485	396	625	484	620	469	815	604



## TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

Üzüm Suyu (Diğerleri)	482	332	508	419	1.158	1.129	867	1.001	757	612
Elma Suyu (Brix Değeri 20'den Az)	3.816	1.762	2.699	1.689	3.305	2.218	2.958	1.829	3.834	2.355
Elma Suyu (Diğerleri)	39.502	42.318	39.919	81.931	20.260	42.483	34.636	36.367	58.889	80.617
Diğer Meyve Ve Sebze Suyu	21.433	49.275	23.677	61.291	23.657	70.258	21.613	54.008	28.593	75.576
Karışık Haldeki Meyve Ve Sebze Suları	3.526	3.030	5.546	8.130	5.698	5.106	5.382	4.947	6.246	5.976
<b>TOPLAM</b>	<b>77.790</b>	<b>103.607</b>	<b>81.064</b>	<b>160.270</b>	<b>66.065</b>	<b>131.253</b>	<b>75.700</b>	<b>105.469</b>	<b>111.110</b>	<b>174.201</b>

*Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı Bilgi Sistemi*

Türkiye meyve suyu sanayisinin ihracat bakımından çok büyük bir potansiyeli bulunmaktadır. Şimdiden meyve suyu ihraç edilen ülke sayısı 151'e ulaşmıştır. Bu da Türkiye'nin ürünlerinin küresel meyve suyu pazarında büyük ölçüde kabul gördüğünün ve fiyat rekabeti şansımızın artması durumunda, ihracatımızın da geometrik olarak büyüme olanağına sahip olduğunun göstergesidir.

Ülkemiz meyve suyu sanayinin ihracatı en çok Mersin Serbest Bölge üzerinden yapılmaktadır. Türkiye'nin meyve suyu ihracatında en önemli pazar Avrupa ülkeleri olup, 2010 yılında meyve suyu ihracatı yapılan ilk üç ülke sırasıyla Almanya, Polonya ve Hollanda'dır. Bunların arasında, önceki dönemlerde ilk beş sıralamasına dahi girmemiş olan Polonya'ya yapılan ihracatın, 2010 yılında değersel olarak 12 kat, miktarsal olarak ise 5 kat artmış olması dikkat çekicidir. Bunun altında yatan en büyük neden ise, normal şartlarda Dünya'nın en büyük vişne üreticilerinden biri olan Polonya'nın vişne rekoltesinin 2010 yılında çok düşük olmasıdır. İhracat yapılan ilk üç ülkeyi sırasıyla Avusturya, A.B.D., İtalya, İngiltere ve İsrail takip etmektedir. Türkiye'nin ülkelere göre son beş yıllık ihracat rakamları Çizelge 13'de verilmektedir.

**Çizelge 13: Türkiye'nin Ülkeler İtibariyle Meyve Suyu ve Konsantresi İhracatı (Miktar: Ton; Değer: 1000\$)**

ÜLKE ADI	2006		2007		2008		2009		2010	
	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER
Mersin Serbest Böl.	4.037	6.999	7.887	16.271	8.079	21.040	10.634	24.796	14.628	28.988
Almanya	19.241	22.558	16.642	42.558	9.929	25.719	10.568	16.468	15.309	28.952
Hollanda	14.988	18.707	19.241	38.462	8.220	16.487	11.452	12.877	11.692	19.627
A.B.D.	6.457	12.101	6.607	12.451	4.176	8.905	4.852	8.015	4.879	9.792
İngiltere	7.718	12.618	3.562	6.281	5.593	9.052	5.543	7.272	6.947	6.359
İtalya	3.248	5.000	2.996	8.571	1.578	4.104	1.672	4.424	2.124	6.760
Japonya	1.016	3.047	1.405	5.430	1.828	6.228	883	2.196	664	1.277
Irak	1.595	1.049	2.472	1.941	3.949	3.376	3.869	2.172	5.297	2.812
Avusturya	250	368	1.495	3.071	937	1.591	2.346	2.155	4.932	10.380
Fransa	374	409	611	1.098	1.643	4.189	1.335	2.090	2.213	3.517
Azerbaycan-Nahç.	3.064	1.852	2.441	1.723	2.170	2.846	1.373	2.065	734	1.087
Kuzey Kıbrıs T.C.	2.643	2.628	2.712	2.687	2.581	2.475	2.270	1.777	2.356	1.865
Polonya	862	980	351	680	516	642	2.508	1.734	12.815	21.191
İspanya	1.429	1.653	1.035	2.229	793	1.572	1.008	1.458	653	1.715



Güney Kore Cum.	393	1.153	402	1.630	879	4.050	630	1.392	1.108	1.298
Belçika	1.754	1.617	783	1.273	408	944	1.649	1.307	1.274	1.789
Rusya Federasyonu	203	832	56	197	209	818	614	1.255	850	3.072
İsrail	814	1.420	1.080	2.830	1.437	3.282	739	1.153	4.501	6.105
Danimarka	897	868	930	1.619	629	1.350	444	969	631	1.077
Libya	581	505	360	259	397	267	1.261	817	1.820	959
Diğer	6.226	7.241	7.996	9.008	10.113	12.316	10.046	9.079	15.680	15.578
<b>Toplam</b>	<b>77.790</b>	<b>103.607</b>	<b>81.064</b>	<b>160.271</b>	<b>66.065</b>	<b>131.253</b>	<b>75.695</b>	<b>105.469</b>	<b>111.110</b>	<b>174.201</b>

*Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı  
Bilgi Sistemi*

### 1.5.1.2. İthalat

Türkiye meyve suyu ithalatı, ihracattan hem miktar hem de değer olarak çok düşük de olsa, 2000'li yılların başından 2008 yılına kadar artmıştır. Global krizin yaşandığı 2008 yılında ithalatımız miktar olarak azalsa da değer olarak az da olsa artmıştır. 2009 yılındaki ithalatımızda ise hem değer hem de miktar olarak bir düşüş gerçekleşmiştir. 2010 yılına gelindiğinde, ithal edilen meyve suyu miktarı 2006 yılına göre yaklaşık % 40, önceki yıla göre ise yaklaşık % 50 artarak 20 bin tona ulaşmıştır. Aynı dönemdeki değersel artış önceki yıla göre +-% 40 civarında olup, 23,7 milyon dolar ile 2006 seviyesini yakalamıştır.

Ülkemizde üretilen portakalların sofralık çeşitlerden oluşması ve meyve suyuna işleme uygun olmaması nedeniyle, portakal suyu en büyük ithal kalekimiz konumundadır. 2010 yılında ithal edilen portakal suyu değer olarak toplam meyve suyu ithalatının yaklaşık % 41'i, miktar olarak ise % 24'ünü oluşturmaktadır. Değer açısından bakıldığında portakal sularını sırasıyla diğer turunçgil suları, elma suları ve ananas suları takip etmektedir. İthal edilen miktar bakımından değerlendirildiğinde ise elma suları ikinci sırada yer almaktadır. Türkiye'nin son beş yıllık dönemde gerçekleştirmiş olduğu meyve suyu ithalatı kalemleri Çizelge 14'de verilmektedir.

**Çizelge 14: Türkiye'nin Yıllar İtibariyle Meyve Suyu ve Konsantresi Çeşitleri İthalatı (Miktar: Ton; Değer: 1000\$)**

ÜRÜN	2006		2007		2008		2009		2010	
	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer	Miktar	Değer
PORTAKAL SUYU (DONDURULMUS)	4.970	8.644	5.951	15.188	5.833	15.316	3.648	6.135	4.323	8.583
PORTAKAL SUYU (DONDURULMAMIS; BRIXS DEGERI 20'DEN AZ)	0	0	31	42	143	272	22	24	0	1
PORTAKAL SUYU (DİGER HALLERDE)	1.826	3.064	2.114	4.172	1.631	3.126	338	628	599	1.067
GREYFURT SUYU (BRIXS DEGERI 20'DEN AZ)	0	0	18	20	1	2	1	1	0	0
DİGER GREYFURT SULARI	158	371	220	374	110	170	128	161	163	190
DİGER TURUNÇGIL SUYU (BRIX DEGERI 20'DEN AZ)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

# TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

DİĞER TURUNÇGİL SUYU (BRIX DEĞERİ 20'DEN FAZLA)	888	1.029	1.492	1.953	2.142	4.175	1.875	4.440	1.878	4.253
ANANAS SUYU (BRIX DEĞERİ 20'DEN AZ)	116	172	136	257	13	15	1	1	0	0
ANANAS SUYU (DİĞERLERİ)	202	352	616	1.075	464	748	356	760	529	1.114
DOMATES SUYU	40	106	4	12	3	4	1	1	9	7
ÜZÜM SUYU (BRIX DEĞERİ 30'DAN AZ)	5	86	7	118	5	88	5	86	6	86
ÜZÜM SUYU (DİĞERLERİ)	684	1.277	291	488	1.141	334	75	90	283	113
ELMA SUYU (BRIX DEĞERİ 20'DEN AZ)	0	0	7	10	3	7	16	39	34	37
ELMA SUYU (DİĞERLERİ)	1.204	1.369	4.081	2.368	1.511	2.665	6.010	1.704	10.427	4.199
DİĞER MEYVE VE SEBZELERİN SUYU	3.852	5.054	2.850	5.166	3.033	6.767	677	1.964	1.744	3.289
KARISIK HALDEKİ MEYVE VE SEBZE SULARI	588	2.023	804	3.278	542	1.960	332	1.004	248	814
<b>TOPLAM</b>	<b>14.533</b>	<b>23.547</b>	<b>18.621</b>	<b>34.522</b>	<b>16.576</b>	<b>35.650</b>	<b>13.484</b>	<b>17.037</b>	<b>20.241</b>	<b>23.752</b>

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı Bilgi Sistemi

Türkiye 2010 yılında toplam 46 ülkeden meyve suyu ithal etmiştir. İthalat değeri bakımından ilk beşi oluşturan ülkeler sırasıyla İsrail, Çin, Brezilya, KKTC ve Hollanda'dır. Bunların arasında, 2008 yılında hem miktar hem değer, 2009 yılında ise miktar olarak kayda değer şekilde azalan Çin'den yapılan ithalatın; 2010 yılındaki ciddi artışı da dikkat çekmektedir. Değersel sıralamada ilk beşin ardından gelen İran ise ithalat miktarı bakımından ilk sırada yer almaktadır. Türkiye'nin ülkelere göre son beş yıllık ithalat rakamları Çizelge' 15'te verilmektedir.

**Çizelge 15: Türkiye'nin Ülkeler İtibariyle Meyve Suyu ve Konsantresi İthalatı (Miktar: Ton; Değer: 1000\$)**

ÜLKELER	2006		2007		2008		2009		2010	
	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER	MİKTAR	DEĞER
Brezilya	4.496	7.604	4.869	12.223	5.455	14.309	2.806	4.333	1.825	2.989
İsrail	221	321	1.179	1.896	2.216	3.935	1.617	3.280	2.721	5.174
Hollanda	1.263	2.804	1.489	4.107	1.287	3.667	804	1.784	1.113	2.563
Kuzey Kıbrıs T.C.	1.269	2.179	1.161	2.615	181	366	681	1.426	1.315	2.937
Çin Halk Cumhur.	1.187	1.336	1.317	1.456	919	1.466	1.498	1.156	3.896	3.368
Almanya	171	620	260	1.197	423	1.927	133	942	168	634
Endonezya	105	137	195	245	276	402	299	575	271	539
İran	822	2.426	3.828	1.643	2.237	1.303	4.527	538	6.837	841
Arjantin	524	560	1.332	1.667	880	1.365	111	538	364	946
Yunanistan	376	571	1.088	2.156	1.712	3.966	429	442	936	909
İrlanda	177	964	154	1.248	87	259	79	386	101	372
Fransa	1	14	3	53	10	94	54	367	84	372
Güney Kore Cum.	0	0	0	0	0	0	42	289	0	0

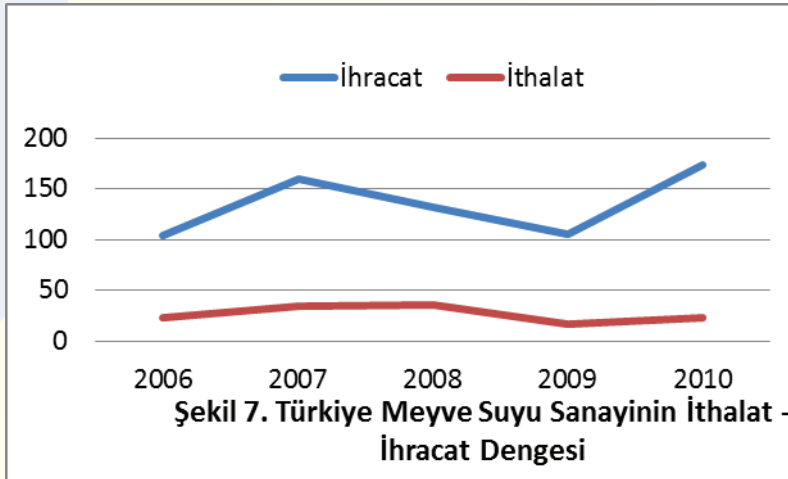


A.B.D.	24	71	56	267	65	458	33	202	32	421
Güney Afrika Cum.	31	27	36	31	17	14	53	132	0	0
MERSİN SERBEST Böl.	0	0	184	461	260	650	25	110	0	0
Danimarka	35	187	17	148	6	61	10	93	13	114
Ukrayna	5	86	7	118	5	88	5	86	5	85
İngiltere	6	71	26	136	6	110	9	80	26	110
İspanya	487	998	74	196	85	234	39	72	30	55
Diğer	3.334	2.571	1.345	2.657	449	976	232	204	506	1.322
Toplam	14.533	23.547	18.621	34.522	16.576	35.650	13.484	17.037	20.241	23.752

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı Bilgi Sistemi

### 1.5.2.Dış Ticaret Dengesi

Yukarıda bahsedildiği gibi ülkemiz meyve suyu sanayisinin önünde çok büyük ihracat potansiyeli yatmaktadır. Türkiye'deki meyve suyu üreticileri, uluslararası ticarete rekabet edebilmelerinin önünde yer alan yapısal ve girdi maliyetleri gibi birçok engelle mücadele etmektedir. Ancak buna rağmen, 2008 & 2009 ekonomik kriz dönemi dışında, 2000'li yılların başından bu yana ihracatını arttırmıştır. Meyve suyu sanayi her zaman dış ticaret fazlası vermektedir ve ilerideki dönemde de dış ticaret dengesinin ihracat lehine gelişmesi beklenmektedir. Son beş yıllık dönemde Türkiye meyve suyu sanayisinin dış ticaret fazlası % 88 oranında artarak 150,5 Milyon Dolar'a ulaşmıştır (Çizelge 16& Şekil 7).



Çizelge 16: Türkiye Meyve Suyu Sanayisinin dış ticaret dengesi

Değer (Milyon \$)	2006	2007	2008	2009	2010
İhracat	103,6	160,3	131,3	105,5	174,2
İthalat	23,5	34,5	35,6	17	23,7
Dış Ticaret Dengesi	80,1	125,8	95,7	88,5	150,5



## 2. SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ

Meyve Suyu Sanayisinin SWOT analizinin en doğru şekilde yorumlanabilmesi için, meyve işleme sanayisini doğrudan etkileyen Türkiye Tarım Sanayisi ile tüketici ürünlerini baz alan meyve suyu pazarını ayrı ayrı analiz etmek faydalı olacaktır.

### 2.1. Türkiye Meyve İşleme Sanayinin SWOT Analizi

#### 2.1.1. Güçlü Yönler

- Tarımsal üretim için uygun ekolojik koşullar ve iklim
- Yetiştirilen birçok meyvenin ana vatanı konumunda olunması
- Tarım sektöründeki yatırımlar için sağlanan devlet destekleri
- Türkiye'nin tarımsal üretimde komşularına göre daha gelişmiş olmasının önemli ihracat fırsatları sunması
- Türkiye'nin nüfus büyüklüğü ve tarımsal gücü nedeniyle içinde bulunduğu bölgede artan önemi
- Son zamanlarda Türk tarımına Orta Doğu ve diğer yatırımcılar tarafından artan oranda ilgi gösterilmesi
- İlerleyen otomasyona bağlı olarak üretim verimliliğinde görülen artış
- Ekilebilir tarım alanları

#### 2.1.2. Zayıf Yönler

- Mevcut "meyve bahçeciliğinin" dağınık ve küçük parsellerden oluşan yapısı nedeni ile meyve suyu endüstrisinin hammaddesi olan meyve temininde yaşanan sorunlar
- Üretimdeki verimliliği arttıracak olan makineli tarımın küçük çaplı çiftlikler için yüksek maliyet yaratması
- Sanayiye uygun meyve çeşitlerinin belirlenmemiş ve sanayiye yönelik meyve üretiminin yapılmıyor olması
- Meyve temini organizasyonunun "tüccar" diye adlandırılan aracılar tarafından yapılıyor olmasının, üretici ve çiftçinin kar oranlarını rekabet yeteneklerini düşürmesi ve verimliliği azaltması
- Tarımsal üretimin "geçimlik" yapısından sıyrılıp "ticari" yapıya dönüşmemesi

#### 2.1.3. Tehditler

- Kuraklık, sel, don vb. gibi önceden tahmin edilemeyen hava koşullarının meyve üretiminde dalgalanmalara neden olması
- Tarımsal sübvansiyonların kısılması için devlete yapılan baskı



#### 2.1.4. Fırsatlar

- Türkiye'nin stratejik coğrafi konumunun ticaret için önemli fırsatlar sunması
- İşçilik ücretlerinin rekabetçi oluşu
- Organik tarımda, sağlık konusunda artan bilince bağlı olarak görülen gelişmeler
- Avrupa ülkelerinde tarıma ayrılan sübvansiyonlardaki düşüş nedeniyle ortaya çıkan tedarikçi arayışı
- GAP, Deveci Havzası vb. gibi tarımsal projeler

### 2.2. Türkiye Meyve Suyu Pazarının SWOT Analizi

#### 2.2.1. Güçlü Yönler

- Genç ve büyüyen nüfusun hem üretim hem de tüketim artışına olumlu etkisi
- Mevcut meyve çeşitliliğinin ortaya çıkardığı ihracat fırsatlarına sahip olunması
- Gelişen bir ülke olarak, tüketici harcamalarını da pozitif yönde etkileyecek olan kişi başı GSYİH'da gelecek yıllarda beklenen artış
- Sağlıklı beslenme trendinin meyve suyu tüketimine olan olumlu etkisi

#### 2.2.2. Zayıf Yönler

- Küresel ekonomik krizden etkilenen değişken ekonomik ortamın, tüketici harcamaları üzerindeki olası olumsuz etkisi
- Meyve suyu ve benzeri ürün kategorilerinin ne olduğunun ve aralarındaki farkların bilinmemesi
- Meyve suyuna karşı oluşmuş olan yanlış ön yargılar

#### 2.2.3. Tehditler

- Tarımdaki istikrarsız mevzuat ortamının meyve suyu sanayisi üzerindeki olumsuz etkisi
- Yüksek enerji ve diğer girdi giderlerinin meyve suyu üreticilerinin performansını olumsuz etkilemesi
- Dünyada düşük fiyatla üretilen meyve suyu ve konsantrelerinin, yerel üreticilerin rekabet gücünü azaltması

#### 2.2.4. Fırsatlar

- İlgi düzeyi yüksek genç nüfusun yeni marka ve ürünlere açık olması
- Turizm sektöründeki büyümenin içecek sektöründeki tüketimi de arttırması



- Meyve suyu pazarının henüz olgunluğa ulaşmaması nedeniyle büyümenin önünde önemli bir fırsat olması
- Çalışan kadın sayısındaki artışın, tüketime hazır içeceklere olan talebi arttırması
- Tüketici bilincindeki artışın, meyve suyu gibi sağlıklı ürünlere olan ilgiyi arttırması

### 3. SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER

Türkiye meyve suyu sanayi, Avrupa ile kıyaslandığında, teknoloji bakımından yapılanmasını hızla geliştirerek eşit düzeye gelmiş olsa da, görece olarak genç bir sektördür. Ülkemizde meyve suyu kavramı da Avrupa'da olduğu kadar iyi bilinmemekte, dolayısıyla gelişen bu sektörün ürün çeşitliliği, bazı gelişmiş pazarlara göre daha azdır. Ancak meyve suyu üreticileri artan tüketici taleplerini karşılamak amacıyla ürün çeşitlendirmesini her geçen gün arttırmaktadır.

Türkiye'de en çok tüketilen tatlar şeftali, vişne ve kayısıdır. Bu meyvelerin sularının şeftali ve kayısıda olduğu gibi yoğun kıvamlı, vişnede olduğu gibi ekşi olması nedeniyle tek başlarına tüketilemez. Bu nedenle de, şeftali, kayısı ve vişne genel olarak meyve nektarına işlenmektedir. Ancak henüz tüketim düzeyi çok düşük de olsa, %100 meyve suyuna artan ilgi nedeniyle, üreticilerimiz bu meyvelerden üretilen ürünlerin tat dengesini su ve şeker yerine, elma ve üzüm suyuyla sağlayarak, %100 meyve suyu olarak tüketicilere sunmaktadırlar. Tüketiciler tarafından ilgiyle karşılanan bu ikili karışımlara ek olarak, her türlü damak tadına hitap edebilecek yaratıcı karışımlar da her geçen gün artmaktadır.

Ülkemizde henüz vitamin katkılı ve fonksiyonel meyve suyu ve benzeri ürünlerin payı çok düşüktür ve tüketiciler tarafından yeterince talep görmemektedir. Öte yandan, artan sağlıklı beslenme eğilimiyle vitamin katkılı ve fonksiyonel ürünler raflarda yerini almaya başlamış olup, ilerisi için gelişecek bir alandır.

Avrupa'da tüketilen meyve suları hem konsantreden üretilen, hem de konsantreden üretilmeyen ve "NFC" (not from concentrate) adı verilen ürünlerden oluşmaktadır. Türkiye'de üretilen meyve sularının çok büyük bir çoğunluğu "konsantreden" elde edilmektedir ve NFC kavramı henüz ülkemizdeki tüketiciler bakımından çok yenidir. Avrupa'da, özellikle gelişmiş pazarlarda, NFC'ye olan ilgi giderek artmaktadır ve bu eğilimin gelecekte Türkiye'de de yaşanması beklenebilir.

### 4. SEKTÖRÜN DIŞ PİYASALARDAKİ DURUMU

Türkiye meyve suyu sanayinin ihracat bakımından çok büyük bir potansiyeli bulunmaktadır. Ülkemizde kullanılan meyve suyu üretimi teknolojisi Avrupa'da kullanılan en gelişmiş teknolojilerle eş düzeyde olup, tesislerimiz Avrupa'dakilerden daha yenidir.

Şimdiden meyve suyu ihraç edilen ülke sayısı 151'e ulaşmıştır. Bu da Türkiye'nin ürünlerinin küresel meyve suyu pazarında büyük ölçüde kabul gördüğünün ve fiyat rekabeti şansımızın



artması durumunda, ihracatımızın da geometrik olarak büyüme olanağına sahip olduğunun göstergesidir.

Kullanılan teknoloji, know-how, ürün kalitesi ve çeşitliliği bakımından en gelişmiş ülkelerden bir eksiğimiz bulunmamaktadır. Bunlara ek olarak, ülkemizde üretilen meyvelerin miktarı, çeşitliliği ve stratejik konumumuz açısından da birçok avantaja sahip olmamıza rağmen, dış piyasalardaki rekabet gücümüz olması gerekenin altındadır. Üreticilerimizin rekabet gücünü arttıracak yapısal sorunların çözülmesi ve devlet desteklerinin artırılması, sektörün ihracatının katlanarak artmasına olanak sağlayacaktır.

## 5. DİĞER SEKTÖRLER ve YAN SANAYİ İLİLİŞKİLER

Meyve suyu sektörü, işlediği hammadde nedeniyle doğrudan tarıma dayalı olması özelliğiyle diğer içecek sektörlerinden farklılık gösterir. Ülkemiz meyve üretiminin sorunları meyve suyu sektöründeki oyuncuların uluslararası pazardaki rekabet şansını azaltmakta; yine meyvecilik üretimindeki olumlu gelişmeler meyve suyu sanayisinin büyümesine olanak sağlamaktadır.

Bu nedenle, sektörün tek temsilcisi olan MEYED (Meyve Suyu Endüstrisi Derneği) ülkemiz meyveciliğinin geliştirilebilmesi için stratejiler oluşturmakta ve bunları bürokrasinin ilgili birimleri ile paylaşmaktadır. Stratejilerin en doğru şekilde belirlenebilmesi için tüm meyve üretimi ve meyve işleme sanayisinin sorunlarının analiz edilmesi ve potansiyellerinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu nedenle diğer meyve işleyiciler ve paketleyiciler de meyve suyu sanayinin partnerleri arasındadır. Bu bilinç ile MEYED gerek üreticiler ve üretici birlikleriyle gerekse diğer meyve işleme sanayi temsilcileriyle iletişim içinde olunmasına çaba göstermekte ve buna olanak sağlayabilecek organizasyon gerçekleştirmektedir.

Ayrıca, meyve suyunun sağlıklı beslenmedeki yeri ve tarıma dayalı olması özellikleriyle, bir diğer tarıma dayalı içecek sanayi kolu olan süt sektörü de dolaylı olarak partner konumundadır. Süt tüketiminde olduğu gibi, meyve suyu tüketimi de halkın beslenme bilincindeki yükselmeye paralel olarak artmaktadır ve artmaya devam edecektir.

## 6. SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI

### 6.1. Temel Strateji, Amaç ve Politikalar

MEYED, 'meyve suyu' kavramını kamuoyuna doğru tanıtmayı, sektör içi işbirliğini geliştirmeyi, firmalar arasındaki bilgi değişimini hızlandırmayı, ilgili araştırmaları desteklemeyi ve kamuoyu ile ilgili kuruluşları meyve suyu ve faydaları konusunda bilgilendirmeyi görev edinmiştir. Bunun yanında MEYED'in misyon edindiği konular aşağıdaki gibidir:

- Sektördeki firmalar arasında iletişimin ve bilgi değişimini sağlanması ve hızlandırılması
- Kamu kuruluşları ve kamuoyu nezdinde sektörün temsil edilmesi ve görüşlerinin savunulması





- Sektörün gelişimi ve tüketici güvenliği bakımından yasal düzenlemelerin sürekli olarak izlenmesi ve gelişmelerle ilgili sektörün bilgilendirilmesi
- Teknolojik ve analitik yeniliklerin izlenmesi ve sektörle paylaşılması
- Sektörde dürüst rekabetin kollanması
- Türk meyve suyu sektöründe üretilen meyve suyu ve benzeri ürünlerin kalitesinin korunması
- Meyve suyu bileşimi, teknolojisi, kalitesi ve besin değerine ilişkin araştırmaların desteklenmesi ve bu araştırmalara ilişkin kamuoyunun bilgilendirilmesi
- Meyve üretimi ile meyve suyu üretimi, tüketimi ve ihracatının artırılması adına, ortak bilinç ile çalışmalar yürütülmesi
- İlgili uluslararası kuruluşlara sektör adına üye olunması ve ulusal gıda dernekleri ile ortak çalışmalar yürütülmesi

## 6.2.Pazar Denetimi

MEYED'in amaçları arasında tüketicilerin bilinçlendirilmesi, meyve suyu ve benzeri ürünlerin kalitelerinin korunması ve haksız rekabetin önlenmesi yer almaktadır. Bu kapsamda 2000 yılından bu yana yürütülen Pazar Kontrolü Projesi ile piyasadaki ürünlerin Türk Gıda Kodeksi'ne uygunluğu kontrol edilmektedir.

Meyve suları ve nektarları nitelikleri nedeniyle hile ve taklide çok yatkın içeceklerdir. Bu nedenle de meyve suyu ve nektarları, AB'de olduğu gibi Türkiye'de de Türk Gıda Kodeksi'ne uygunluğunun titizlikle kontrol edilmesi gereken ürün grupları arasında yer almaktadır. Ancak, bu sorunu etkin bir denetim mekanizması ile gidermek mümkündür. Tüketiciyi korumayı ve kaliteli, Kodekse uygun üretimin sağlanmasını hedef edinen MEYED de Pazar Kontrolü Projesi ile bir denetim sistemi kurmuştur. Tarım Bakanlığı'nın denetimlerine ek olarak MEYED'in de devreye girmesi kalitenin korunması üzerinde oldukça etkili olmuştur. Bugün gelinen noktada Türkiye Meyve Suyu Pazarının, Kodekse uygunluk bakımından AB'dekinden daha ileride olduğu görülmektedir.

Ürünlerdeki aykırılıkların saptanması için öncelikle meyve suyunun doğal kimyasal bileşimlerinin ayrıntılı olarak bilinmesi ve buradan yola çıkılarak tanı kriterlerinin belirlenmesi gereklidir. Meyve suyunda doğallığın ve saflığın değerlendirilmesinde yol gösterici olan tanı değerleri 1993 yılında Avrupa Meyve Suyu Birliği (AIJN) tarafından yayınlanmış ve uluslararası kontrol kriteri olarak kabul edilmiştir. MEYED tarafından yürütülen pazar kontrollerinde de bu kriterler esas alınmaktadır. Bununla beraber karşılaştırılan kriterlerdeki, meyvelerin varyetesi ve olgunluk düzeyi, üretim bölgesi, iklim ve toprak şartları gibi koşulların ülkemiz şartlarına uygunluğunun belirlenmesi için de 2009 yılında MEYED tarafından Tanı Değerleri Projesi başlatılmıştır. Bu projenin sonuçlarını vermesi ile kalite koruma sistemi daha da geliştirilecektir.

Pazar Kontrolü Projesi'nde Avrupa Meyve Suyu Birliği (AIJN) tanı değerleri dikkate alınarak pazardan tedarik edilen ürünlerin içerdikleri meyve oranlarının belirlenmesine yönelik bir çalışma gerçekleştirilmektedir. Ürünlerin meyve oranlarının belirlenmesine yönelik belirleyici



analitik değerleri (sodyum, kalsiyum, potasyum fosfor, magnezyum, formol sayısı, titrasyon asitliği, sitrik asit, izositrik asit, laktik sorbitol) akredite laboratuvarlarda analiz edilmekte ve Kodekse uygun olması için gereken kriterler ile karşılaştırılmaktadır. Meyve oranının belirlenmesinde uluslararası geçerliliğe sahip olan ve AIJN'de de belirtilen analitik yöntemler kullanılmaktadır. Bu yöntemler ile piyasadan alınan çeşitli meyve suyu ve nektarları kontrol edilmektedir. Türkiye Meyve Suyu Endüstrisi tarafından üretilen ürünlerin tüketiminde %70 gibi büyük bir payı meyve nektarları almaktadır. Bu nedenle de kontrollerde öncelik iç piyasada tüketim hacmi yüksek olan meyve nektarlarına (şeftali, kayısı ve vişne nektarları) verilmektedir.

2009 yılında devam eden bu proje kapsamında biri yurt içi, diğeri yurt dışında olmak üzere uzman iki kuruluş ile iş birliği yapılmıştır. Meyve oranı analizleri için yurt içinde **TÜBİTAK MAM Araştırma Laboratuvarları** ile çalışılmıştır. Buna ek olarak **Avrupa Kalite Kontrol Kuruluşu** SGF (Sure-Global-Fair) ile yapılan iş birliği kapsamında, Almanya'ya gönderilen ürünler Dünya çapında ünlü, meyve suları konusunda uzman akredite laboratuvarlarda analiz edilmiştir. 2010 yılından itibaren ise pazar kontrolü projesi TUBITAK Marmara Araştırma Merkezi Gıda Enstitüsü ile beraber yürütülmeye devam etmektedir.

### 6.3. Meyveciliğin geliştirilmesi

Mevcut "meyve bahçeciliğinin" dağınık ve küçük parsellerden oluşan yapısı nedeni ile meyve suyu endüstrisinin hammaddesi olan meyve temininde aşağıdaki temel sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır:

- Yeterli miktar ve kalitede meyve tedarik edilememesi
- Sanayiye uygun cins ve türlerin bulunamaması
- Dağınık ve küçük ölçekli bahçeler dolayısıyla "Uygun İşletme Ölçeği" ve "Uygun Ürün Deseni"nin oluşmaması

Bu sorunlar da verimsiz üretim dolayısıyla çiftçiyi de sanayiciyi de mutlu etmeyen fiyatların oluşmasına ve modern tarım teknik ve bilgilerinin uygulanamamasına neden olmaktadır. Bu durum ülke ekonomisi ve tarımın gelişmesi açısından büyük önemi olan meyve suyu endüstrisinin gelişmesine engel olmakta ve uluslararası ticaretteki rekabet gücünü ciddi ölçüde düşürmektedir.

Son yıllarda Tarım Bakanlığının meyveciliğin gelişmesi için uygulamaya koyduğu "Teşvik Sistemi", "Arazi Topplulaştırma çalışmaları" ve "Tarım Havzaları Projesi" gibi reformlar ülke tarımı ve tarıma bağlı sanayi sektörleri için çok önemli ufuklar açmıştır. Meyvecilik için verilen destekler maddi açıdan yeterli düzeydedir. Ancak verilen desteklere ilişkin faydalanma koşullarının sistematik bir şekilde tanımlanmaması, her başvuranın ilgili desteklerden faydalanmasına ve dolayısıyla verimsiz ve dağınık bir ürün deseni oluşmasına neden olmaktadır.

Teşviklerin kalite, verimlilik, çeşit ve maliyet açısından sanayinin gerek iç pazardaki büyümesine gerekse dış ticaretteki gücünü arttırmasına olanak verecek bir şekilde yeniden yapılandırılması büyük önem taşımaktadır. Bu kapsamda meyve plantasyonu ile ilgili teşviklerde, aynı havzada en uygun meyvelerin "Meyve İşleyen Tesisler" in etrafında büyük kümeler halinde oluşmasını mümkün kılacak bir model oluşturulmasının çok faydalı olacağına inanmaktayız.

Bu sistem içinde yapılması gerekenlere ilişkin MEYED önerileri aşağıdaki gibidir:



- "Meyve İşleyen Sanayi Tesisleri" veya "Paketleme Tesisleri" ile sözleşme yaparak, onların ihtiyacına uygun türde ve miktarda kümelenebilmeyi sağlamak amacıyla meyve bahçesi tesis edenlere % 20 daha fazla destek veya mevcut desteğin sadece sözleşme yapanlara verilmesi yardımı yapılması
- "Tarım Havzaları Projesi" uygulamasında, her havza bazında, sanayinin ihtiyacı olan elma, şeftali, kayısı, zerdali, vişne, nar, armut ve ayva meyvelerinin sanayiye uygun çeşitlerinin teşvik kapsamına alınması
- Sanayide sürdürülebilirliği sağlamak amacı ile, süt için uygulanmaya başlayan primlendirme sistemine paralel olarak, meyvesini doğrudan sanayiciye satan çiftçiye özel prim verilmesi

#### 6.4.Sözleşmeli meyve üretiminin benimsenmesi ve yaygınlaştırılması

Meyvecilik sektörüne girmek isteyen üreticilerin ilk 3 ile 7 yıl arasında gelir elde edememesi ve bu durumun çiftçinin dayanma gücünü çok zayıflatması, meyvecilik alanına yatırım yapılmasının ve dolayısıyla meyveciliğin gelişmesinin önünde engel teşkil etmektedir.

Bu sorunun ortadan kaldırılması için sunulan çözüm önerisi; meyve fidanı, damla sulama tesisi, diğer biyolojik mücadele gibi desteklerin sadece sözleşmeli meyvecilik yapanlara sağlanması veya sözleşmeli meyvecilik yapanlara tercihli ve öncelikli olarak verilmesidir. Örneğin sözleşmeli üretim yapan çiftçilerin %25 – 50 daha fazla miktarda destekten faydalanmasına olanak sağlanmalıdır. Bunun dışında toplu hareket ederek tek bir ürün için belirli bir alan büyüklüğünü (örneğin 500 bin dekar ve fazlası) bir araya getirenlerin, tercihen ve öncelik sırasıyla desteklerden yararlandırılması da sorunun çözümünde önemli rol oynayacaktır.

#### 6.5.İhracatın Geliştirilmesi

Ülkemiz meyve işleme sanayisi, Türkiye'nin dünyada en önemli meyve üreticilerinden biri olması, lojistik ve enerji kaynaklarına yakınlığı açısından özel konumunun getirdiği avantajlar ve en gelişmiş teknolojileri kullanarak kaliteli üretim yapması nedenlerinden dolayı çok önemli bir potansiyele sahiptir. Meyve işleme sanayisi istihdama, ülkenin ağaçlanmasına, sağlıklı beslenmeye ve net döviz girdisine büyük katkıda bulunmaktadır. Ancak üreticilerimizin yurt dışındaki rekabet gücünün düşük olması var olan bu önemli potansiyelin verimli bir şekilde kullanılmamasına yol açmaktadır. Aşağıda yer alan çözüm önerisinin uygulamaya konulması bahsedilen dar boğazın aşılması ve ülkemizin potansiyelinin verimli bir şekilde kullanılması açısından en doğru yol olacaktır.

Meyve Suyu Sektörü hem meyvelerin işlenmesiyle hem de kalite bakımından eksikliği olmasa da şekli bakımından sofralık olarak kabul edilemeyecek meyvelerin değerlendirilmesi bakımından önemli bir katma değer yaratmaktadır. Bu nedenle taze meyveye uygulanan ihracat iadesinin meyve suyu konsantresine işlenen hammaddeye de uygulanması ve bunun konsantre üreticilerine ihracat desteği olarak verilmesi gerekmektedir. Aşağıdaki tabloda 1 ton meyve suyu konsantresi için işlenmesi gereken ortalama meyve miktarı verilmiştir. Buradan yola çıkarak örnek vermek gerekirse, 1 ton elma suyu konsantresi için 7 ton elma işlenmektedir.



Dolayısıyla ihrac edilen her 1 ton elma için ödenen teşvik tutarının yedi katının ihrac edilen 1 ton elma suyu konsantresi için de verilmesi gerekmektedir.

<b>1 TON KONSANTRE İÇİN İŞLENEN MEYVE MİKTARI</b>
1 ton Elma S.K. için 7 ton meyve
1 ton PORTAKAL S.K. için 18 ton meyve
1 ton VİŞNE S.K. için 5 ton meyve
1 ton NAR S.K. için 12 ton meyve
1 ton ŞEFTALİ P.K. için 4 ton meyve
1 ton KAYISI P.K. için 3 ton meyve
1 ton ÜZÜM S.K. için 4,5 ton meyve

Bu sistemin uygulanması ile daha fazla meyve işlenecek, daha çok katma değer yaratılacak ve ülkemize net döviz girdisi artacaktır. Ayrıca sektördeki atıl kapasite kullanılacak ve istihdam da artacaktır.

Bu uygulama ile, ülkemizde büyük potansiyele sahip olduğu halde yıllardır rekabet şansı elde edemediğimiz başta portakal ve üzüm meyvelerinin işlenmesi suretiyle elde edilecek konsantrelerin yurt dışındaki rekabet şansı çok yükselecektir.

➤ İhracatta önemli bir sıçrama yapmamıza imkan sağlayacak "Sebze Suları" ve/veya "Sebze Suyu Konsantreleri" ihracatında da "Meyve Suları/Konsantreleri" için uygulanan Destekleme ve Fiyat İstikrar Fonu (DFİF) miktar barajının ayısının uygulanması sektörün önünü açacaktır.

## 6.6.Tarım Arazileri ve Uygun Plantasyon Alanları Envanteri

TC Başbakanlık Hazine Müsteşarlığının elindeki birinci sınıf tarım alanlarının envanterinin çıkarılması ve meyveciliğin geliştirilmesi için atılacak adımlara ışık tutması amacıyla özel sektöre tahsis edilmesi büyük önem taşımaktadır.

## 6.7.Enerji Maliyetleri

Türkiye Dünya'daki en önemli meyve üreticilerinden biridir. Meyve suyu sektörünün işlediği başlıca meyvelerin üretimi bakımından da ilk beşte yer almaktadır. Gerek bu avantajı gerekse gelişmiş pazarlarda kullanılan teknoloji ve üretim kalitesine sahip olması nedenleri ile Türkiye Meyve Suyu Endüstrisi dış ticarete önemli bir potansiyele sahiptir. Ancak yüksek enerji maliyetleri, bu potansiyelin önünde engel teşkil etmekte ve sektörün rekabet gücünü azaltmaktadır. Sektörün gelişmesi ve ihracatın arttırılabilmesi amacı ile enerji maliyetlerinin azaltılması gerekmektedir.



### 6.8. Tüketicilerin bilinçlendirilmesi

Meyve suyu ve benzeri içecekler (meyve suyu, meyve nektar, meyveli içecek, aromalı içecek) arasındaki fark ve meyve suyunun sağlıklı beslenmedeki önemli rolü henüz tüketiciler tarafından yeterli düzeyde bilinmemektedir.

Dünya Sağlık Örgütü (WHO) sağlıklı bir beslenme için günde en az 5 porsiyon meyve ve sebze tüketilmesini önermektedir. Bir bardak meyve suyu da bir porsiyon meyve ile eş değer olarak kabul edilmektedir. Bu göstergenin de işaret ettiği gibi meyve suyu içerdiği vitamin, mineral ve antioksidan bileşikler sayesinde sağlıklı diyetin çok önemli bir parçasıdır. Ancak tüketiciler meyve suyunun sağlıklı beslenmedeki önemli rolünü bilmemekte ve hatta kalıplaşmış bir takım yanlış ön yargılar nedeni ile meyve suyunu hak ettiği yerin çok daha aşağısında algılamaktadır.

Ayrıca, medyada yer alan ve bazıları da akademisyenler tarafından iddia edilen hatalı bildirimler, meyve suyu ve sağlık ilişkisinde doğru olmayan ön yargıları beslemektedir. Bu da sektörü olumsuz etkilemek ile beraber, tüketicilerin sağlıklı beslenme bilinci kazanmasının önünde engel teşkil etmektedir.

Bu bilgi boşluğunun kapatılması için üretici firmaların MEYED'in çatısı altında bilinçlendirme çalışmaları yapması gerekmektedir. Benzer şekilde Milli Eğitim Bakanlığı ve Sağlık Bakanlığı'nın da hem bu çabalara katkıda bulunması hem de kendi bünyelerinde organize edecekleri eğitim ve tanıtım çalışmaları ile destek olması da aynı derecede önem taşımaktadır.

MEYED tüketicileri bilinçlendirmek için üzerine düşen sorumluluğu gerçekleştirmek amacıyla çalışmalarını sürdürmektedir.

### 6.9. STK'ların güçlendirilmesi

Sivil Toplum Kuruluşları var olan toplumsal, siyasal ve ekonomik sorunların çözümlenmesi ve dolayısıyla ülkenin gelişimi ve ilerlemesi açısından çok önemli bir role sahiptir. Ancak Türkiye'de sivil topluma, Batı'daki gibi profesyonel bir yaklaşım hakim değildir. Batılı ülkelerde sivil toplum anlayışı bir sektör haline gelmiştir, Türkiye'de ise konu bazında yaklaşım ve faaliyet gösterme anlayışı yerine genel yaklaşım hakimdir. Bu nedenle Türkiye'de sivil toplum, süreklilik arz etmeyen, inişli çıkışlı ve profesyonel yapıdan uzak bir sektör durumundadır.

Batı'da sivil toplum kuruluşları için kamu bütçelerinde belirli bir pay ayrılmaktadır. Türkiye'de ise yurttaşların ya da firmaların kendi inisiyatifleri ile oluşturdukları kuruluşların tamamen kendi kendini finanse etmesi gerektiği şeklinde bir görüş hakimdir. Bu da sivil toplum örgütlerinin faaliyetlerini ve başarılı olmalarını sınırlamaktadır. Dolayısıyla, hükümetlerin en önemli partnerleri olması gereken STK'ların, çalışmalarını etkin bir şekilde sürdürebilmesi için bir takım mali destekler ve iş birliği için kolaylıklar sağlaması gerekmektedir.

Sivil toplum örgütlerinin Türkiye'de beklenen düzeyde etkili olamamalarının nedenlerinden biri de, ortak hareket ve bilgi paylaşımı bilincinin yeterince gelişmiş olmamasıdır. STK üyelerinin, tüm çalışmalarda ortak bir sorumlulukları olduğu bilinciyle iş birliği yapması ve faaliyetlere katkı sağlaması gerekmektedir. Ortak sorunların verimli çözümü için, STK'ların liderliğinde ortak hareket ederek çözümlenebileceği algısının yerleşmelidir.



Bunlara ek olarak, STK'ların kendi aralarında bir bağın oluşturulamamış olması ve birlikte ortak çalışmalar yapmamaları da verimli sonuçlar ortaya konulamamasının nedenleri arasında yer almaktadır. Tüm paydaşların iş birliği içinde, koordinasyonlu bir şekilde ortak projeler ortaya koymaları beklenen verime ulaşmak açısından büyük önem taşımaktadır.

Bu koordinasyon ve iş birliğinin oluşmasına olanak sağlamak amacıyla, MEYED bünyesi altında sektörü ilgilendiren tüm ana konuları kapsayacak şekilde çalışma grupları kurulmuştur. Bu grupların işleyişiyle, üyelerimizin çalışmalara katılımının artırılması, verimli bilgi akışının sağlanması, sektörün sorunlarının ve bunlara yönelik çözüm önerilerinin en doğru şekilde belirlenebilmesi amaçlanmıştır. Ayrıca ortak konularda iş birliği yapılabilecek Devlet kurum ve kuruluşları, araştırma enstitüleri, üniversiteler gibi tüm paydaşların da bu Çalışma Gruplarına katılması için, dolayısıyla ortak konularda organik bir bağ kurulması için çaba gösterilmektedir.

Ayrıca yalnızca yurt içindeki STK'lar ile değil yurt dışındaki STK'lar ile de iletişim halinde olunması, ortak projeler üretilmesi, bu kuruluşların uluslararası bağlantılarına sahip olunması ve uluslararası platformlarda etkin hale gelinerek gerek yeniliklerin takip edilerek üyelere duyurulması gerekse ülke menfaatlerinin korunması bakımından büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle MEYED 1997 yılından bu yana Uluslararası Meyve Suyu Üreticileri Federasyonu (IFU) ve 2005 yılından bu yana da Avrupa Meyve Suyu Birliği (AIJN)'nin aktif birer üyesidir. MEYED ve dolayısıyla Türkiye meyve suyu sanayi IFU ve AIJN'in Genel Kurullarında, İletişim ve Teknik Komitelerinde Genel Sekreter, önemli akademisyenlerimiz ve üyelerimiz ile temsil edilmektedir. Sektörün hızlı gelişimi ve uluslararası platformlarda oynadığı aktif rol sonucunda, MEYED 2010 yılında, içerisinde bulunduğumuz yüksek potansiyelli Avrasya ve Güney Doğu Avrupa Bölgelerini temsilen IFU Yönetim Kurulu Üyesi olarak seçilmiştir.

## 7. SEKTÖREL YAPILANMA

Meyve Suyu Endüstrisi Derneği (MEYED), 1993 yılında, gelişen Türk meyve suyu sektöründe faaliyet gösteren firmaları aynı çatı altında toplamak üzere kurulmuştur. Bünyesinde 35 üretici firma ve destekleyici, tedarikçi önemli firmalar ile birlikte toplamda 42 üye firma barındıran MEYED, sektörün tek temsilcisidir. MEYED tarım, gıda sanayi, sağlık gibi konulardaki paydaşları, konusunda uzman akademisyenler ile sektörün profesyonellerini bir araya getirdiği ilk günden bu yana, sektörün sorunlarına ortak çözümler sunmak ve endüstrinin gelişmesi için katkı sağlamaktadır.

Sektördeki meyve suyu üreticisi firmaların tümü ile ambalaj ve hammadde sağlayıcı firmaları da bünyesinde buluşturan MEYED, 1997 yılından bu yana **Uluslararası Meyve Suyu Üreticileri Federasyonu (IFU)** ve 2005 yılından bu yana **Avrupa Meyve Suyu Birliği'nin (AIJN)** üyesidir. MEYED aynı zamanda dürüst rekabeti ve kalite kontrolü sağlamak amacıyla Avrupa Meyve Suyu Sektöründe Kar Amacı Gütmeyen Endüstriyel Öz Denetim Kuruluşu olan **SGF (Sure-Global-Fair – SGF)** ve TÜBİTAK Marmara Araştırma Merkezi ile de işbirliği içinde çalışmakta, ortak projeler yürütmektedir.



## KURUYEMİŞ SEKTÖRÜ

### GİRİŞ

#### 1. SEKTÖRÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

##### 1.1 Endüstri Yapısı

###### 1.1.1 İşletme Sayısı

Sektördeki Firma Sayısı: 3.000 Adet

###### 1.1.2 Ekonomide Yaratılan Katma Değer

Yıllık yaklaşık 3,5 Milyar Dolar

##### 1.2 Üretim

###### 1.2.1 Ürün Bazında Üretim

Antep Fıstığı	: 100 Bin Ton
Ay Çekirdeği	: 110 Bin Ton
Fındık	: 650 Bin Ton
Kayısı	: 350 Bin Ton
Kur Üzüm	: 270 Bin Ton
Kuru İncir	: 60 Bin Ton
Leblebi	: 60 Bin Ton
Kabak Çekirdeği	: 40 Bin Ton
Yer Fıstığı	: 80 Bin Ton

##### 1.3 Tüketim

###### 1.3.1 Ürün Bazında Tüketim Değerleri

Ülkemizde kişi başına yılda ortalama 3,5 Kilo kuruyemiş tüketilmektedir.

##### 1.4 Türkiye Gıda ve İçecek Pazar Verileri

###### 1.4.1 Büyüme Oranları

Kuruyemiş sektörünün yıllık büyüme oranı %10 'dur.

##### 1.5. Dış Ticaret

###### 1.5.1. İthalat-İhracat

200 Milyon Dolar İthalat

600 Milyon Dolar İhracat

###### 1.5.2. Dış Ticaret Dengesi

400 Milyon Dolar İhracat Fazlası

#### 2. SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ

##### 2.1. Gıda Sanayinin Güçlü Yönleri

Kuruyemiş sektörü her yıl %10 civarında büyüme göstererek hem yurt içinde hem de yurt dışında Pazar payını genişletmektedir. Ülkemiz kuruyemişte başta AB ülkeleri olmak üzere Rusya ve diğer komşu ülkelerin tedarikçisi durumuna gelmiştir.



## 2.2. Gıda Sanayinin Zayıf Yönleri

Yurtdışından kaçak ürün girişleri ve merdiven altı üretim sektörü olumsuz yönde etkileyen unsurlardır.

## 3. YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR

### 3.1. Genel Teşvik Sistemi ve Uygulamaları

Kuruyemiş sektörü genel teşvik sistemi dışında tutulmuştur.

## 4. SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER

Sektör kendisini sürekli yenilemekte ve ürün bazında yeni çeşitlemelere gitmektedir.

## 5. Diğer Sektörler ve Yan Sanayi ile İlişkiler

Kuruyemiş sektörüne Alet ve Makina ve ambalaj üreten firmalar ürünlerini dünya standartlarının üzerine çıkarmışlar hatta pek çok ülkeye kuruyemiş imalatında kullanılan makinalar ihraç etmeye başlamışlardır.

## 6. SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI

### 6.1 Temel Strateji, Amaç ve Politikalar

Sektörde faaliyet gösteren firmaların büyük ekseriyeti Aile şirketi durumundadır. Zaman zaman bölünerek gerek sermaye ve gerekse üretim yönünden zayıf düşmektedirler. Sektörün en büyük ihtiyacı kurumsal bir yapıya geçmesidir. Bunun içinde ilgili kurumların sektörde yer alan firmalara kurumsallaşma konusunda seminerler düzenleyerek bilgi aktarımında bulunması gerekir.

### 6.2 Kayıtdışılık

Kuruyemişle kayıt dışı üretimin önüne geçilmesi ile hem sektör hem de Devlet büyük kazanç sağlayacaktır.

### 6.3 Tüketicinin bilinçlendirilmesi

Sağlıklı ve taze ürün temin etmesi bakımından tüketicilerin değişik vasıtalarla bilgilendirilmesi ve bilinçlendirilmesine ihtiyaç vardır.

### 6.4 STK'larının güçlendirilmesi

TÜKSİAD olarak şuan Türkiye genelinde sektörün tek temsilcisi ve derneği durumundayız. Bölgesel dernekler de kurularak sektör bölgesel bazda temsil edilebilir.





## **7. SEKTÖRÜN AB UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA VE AB KARŞILAŞTIKLARI UYUM SORUNLARI**

### **7.1 Gıda ve İçecek Sanayinin AB ile Karşılaştırılması**

Kuruyemiş sektörü ürettiği ürünlerde AB standartlarını yakalamış ve AB ülkelerinin bu konuda tedarikçisi konumuna gelmiştir.

## **8. SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTIRILMASI VE VERİMLİLİK**

### **8.1 AR-GE Harcamaları ve İstihdamı, çevre uygulamaları, teknoloji ve hammadde**

Sektörde AR-GE çalışmaları ve harcamaları konusunda istenilen düzeye ulaşılamamıştır.

## **9. GENEL DEĞERLENDİRME**

Sektör olarak hem hammadde üretimindeki sorunlarla hem üretimdeki sorunlarla hem de Pazarlamadaki sorunlarla uğraşmak durumundayız. Üretim safhasında çiftçilerimize birkaç çeşit dışında destekleme verilmediği için çiftçilerimiz ekim zamanı eğer yüksek kar görmezse, devletten destek primi aldığı başka ürünlere kayıyor, dolayısıyla hammadde sıkıntısı çekebiliyoruz. Hâlbuki bizim ürünlerimize de destek primi verilse çiftçi istikrarlı olarak her yıl eker. Çiftçi yemlik mısır ekirse destek primi alır, fiyatı daha fazla olan patlamalık mısır ekirse destek primi alamaz. Bizde ülkemizdeki üretim yetmediği için dışarıdan ithal ederiz. Yine çiftçimiz tarlasının bir kısmına yağlık ay çekirdeği ekirse destekleme primi alır, ancak çerezlik ay çekirdeği ekirse alamaz. Bu uygulamanın değişmesi lazım. Yine ürün yetiştirirken geleneksel tohumlar kullanılır. Hâlbuki hızla hibrit tohuma geçmemiz gerekiyor. Hem birim alanda ürünü daha fazla alıyoruz hem de yüksek kalite elde ediyoruz. Ülkemizde girdi maliyetleri yüksek olduğu için bu durum direkt üretilen ürüne yansıyor ve özellikle yurtdışında rekabet şansımız azalıyor. Devletimizin bu konuda bizlere yardımcı olmaları gerekiyor. Hibrit tohum konusunda derneğimizin mütevazı imkânlarıyla bir çalışması var, yakında sonuca ulaşacağız. Şayet başarı sağlanırsa çok güzel gelişmeler olacak. Pazarlama noktasında da sektörümüzün ciddi problemleri var. Özellikle marketler yasasının çıkmasını bekliyoruz. Büyük marketler güçlerinden kaynaklanan bazı dayatmalar yapmaktadırlar. Yeni düzenlemede bunların ortadan kalkacağını umut ediyoruz. Dernek olarak marketler yasasına komisyonda önerilerimizi sunarak katkı sağladık. T.B.M.M genel kuruluna sevk edilen yasa geri çekildi, tekrar gündeme gelmesini sektör tarafından beklenmektedir.



## BİTKİSEL YAĞ SEKTÖRÜ

### GİRİŞ

#### 1. SEKTÖRÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

##### 1.1. Endüstri Yapısı:

##### 1.1.1. İşletme Sayısı

Türkiye bitkisel yağ sektörümüzde yaklaşık 146 adet tohum işleme (kırıcı) ve 74 adet rafine tesisi bulunmaktadır. Bunların bir kısmı sadece kırma veya rafineci diğer kısmı da hem kırıcı hem rafine tesis aynı işletme bünyesinde bulunmaktadır.

#### 1.2 Üretim

##### 1.2.1 Ürün Bazında Üretim

Sektörümüzün ihtiyacının büyük bir bölümünü ithal etmektedir. Yerli üretim rakamları ise Çizelge 1 ve 2’de verilmiştir.

Çizelge 1: Yağlı Tohum ve Bitkisel Ham Yağ Üretimi (1000 Ton)

BİTKİSEL YAĞ	YILLAR							
	2007		2008		2009		2010	
	Yerli Yağlı Tohum	Yerli Ham Yağ	Yerli Yağlı Tohum	Yerli Ham Yağ	Yerli Yağlı Tohum	Yerli Ham Yağ	Yerli Yağlı Tohum	Yerli Ham Yağ
Ayçiçeği	700	280	900	351	800	320	1000	410
Soya Fasulyesi	36	6	34	6	39		55	
Mısırözü Yağı		18		18		20		20
Pamuk	1300	197	1200	161	850	120	1150	144
Palm Yağı								
Kolza Yağı	28	12	82	34	112	46	110	45
<b>TOPLAM</b>	<b>2.064</b>	<b>513</b>	<b>2.216</b>	<b>570</b>	<b>1.801</b>	<b>506</b>	<b>2.315</b>	<b>619</b>



**Çizelge 2: Bitkisel Likit Yağ ve Margarin Üretimi (1000 Ton)**

BİTKİSEL YAĞ	YILLAR							
	2007		2008		2009		2010	
	Likit Yağ	Margarin	Likit Yağ	Margarin	Likit Yağ	Margarin	Likit Yağ	Margarin
Ayçiçeği	693		903		908		892	
Soya Fasulyesi	50	25	14		25	17	30	45
Mısırözü Yağı	131		95		103		71	
Pamuk	51	121	39	35	32	16	40	
Palm Yağı		478		570		497		423
Kolza Yağı	20	44	104	20	98	12	93	74
<b>TOPLAM</b>	<b>945</b>	<b>668</b>	<b>1155</b>	<b>625</b>	<b>1166</b>	<b>606</b>	<b>1126</b>	<b>634</b>

### 1.2.2 Mevcut Kapasite ve Kapasite Kullanım Oranı

Bitkisel yağ sanayi 6 milyon ton tohum işleme, 1.5 milyon ton rafine ve 1 milyon ton margarin üretim kapasitesine sahiptir.

Sektörümüzde kırma kapasite kullanım oranı % 63, rafinasyon tesislerimizde kapasite kullanım oranı % 75 ve margarin üretiminde kapasite kullanım oranı % 64 civarındadır.

### 1.3 Tüketim

#### 1.3.1 Ürün Bazında Tüketim Değerleri

Bitkisel yağ tüketim değerlerimiz yıllara göre değişmekle birlikte her yıl yaklaşık 950 Bin Ton sıvı yağ, 500 Bin Ton Margarin tüketmekteyiz. Yıllara göre tüketim değerleri ürün bazında Çizelge 3 ve 4'de verilmiştir.



**Çizelge 3: Türkiye Yemelik Sıvı Yağ İç Tüketimi (1000 Ton)**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>AYÇİÇEK YAĞI</b>	525	412	452	537	579	658	705	661	649	665	766
<b>SOYA YAĞI</b>	16	79	57	35	81	80	70	20	10	22	32
<b>PAMUK YAĞI</b>	82	85	80	84	83	47	46	30	36	30	20
<b>MISIR YAĞI</b>	84	90	108	71	102	134	133	120	91	87	51
<b>KOLZA YAĞI</b>	7	5	8	4	5	10	13	20	104	98	83
<b>GENEL TOPLAM</b>	<b>714</b>	<b>671</b>	<b>705</b>	<b>731</b>	<b>850</b>	<b>929</b>	<b>967</b>	<b>851</b>	<b>890</b>	<b>902</b>	<b>952</b>

**Çizelge 4: Türkiye Margarin İç Tüketimi (1000 Ton)**

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
<b>İÇ TÜKETİM</b>	400	394	419	419	447	488	535	554	536	515	532

#### 1.4 Türkiye Gıda ve İçecek Pazar Verileri

##### 1.4.1 Pazar Büyüklüğü – Ciro – Ürün Hacmi (Volüm)

Bitkisel yağ sanayimiz 4 milyar US dolar parasal hacme sahiptir.

##### 1.4.2 Büyüme Oranları

Sektörümüz 2010 yılında % 4 oranında büyümüştür.

#### 1.5 Dış Ticaret

##### 1.5.1 İthalat – İhracat

Sektörümüz ihtiyacının % 70'ini yağlı tohum ve ham yağ olarak ithal etmektedir. Son 10 yıla ait ithalat ve ihracat rakamları Çizelge 5, 6 ve 7'de verilmiştir.



**Çizelge 5: Türkiye Yağlı Tohum İthalatı (1000 Ton)**

YAĞLI TOHUM	YILLAR										
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Soya Fasulyesi	387	321	613	831	682	1.154	1.016	1.230	1.239	974	1.756
Kolza Tohumu	24	2	1	2	6	65	185	245	216	158	307
Ayçiçeği Tohumu	523	193	129	541	482	499	390	613	474	586	662
Pamuk Tohumu	179	32	55	4	84	126	70	7	20	5	10
<b>TOPLAM</b>	<b>1.113</b>	<b>548</b>	<b>798</b>	<b>1.378</b>	<b>1.254</b>	<b>1.844</b>	<b>1.661</b>	<b>2.095</b>	<b>1.949</b>	<b>1.723</b>	<b>2.735</b>

**Çizelge 6: Türkiye Hamyağ İthalatı (1000 Ton)**

YAĞLI TOHUM	YILLAR										
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ayçiçeği Hamyağı	104	133	93	102	84	207	400	174	425	342	238
Mısır Hamyağı	97	91	117	96	90	102	124	113	83	83	54
Soya Hamyağı	158	154	175	134	75	190	213	51	20	10	10
Palm Yağı	259	301	322	425	439	554	578	456	535	497	510
<b>TOPLAM</b>	<b>618</b>	<b>679</b>	<b>707</b>	<b>757</b>	<b>688</b>	<b>1.053</b>	<b>1.315</b>	<b>794</b>	<b>1.063</b>	<b>932</b>	<b>812</b>

**Çizelge 7: Türkiye Bitkisel Yağ İhracatı (1000 Ton)**

YAĞ	YILLAR										
	2000	2002	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
LİKİT	55	60	58	97	67	98	272	118	265	267	182
MARGARİN	79	79	87	126	96	144	106	114	143	91	101
<b>TOPLAM</b>	<b>134</b>	<b>139</b>	<b>145</b>	<b>223</b>	<b>163</b>	<b>242</b>	<b>378</b>	<b>232</b>	<b>408</b>	<b>358</b>	<b>283</b>



Görüldüğü üzere bitkisel yağ ihtiyacının ancak % 30'u yerli üretimle karşılanmakta geri kalan ihtiyaç ise yağlı tohum veya ham yağ olarak ithal edilmektedir.

Çizelge 5 ve 6'nın incelenmesinden de görüleceği üzere son yıllarda, özellikle son 2 yılda, yağlı tohum ithalatı artmış, ham yağ ithalatı düşmüştür. Bu durum hem sektörün kapasite kullanımına müspet etkisi hem de ülkeye katma değer ve istihdam kazandırması açısından olumlu karşılanmaktadır.

### 1.5.2 Dış Ticaret Dengesi

Bitkisel yağ sanayi ham madde girdisi bakımından net ithalatçı bir ülkedir. Yağlı tohum ve türevlerine 2010 yılında 2.5 Milyar US dolar döviz ödenmiş oysa 400 milyon US dolar ihracat yapılmıştır.

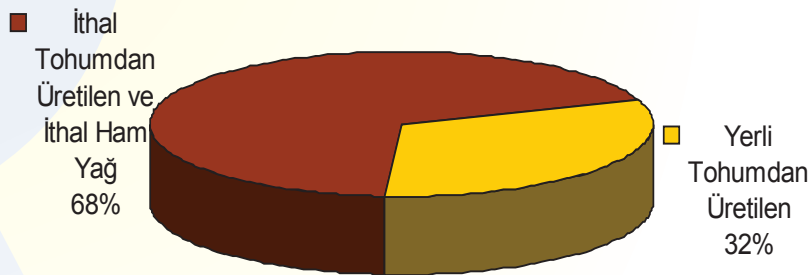
## 2. SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ

### 2.1 Gıda Sanayinin Güçlü Yönleri

Bitkisel yağ sanayimiz kırıcı, rafine ve margarin tesisleri olarak dünyanın en modern teknolojilerine sahip olup ürünlerimiz de Avrupa standartları seviyesindedir. Üretim kapasitesi yönünde yeterlidir.

### 2.2 Gıda Sanayinin Zayıf Yönleri

Hammadde yönünde sektör % 70 düzeyinde dışa bağımlıdır (Şekil 1).



Şekil 1: 2010 Yılı Bitkisel Yağ Kullanımı



### 2.3 Gıda Sanayi İçin Tehditler

Sektörümüz açısından en büyük tehdit ham madde yönünden büyük oranda dışarıya bağlı olmaktır. Son yıllarda yağlı tohum ihracatçısı ülkeler zaman zaman ihracatlarını kısmakta veya ihracata yeni vergiler koymaktadırlar. Ayrıca bu ülkeler kendi kırma ve rafine kapasitelerini artırdığından gelecekte ülkemiz yağlı tohum veya ham yağ bulmakta güçlük çekecek, rafine edilmiş ambalajlı ürün almak zorunda kalacaktır.

### 3. SEKTÖRDE DIŞ PİYASALARDAKİ DURUM

Sektör olarak en fazla ayçiçeği tohumu ithalatı yaptığımız ülkeler sırasıyla, Bulgaristan, Ukrayna, Romanya ve Moldova'dır. İthal ham yağın büyük bir kısmı Ukrayna'dan olmak üzere, Rusya ve Arjantin'den ithal edilmektedir.

Sektörümüz özellikle orta doğu ülkelerinde belli bir pazarı olup, ihracatın büyük bir kısmı Irak, Suriye, Ürdün, Lübnan ve diğer üçüncü ülkelere yapılmaktadır.

### 4. SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI

#### 4.1 Temel Strateji, Amaç ve Politikalar

Sektörümüz ve Sektör temsilcisi Derneğimiz, insanların sağlıklı beslenmesi için kaliteli bitkisel yağ üretimini hedeflemiş ve yağlı tohum ihtiyacını da yurt içinden karşılanmasını amaç edinmiştir. Bu amaçla yağlı tohum bitkileri üreticisinin daha fazla para kazanmasını ve fazla yağlı tohum üretmesi hedeflenmektedir. Bu konudaki destekleme primlerinin alternatif ürünlere göre daha yüksek tutulması, ayrıca her kesimce yağlı tohumların stratejik ürün olarak kabul edilmesi ana politika olarak benimsemektedir.

#### 4.2 Gıda Mevzuatı

AB Uyum sürecinde hazırlanan "Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda Ve Yem Kanunu" 13.12.2010 tarihinde yürürlüğe girmiştir. 5996 sayılı Kanun uygulamalarına, bu konudaki yönetmeliklerin yürürlüğe girmesiyle başlanmıştır. Ülkemiz gıda kodeksi "Codex Alimentarius" ile eş değer olup AB standartlarında teknik ve kimyasal özelliklere sahiptir. Dolayısıyla üretilen ürünler yönünden standartlarımız AB seviyesindedir. Avrupa Birliğinin tüm direktifleri ülkemiz gıda sektöründe diğer bir ifadeyle bitkisel yağ sanayinde aynen uygulanmaktadır.

#### 4.3 Gıda Denetimi

Yeni kanun ve yeni kurulan Gıda ve Kontrol Genel Müdürlüğü ile gıda denetimlerinin etkinleştirileceği ve sektörümüzde önemli bir sorun olan tağşişin önlenmesi konusunda önemli gelişmelerin olacağı beklenmektedir. Bitkisel yağ sanayicileri olarak Gıda Güvenliği ve kalite



konusunda çok hassas bir şekilde üzerinde durulmakta ve Dernek olarak tağışış ile etkin mücadele edilmektedir. Özellikle Ayçiçeği, soya, kanola vb. yağların piyasa fiyatlarındaki farklılıkların yüksek olduğu dönemlerde en çok tüketilen ayçiçeği yağına göre daha ucuz olan soya ve kanola yağı karıştırılarak, haksız rekabete yol açmakla birlikte tüketiciler yanıltılmaktadır. Bu konuda Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı denetimlerine yardımcı olmak bakımından birlikte tağışışle mücadele eylem planı hazırlanmış ve uygulama devam etmektedir.

#### 4.4 Tüketicinin Bilinçlendirilmesi

Yazılı ve görsel basında “Bitkisel Yağlarda GDO Vardır” veya “GDO’lu Yağ Satılmaktadır.” gibi bilgi kirliliğinden kaynaklanan haberler tüketicilerimizi ve sektörümüzü olumsuz etkilemektedir. Bu gibi hususlarda Dernek olarak yayınladığımız tebliğlerde bitkisel yağ GDO’lu üründen elde edilmiş olsa bile GDO yağa geçmediğini ifade etmekteyiz. Zaten ülkemizde en fazla tüketilen yağ olan ayçiçeği yağının elde edildiği ayçiçeği tohumunun dünyada henüz GDO’lu çeşidi bulunmamaktadır. Ayrıca yağların nasıl muhafaza edileceği, kullanımı, özellikle kızartma yağlarının defalarca kullanılmaması gerektiği konularında bilgilendirmeler yapılmaktadır.

#### 4.5 STK’ların Güçlendirilmesi

Özellikle meslek ve sektörleri temsil eden STK’lar güçlü ancak bu güçlerini özellikle kamu nezdinde aynı güçlerini gösterememektedirler. Sektörlerimiz konusunda çıkarılacak mevzuat, politika ve planlamalarda sektörle ilgili STK’lar etkili ve söz sahibi olmalıdır. Usulen görüş almalar sonucu değiştirmemektedir. Karar verici kurullar ve komitelerde STK’lar temsil edilmeli, kararlardan haberdar olmalıdır. Örneğin sektörümüzle ilgili Biyogüvenlik kurulunda özel sektörü temsil eden STK temsilcileri yoktur. Bunun örneklerini artırmak mümkündür.

### 5. GENEL DEĞERLENDİRME

Böyle bir çalışma mutlaka faydalı olacak ancak kapsamlı ve uzun zaman isteyen bir çalışmayı gerektirmektedir. Hazırlanan bu rapor mevcut bilgiler ışığında hazırlanmıştır. Sektörün en önemli problemi hammadde bakımından dışa bağımlı olmasıdır. Son yıllarda desteklemelere rağmen ülkemizde yağlı tohumlu bitkilerin üretimi artmamış, aynı seviyelerde kalmıştır. Sektör olarak ihtiyaç duyulan yağlı tohumun yurt içinden karşılanması hedef ise de % 70 seviyesinde dışa bağımlılığın azaltılması da sektörümüzü ve ülkemizi rahatlatacaktır.





## SÜT SEKTÖRÜ GİRİŞ

### 1. TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

#### 1.1. Endüstri Yapısı

##### 1.1.1. İşletme Sayısı

TÜİK tarafından 13 Aralık 2010 tarihinde yayımlanmaya başlanan “Süt ve süt ürünleri üretim istatistikleri” çerçevesinde veri elde edilen ve “Entegre Süt İşletmeleri” olarak ifade edilen işletme sayısı 1517’dir. Bu sayıya dondurma üreticileri dâhil edilmemiştir. TÜİK tarafından daha önceki yıllara ait yayımlanmış sağlıklı veriler mevcut değildir.

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı’nın işletme sayımını Haziran 2009 itibarıyla tamamladığı “81 İilde Onay Kapsamında Bulunan Gıda İşletmelerine Ait Sınıflandırma Çalışması” verilerine göre süt sektöründe faaliyet gösteren işletme sayısı 2225’tir. İşletme sayısı bakımından elimizdeki en sağlıklı veriler Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının verileridir.

##### 1.1.2. Ekonomide Yaratılan Katma Değer

TÜİK’in “Süt Ürünleri İmalatı” başlığı ve “Süthane İşletmeciliği” ile “Dondurma İmalatı” alt başlıkları ile yayımladığı verilere göre Süt Ürünleri imal eden işletmelerin yarattığı katma değer;

- 2006 yılında 1.009 milyon TL,
- 2007 yılında 1.210 milyon TL,
- 2008 yılında 1.340 milyon TL olmuştur.

2011 ve 2010 yılı verilerine ulaşamamıştır.

#### 1.2. Üretim

##### 1.2.1. Ürün Bazında Üretim

NOT: TÜİK, 2010 yılında veri toplama sistemini ve ürün kategorilerini değiştirmiştir.

**Çizelge 1: Türkiye’de süt ve süt ürünleri üretimi (ton)**

ÜRÜN	2006	2007	2008	2009
İşlenmiş Sıvı Süt	694.414	*	1.061.757	982.654
Tereyağı	24.939	26.266	32.183	35.215
Peynir ve Lor	241.408	266.944	311.070	295.849
Yoğurt ve Diğer Fermente Edilmiş veya Asitlendirilmiş Süt ve Krema	763.477	860.690	914.935	911.963
Peynir Altı Suyu/Tozu	35.936	*	31.777	51.432
Dondurma ve Diğer Yenilebilir Buzlar	142.136	166.636	212.192	141.080

Kaynak: TÜİK

\* Bilgi verilmemiştir.



ASÜD tarafından derlenen verilere göre, 2010 yılında dondurma üretimi yaklaşık 200.000 tondur.2010 yılında üretilen toplam çiğ süt miktarı 13.605.600 ton olmasına rağmen TÜİK, Entegre Süt İşletmeleri tarafından toplanan süt miktarı istatistiklerini “İnek Sütü”nü esas alarak ilan etmektedir. Bu miktar kayıt altına alınabilen inek sütü miktarını (6.745.011 ton ) göstermektedir ve toplam üretimin % 49,58’ine karşılık gelmektedir. Ayrıca TÜİK endüstri tarafından üretilen İçme Sütü, Peynir, Yoğurt ve Ayran’a ait verileri yayımlamaktadır. Diğer süt ürünleri ile ilgili çalışmaların da yapıldığı ancak henüz yayımlanacak güvenilirliğe sahip olmadığı ifade edilmiştir.

Buna göre 2010 yılında endüstri tarafından;

- 1.090.065 ton İçme Sütü,
- 473.057 ton Peynir,
- 908.269 ton Yoğurt,
- 397.935 ton ayran üretilmiştir.

2011 yılının ilk 7 ayında endüstri tarafından;

- 661.060 ton İçme Sütü,
- 315.269 ton Peynir,
- 588.024 ton Yoğurt,
- 277.244 ton ayran üretilmiştir.

Diğer süt ürünleri yayımlanmamış olmakla birlikte, üretimin çok büyük bir kısmını adı geçen ürünler oluşturmaktadır.

### 1.3.Tüketim

#### 1.3.1.Ürün Bazında Tüketim Değerleri

Türkiye’de süt ve süt ürünleri tüketimine ait son veriler Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsü (TEAE) tarafından 2007’de hazırlanmış rapora aittir. Raporda 2007 rakamları tahmini, 2008 rakamları ise öngörüdür. Ayrıca rakamlar süt eş değeri olarak verilmiştir (Çizelge 2).

NOT: Hesaplamaların süt eş değeri olarak yapılması, örneğin peynir gibi çeşidi çok bir üründe yanıltıcı sonuçlar verebilir. Çünkü peynir türlerine göre kullanılan süt miktarı da değişmekte, 1 kg peynirde ortalama 6 ila 10 kg süt kullanılmaktadır. Yine örneğin süt tozu, diğer süt ürünlerinde de kullanıldığından mükerrerlik söz konusu olabilmektedir.

Çizelge2: Türkiye’de süt ve süt ürünleri tüketimi (kg/kişi-yıl) (süt eş değeri olarak)

ÜRÜN	2006	2007 (Tahmini)	2008 (Öngörülen)
Peynir	81,99	84,00	85,41
Yoğurt/Ayran	29,57	30,29	30,80
Tereyağı	20,16	20,66	21,00
Dondurma	1,49	1,52	1,54
Süt Tozu	1,20	1,23	1,26



<b>Süt Ürün Toplamı</b>	134,4	137,7	140,02
<b>İçme Sütü</b>	23,78	24,45	26,02
<b>Genel Toplam</b>	158,18	162,15	166,04

**Kaynak:** TEAE 2007

International Dairy Federation (IDF) raporuna göre ise 2009 yılında Türkiye’de kişi başına;

3,2 kg tereyağı,

21,5 kg peynir tüketilmiştir.

#### 1.4.Dış Ticaret

##### 1.4.1. İthalat – İhracat

Türkiye, 2006-2010 döneminde 42 ülkeden süt ürünleri ithal etmiştir. Aynı dönemde, Türkiye’nin süt ürünleri ithalatında süt ve krema ile tereyağı öncelikli ürünler olup, peynir ve lor da önemli bir yere sahiptir. İsviçre, Avustralya, KKTC, Fransa, Hollanda, Ukrayna, ABD, Yeni Zelanda, İtalya ve Danimarka, Türkiye’nin süt ürünleri ithal ettiği başlıca ülkelerdir. 2006-2010 döneminde, süt ürünleri ithalatı -2009 yılı hariç- düzenli bir artış göstermektedir. Bu dönemde değer olarak %77,08 ithalat artışı gerçekleşmiştir. Yine aynı dönem için bileşik büyüme oranı %15,36’dır. Süt ve krema ise değer olarak toplam süt ürünleri ithalatının %39,27’sini oluşturmaktadır.

2010 yılı itibarıyla Türkiye’nin süt ürünleri ithalatı 147 milyon 173 bin dolardır. Tereyağı ithalatı, değer olarak 2010 yılı toplam süt ürünleri ithalatının %32,39’unu oluşturmaktadır. Yine 2010 yılı için tereyağından sonraki en önemli ithalat ürünümüz %25,82 ile süt ve krema’dır. Bunu sırasıyla; %18,03 ile peynir ve lor, %15,50 ile kazein ve kazeinatlar, %5,72 ile de dondurma ve yenilen diğer buzlar takip etmektedir(Çizelge 3).

#### Çizelge 3: Türkiye’nin Süt Ürünleri İthalatı

GTİP NO	ÜRÜN ADI	MİKTAR (Ton) 2006	DEĞER (1000 \$) 2006	MİKTAR (Ton) 2007	DEĞER (1000 \$) 2007	MİKTAR (Ton) 2008	DEĞER (1000 \$) 2008	MİKTAR (Ton)2009	DEĞER (1000 \$) 2009	MİKTAR (Ton) 2010	DEĞER (1000 \$) 2010
0401	Süt ve Krema (Konsantre Edilmemiş, Tatlandırıcı Madde İçermeyenler)	26	40	102	172	174	517	337	527	50	132
0402	Süt ve Krema (Konsantre Edilmiş, Tatlandırıcı Madde İçerenler)	16.827	38.724	13.470	51.663	17.567	63.994	17.775	42.403	12.462	37.869
0403	Yayıksütsüt ve Yoğurt	8	21	13	76	26	187	12	96	43	253

TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ  
TÜRKİYE GIDA SANAYİ VE TÜRKİYE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ



040310	Yoğurt (Konsantre Edilmiş)	4	7	1	6	0.4	2	1	21	2	22
0404	Peynir altı suyu	539	1.538	290	848	260	1.102	285	1.010	377	1.454
0405	Sütten Elde Edilen Yağlar; Sürülerek Yenilen Süt Ürünleri	6.328	12.994	5.915	19.597	7.247	28.183	13.957	35.821	11.998	49.161
040510	Tereyağı	6.228	12.736	5.785	19.163	7.201	27.978	13.477	34.129	11.744	47.673
0406	Peynir ve Lor	4.620	16.454	5.349	27.112	3.334	18.832	6.231	27.706	5.204	26.541
2105	Dondurma ve Yenilen Diğer Buzlar	1.223	4.676	1.340	5.903	1.813	7.074	148	954	1.503	8.421
170219	Laktoz ve Laktoz Şurupları	129	290	4	24	32	101	81	206	395	532
3501	Kazein ve Kazeinatlar	1.182	8.373	1.480	13.889	1.128	12.797	1.401	9.990	2.913	22.810
<b>TOPLAM*</b>		<b>30.882</b>	<b>83.110</b>	<b>27.963</b>	<b>119.284</b>	<b>31.581</b>	<b>132.787</b>	<b>40.227</b>	<b>118.713</b>	<b>34.945</b>	<b>147.173</b>

**Kaynak:** ITC Trade Map\* 0401, 0402, 0403, 0404, 0405, 0406, 2105, 170219 ve 3501 GTİP nolu süt ürünlerinin toplamı alınmıştır.

Türkiye, 2006-2010 döneminde 94 ülkeye süt ürünleri ihraç etmiştir. Türkiye'nin süt ürünleri ihraç pazarlarını daha çok Orta Doğu ülkeleri ile Türk Cumhuriyetleri oluşturmaktadır. Başlıca ihraç pazarlarımız arasında Irak, Suudi Arabistan, Suriye, Kuveyt, KKTC, Birleşik Arap Emirlikleri, Kosova, Azerbaycan, ABD, Arnavutluk, Katar, Ürdün, Bahreyn, Mısır, Lübnan ve Pakistan yer almaktadır. İhracat konusunda en dikkat çeken husus, coğrafi yakınlığa rağmen, Türkiye'nin 2001'den beri AB ülkelerine süt ürünleri ihraç edemiyor olmasıdır (Çizelge 4).

2006-2010 döneminde, süt ürünleri ihracatı düzenli bir artış göstermektedir. Bu dönemde değer olarak %89,26'lık ihracat artışı gerçekleşmiştir. Yine aynı dönem için yıllık bileşik büyüme oranı % 17,29'dur. Peynir ve lor ise değer olarak toplam süt ürünleri ihracatının %57,25'ini oluşturmaktadır.

2010 yılı itibarıyla Türkiye'nin süt ürünleri ihracatı 168 milyon 868 bin dolardır. Peynir ve lor ihracatı, değer olarak 2010 yılı toplam süt ürünleri ihracatının %60,41'ini oluşturmaktadır. Yine 2010 yılı için peynir ve lordan sonraki en önemli ihracat ürünümüz %15,70 ile dondurma ve yenilen diğer buzlardır. Bunu sırasıyla; %8,95 ile süt ve krema, %7,30 ile yayık altı süt ve yoğurt, %5,58 ile de peynir altı suyu takip etmektedir.



**Çizelge 4: Türkiye'nin Süt Ürünleri İhracatı**

GTİP NO	ÜRÜN ADI	MİKTAR (Ton) 2006	DEĞER (1000 \$) 2006	MİKTAR (Ton) 2007	DEĞER (1000 \$) 2007	MİKTAR (Ton)2008	DEĞER (1000 \$) 2008	MİKTAR (Ton)2009	DEĞER(1000 \$) 2009	MİKTAR (Ton)2010	DEĞER (1000 \$) 2010
0401	Süt ve Krema (Konsantre Edilmemiş, Tatlandırıcı Madde İçerenler)	7.004	11.076	6.410	10.727	6.827	12.800	6.762	12.104	6.002	11.372
0402	Süt ve Krema (Konsantre Edilmiş, Tatlandırıcı Madde İçerenler)	1.386	2.389	1.857	4.462	1.777	4.201	1.356	3.213	1.312	4.748
0403	Yayıksüt ve Yoğurt	5.131	5.306	5.752	7.325	6.892	9.958	8.538	9.417	11.989	12.320
040310	Yoğurt (Konsantre Edilmiş)	5.004	4.974	5.572	6.857	6.227	8.553	8.044	8.314	11.491	11.382
0404	Peynir altı suyu	14.667	9.997	17.700	20.173	12.393	9.221	7.098	4.781	9.589	9.418
0405	Sütten Elde Edilen Yağlar; Sürülerek Yenilen Süt Ürünleri	105	527	117	696	216	1.347	257	1.411	273	1.597
040510	Tereyağı	55	289	97	545	141	865	173	940	212	1.193
0406	Peynir ve Lor	17.396	48.743	17.614	55.849	19.826	77.141	23.358	87.787	26.782	102.014
2105	Dondurma ve Yenilen Diğer Buzlar	4.331	10.965	5.434	12.293	8.026	20.982	9.672	22.369	10.915	26.521
170219	Laktoz ve Laktoz Şurupları	-	-	190	295	5	5	1	2	4	5
3501	Kazein ve Kazeinatlar	106	224	82	193	255	951	424	1.216	248	873
	<b>Toplam</b>	<b>50.126</b>	<b>89.227</b>	<b>55.156</b>	<b>112.013</b>	<b>56.217</b>	<b>136.606</b>	<b>57.466</b>	<b>142.300</b>	<b>67.114</b>	<b>168.868</b>

**Kaynak:** ITC Trade Map\* 0401, 0402, 0403, 0404, 0405, 0406, 2105, 170219 ve 3501 GTİP nolu süt ürünlerinin toplamı alınmıştır.



#### 1.4.2.Dış Ticaret Dengesi

2006 yılında 89.227.000 dolarlık ihracata karşılık 83.110.000 US dolarlık ithalat,

2007 yılında 112.013.000 dolarlık ihracata karşılık 119.284.000 US dolarlık ithalat,

2008 yılında 136.606.000 dolarlık ihracata karşılık 132.787.000 US dolarlık ithalat,

2009 yılında 142.300.000 dolarlık ihracata karşılık 118.713.000 US dolarlık ithalat,

2010 yılında 168.868.000 dolarlık ihracata karşılık 147.173.000 US dolarlık ithalat gerçekleştirilmiştir.

2007 yılı hariç dış ticaret dengesi ihracat lehine fazla vermiştir. 2011 yılında süt tozu ithalatına getirilen kısıtlamalar ve Türkiye'nin ilk defa süt tozu ihracatçısı (Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı yetkililerinin açıklamalarına göre ilk 6 ayda 8.900 ton süt tozu ihracatı gerçekleştirildi) durumuna gelmesi ile tereyağı ve protein ithalatına dönük tedbirler neticesinde hem 2011 hem de sonraki yıllarda dengenin ihracat lehine daha da gelişeceği tahmin edilmektedir.

#### 1.5.İstihdam

TOBB Sanayi veri Tabanı'ndan Ocak 2009'da derlenen verilere göre Süt ve Süt Ürünleri sanayi işletmelerinde;

2007 yılında 63.337,

2008 yılında 28.543 kişi istihdam edilmiştir.

Ancak veriler arasında açık bir çelişki mevcuttur. Bir yıl içinde istihdamın bu seviyede azalması izah edilir bir durum değildir. Dolayısıyla veriler güvenilir değildir. Bu konuda başkaca bir veriye de ulaşamamıştır.

## 2.SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ

### 2.1Süt ve süt ürünleri sanayisinin güçlü yönleri:

- Teknolojik bakımdan genç ve modern tesislere sahip olması,
- Potansiyelinin yüksek olması,
- Geleneksel bilgi ve yöntemler,
- Geleneksel ürün çeşitliliği,
- Modern işletmelerdeki yetişmiş iş gücü,
- Gelişen ham madde üretimi,
- Uluslararası sektör kuruluşlarıyla ilişkiler,
- Tedarik, üretim ve satış programı belli, ağlarını kurmuş işletmelerin mevcudiyeti,
- Kamu-sektör iş birliği,
- Endüstrinin örgütlenmesi.



## 2.2 Süt ve süt ürünleri sanayisinin zayıf yönleri:

Düşük kişi başına tüketim,

- a) Ham madde tedariki konusunda yaşanan coğrafi zorluklar,
- b) Ürün dağıtımında yaşanan coğrafi zorluklar,
- c) Mevsimsel olarak çiğ süt üretiminde ve süt ürünleri tüketimde yaşanan artış ve düşüşler,
- d) Çiğ süt üreten işletmelerin dağınık ve küçük ölçekli olması,
- e) Çiğ sütte fiyat istikrarsızlığı,
- f) Çiğ süt üretiminin genel olarak geleneksel yöntemlerle yapılıyor olması,
- g) Hayvan başına verimliliğin düşük olması,
- h) Küçük ölçekli endüstri işletmelerin çokluğu,
- i) Küçük ölçekli endüstri işletmelerindeki yetişmiş iş gücü eksikliği,
- j) Küçük ölçekli endüstri işletmelerindeki teknik bilgi eksikliği,
- k) Küçük ölçekli endüstri işletmelerindeki sermaye yetersizliği,
- l) Veri eksikliği,
- m) Kayıtdışılık,
- n) Taklit ve taşış,
- o) Kayıt dışılık, taklit ve taşış sebebiyle yaşanan haksız rekabet,
- p) Çiğ sütte görülen kalite sorunu,
- q) Hayvan hastalıklarının yaygın olması,
- r) Çayır-mera ve yem bitkilerinin yetersizliği,
- s) Yem fiyatlarında görülen öngörülemez dalgalanmalar,
- t) Enerji maliyetlerinin yüksek oluşu,
- u) Pazarlamada araçların hâkimiyeti,
- v) Üretici örgütlülüğünün yetersizliği,
- w) Maliyet yüksekliliği sebebiyle dış pazarlarda yaşanan rekabet zorlukları,
- x) Gıda Güvenliği denetimlerinin yetersiz oluşu.

## 2.3 Süt ve süt ürünleri sanayi için tehditler:

- a) Süt hayvancılığı ile et hayvancılığının birbirinden ayıramamış olması,
- b) Yüksek orandaki kayıt dışılık,
- c) Hayvan hastalıkları ve bunlarla mücadelede yetersiz kalınması,
- d) Çiğ sütte görülen kalite ve hijyen yetersizliği,
- e) Taklit ve taşış ürünler,
- f) Kooperatifler ve kamu aracılığıyla sosyal amaçlı hayvan dağıtılması,
- g) Veri eksikliği,
- h) Çiğ süt işletmelerinin çoğunluğunun küçük ölçekli işletmelerden oluşması,
- i) Endüstrinin çoğunluğunun küçük ölçekli işletmelerden oluşması,
- j) Küçük ölçekli işletmelerdeki sermaye yetersizliği,
- k) Küçük ölçekli işletmelerdeki yetişmiş iş gücü ve teknik bilgi eksikliği,
- l) Gıda güvenliği denetimlerinin yetersizliği,
- m) Üretim, fiyat ve tüketimde görülen istikrarsızlıklar,
- n) Hayvancılık faaliyetlerinin çevreye olan etkileri,
- o) Ulusal ve uluslararası rekabette yaşanan zorluklar,
- p) Çiğ süt ve enerji maliyetlerinden kaynaklanan fiyat artış ve dengesizlikleri,



- q) Artan yatırımların getirdiği rekabet zorlukları,
- r) Mevsimsel olarak çiğ süt üretiminde ve süt ürünleri tüketiminde yaşanan artış ve düşüşler.

## 2.4 Süt ve süt ürünleri sanayinin önündeki fırsatlar:

AB'ye üyelik sürecinin başlaması,

- a) Çeşitli ulusal ve uluslararası kuruluşlar tarafından verilen destekler,
- b) Süt hayvancılığı sektörüne yapılan yatırımlar,
- c) Süt ve süt ürünleri endüstrisine yapılan yatırımlar,
- d) Artan nüfus ve halkın gelir düzeyinin yükselmesine bağlı olarak tüketimin artması,
- e) Uluslararası gelişmelerin endüstri tarafından yakından takip edilmesi,
- f) Ulusal Süt Konseyinin Kurulması,
- g) Rusya ve Çin gibi yeni uluslararası pazarların açılma ihtimali,
- h) Potansiyel pazarlara coğrafi yakınlık,
- i) Dengeli ve bilinçli beslenme alışkanlığı ile tüketici bilincinin yükselmesine bağlı olarak ambalajlı ürünlere yöneliş.

## 3.YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR

### 3.1.Genel Teşvik Sistemi ve Uygulamaları

- “Dünya Bankası, Türkiye Gıda Güvenliği Programlı Teknik Yardımı – Gıda İşletmelerinin Modernizasyonu”,
- “AB Katılım Öncesi Yardım Aracı Kırsal Kalkınma (IPARD) Programı” kapsamında verilen destekler ile
- AB,
- Dünya Bankası,
- Ekonomi Bakanlığı,
- Tarım Gıda ve Hayvancılık Bakanlığı,
- TÜBİTAK,
- İş-Kur,
- Maliye Bakanlığı,
- Kalkınma Ajansları tarafından verilen iç ve dış kaynaklı destekler mevcuttur.

### 3.2.Teşvik Belgeli Yatırımlara Sağlanacak Destek Unsurları

- Gümrük Vergisi muafiyeti,
- Katma Değer Vergisi (KDV) istisnası,
- Vergi indirimleri,
- Yatırım yeri tahsisi,
- Sigorta Primi işveren hissesi desteği,
- Faiz desteği,
- ARGE ve çevre yatırımları Gümrük Vergisi muafiyeti, KDV istisnası ve faiz desteği.





### 3.3.Genel Teşvik Sistemi ile İlgili Uygulama Bilgileri

Proje çağrıları, yeni kurulacak işletmelerden işletmelerin modernizasyonuna ve pazarlamaya, eğitimden çevre uygulamalarına, sağlıktan enerjiye kadar çok geniş alanları kapsamaktadır. Yapılan çağrılarda, uygulama bölge ve alanları, hibe ve kredi durumları, uygulama yöntemleri gibi konular teşvik verecek kurum tarafından tespit ve ilan edilmektedir.

### 3.4 KOBİ Teşvik Sistemi ve Uygulamaları

Genel Teşvik Sistemi ağırlıklı olarak KOBİ'lere yöneliktir. Ancak özellikle AB ve Dünya Bankası kaynaklı teşvikler KOBİ'ler için ağır şartlar içermektedir.

Son yıllarda, işletmelere verilen teşviklerin yanı sıra Sivil Toplum Kuruluşlarının organizasyonunda yapılan projelere de ağırlık verilmeye başlanmıştır. Bu uygulama, sektörlerin bir bütün olarak kalkındırılması ve özellikle KOBİ'lerin karmaşık teşvik sistemlerinden yeteri kadar faydalanabilmesi için son derece önemlidir. Yine bu uygulama ile kaynaklar daha verimli kullanılabilenekte, aynı kaynaktan çok daha fazla işletme yararlanabilmektedir.

## 4.SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER

Süt ve süt ürünleri sektörü son 15 yıl içinde hızlı bir gelişme göstermiştir. Yeni ve modern süt işleme tesislerinin sayısı ve kapasiteleri hızla artmıştır. Bu bakımdan sektör birçok Avrupa ülkesinden daha modern tesislere sahiptir. Sektör, üretim ve tüketici bilincinin artışına bağlı olarak büyümesini sürdürmektedir. Son yıllarda süt tozu ve peynir altı suyu üretiminde belirgin bir artış gözlenmektedir. Özellikle "çiğ sütün değerlendirilmesine yönelik desteklemeler" kapsamında süt tozu üretimine verilen devlet desteği süt tozu endüstrisinin gelişmesini sağlamıştır. Yine son yıllarda sektörde geleneksel ürünlere yönelik göze çarpmaktadır. Çeşitli vitamin ve minerallerle zenginleştirilmiş ürünler ile sütlü tatlılar ise gelişen bir başka kategori olarak öne çıkmaktadır.

## 5.SEKTÖRÜN DIŞ PİYASALARDAKİ DURUMU

Türkiye, 2006-2010 döneminde 94 ülkeye süt ürünleri ihraç etmiştir. Sektör ulaşılan ülke sayısı bakımından oldukça başarılı bir noktadır. Türkiye'nin süt ürünleri ihraç pazarlarını daha çok Orta Doğu ülkeleri ile Türk Cumhuriyetleri oluşturmaktadır. Başlıca ihraç pazarlarımız arasında Irak, Suudi Arabistan, Suriye, Kuveyt, KKTC, Birleşik Arap Emirlikleri, Kosova, Azerbaycan, ABD, Arnavutluk, Katar, Ürdün, Bahreyn, Mısır, Lübnan ve Pakistan yer almaktadır.

2010 yılı itibarıyla Türkiye'nin süt ürünleri ihracatı 168 milyon 868 bin dolardır. Bu değer "dondurma ve yenilen diğer buzlar" kategorisi de dâhildir. Ulaşılan ülke sayısı bakımından oldukça başarılı olunmasına rağmen, değer olarak ulaşılan nokta –dünyanın 14. büyük süt üreticisi olan bir ülke için- oldukça yetersizdir.

İhracatın gelişmemesindeki en temel nokta çiğ süt fiyatlarının rekabet edilebilir seviyeden yüksek olmasıdır. Diğer önemli ve dikkat çeken bir nokta ise coğrafi yakınlığa rağmen, AB



ülkelerinin 2001'den beri Türkiye'den süt ürünleri almıyor olmasıdır. AB, bunun sebebi olarak hayvan hastalıkları ve soğuk zincirin yeterince gelişmemesini göstermesine rağmen, ekonomik ve siyasi sebeplerin de varlığı göz ardı edilmemelidir. AB'ye süt ve süt ürünleri ihracatının önündeki engellerin kaldırılabilmesi için, 2010 yılında, ASÜD-Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı iş birliği ile ve finansmanı katılımcı endüstri firmaları tarafından karşılanan bir proje başlatılmıştır. "Türkiye Süt ve Süt Ürünleri Sektörünün AB Pazarına Girişinin Desteklenmesi Projesi"nin 2012 yılının ilk aylarında sonuçlandırılması planlanmıştır. Bu konuda FVO misyonu ülkemizi ziyaret etmiş rapor vermiştir.

Türkiye, 2006-2010 döneminde 42 ülkeden süt ürünleri ithal etmiştir. İsviçre, Avustralya, KKTC, Fransa, Hollanda, Ukrayna, ABD, Yeni Zelanda, İtalya ve Danimarka, Türkiye'nin süt ürünleri ithal ettiği başlıca ülkelerdir.

2010 yılı itibarıyla Türkiye'nin süt ürünleri ithalatı 147 milyon 173 bin US dolardır.

2011 yılındasüt tozu ithalatına getirilen kısıtlamalar ve Türkiye'nin ilk defa süt tozu ihracatçısı (Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı yetkililerinin açıklamalarına göre ilk 6 ayda 8.900 ton süt tozu ihracatı gerçekleştirildi) durumuna gelmesi ile tereyağı ve protein ithalatına dönük tedbirler neticesinde hem 2011 hem de sonraki yıllarda dengenin ihracat lehine daha da gelişeceği tahmin edilmektedir.

## 6. SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI

### 6.1. Temel Strateji, Amaç ve Politikalar

Süt ve süt endüstrisinin amacı;

- Gıda güvenliğinin sağlanması,
- Ambalajlı süt ve süt ürünleri tüketiminin arttırılması,
- Halkın beslenme ihtiyacının karşılanması,
- Sürdürülebilir büyüme,
- Sağlıklı işleyen sektörel yapı oluşturulmasıdır.

Bu çerçevede ambalajlı süt ve süt ürünleri endüstrisinin desteklenmesi gerekmektedir. Tüm sektörlerde olduğu gibi süt ve süt ürünleri sektöründe de yukarıda sayılan amaçların gerçekleştirilmesi ancak endüstrinin sürdürülebilir büyümesi ve sağlıklı bir sektörel yapının oluşturulması ile mümkündür.

### 6.2. Gıda Mevzuatı

5996 sayılı Veteriner Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu, 13 Haziran 2010 tarihli ve 27610 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır. Kanunun çıkarılmış olması, sektörün AB ile uyumu bakımından önemli bir aşamadır. Yönetmelik çalışmaları ise sürdürülmektedir.

Türk Gıda Kodeksi (TGK) kapsamında, "Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği" ve "Gıda Işınlama Yönetmeliği"nin yanı sıra 97 adet TGK Tebliği bulunmaktadır. Halen yürürlükte olan



Tebliğlerden 35 adedi 1995-2002 yılları arasında, 62 adedi ise 2003-2011 (02.03.2011'e kadar) yılları arasında yayımlanmıştır. Bu tebliğlerden 71 adedi ise AB mevzuatına uyum çerçevesinde hazırlanmıştır.

Mevzuatlar hazırlanırken sektörün görüşüne açılmakla birlikte, AB mevzuatına uyum çerçevesinde ve bu mevzuatlar esas alınarak hazırlanan yönetmeliklerin uygulanması aşamasında, genel anlamda sektörün ve kurumların alt yapı noksanlıkları sebebiyle sorunlar yaşanmaktadır.

### 6.3.Gıda Denetimi

Gıda Denetimi, süt ve süt ürünleri sektörünün önemli sorunlarından biridir. Özellikle çok yüksek kayıt dışı oranı, sorunu daha da önemli hale getirmektedir. Piyasada, taklit ve tağşiş ürünlerin de mevcut olduğu bilinmektedir.

Denetimler için yeterli sayıda kalifiye eleman bulunmamaktadır. Akredite laboratuvarların alt yapıları da yeterli değildir. Noksanlıklar giderilerek hem sektörün hem de tüketicilerin hakları korunmalıdır.

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığının "81 İlde Onay Kapsamında Bulunan Gıda İşletmelerine Ait Sınıflandırma Çalışması"nda "Gıda ve Gıda ile Temas Eden Madde ve Malzemeleri Üreten, Satan ve Toplu Tüketime Sunan İş Yerlerinde Yapılan Denetim Sayıları" ve sonuçları yer almaktadır. Süt ve Süt Ürünleri endüstrisine ait denetim verilerine ayrıca yer verilmemiştir. Çalışmada 2007, 2008, 2009 ve 2010 yılı Ocak ayı itibarıyla gerçekleştirilen denetimlerle ilgili bilgi verilmiştir.

### 6.4.Kayıt Dışılık

TÜİK verilerine göre, 2009 yılında Türkiye'de 12.542.186 ton çiğ süt üretilmiştir. Bu miktarın %92,35'ini (11.582.709 ton) inek sütü oluşturmaktadır. TÜİK, Entegre Süt İşletmeleri tarafından toplanan süt miktarı istatistiklerini 2010 yılından itibaren yayımlamaya başladığından 2009 yılına ait veriler mevcut değildir. Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı verilerine göre ise 209 yılında üretilen 12,5 milyon ton çiğ sütün 5,5 milyon tonu kayıt altına alınabilmiştir. Bakanlık verileri müstahsil makbuzu üzerinden toplandığı için gerçek miktarın 6 milyon ton civarında olduğu tahmin edilmektedir. Bakanlık verilerine koyun, keçi ve manda sütü de dâhil edilmiştir.

TÜİK verilerine göre, 2010 yılında Türkiye'de üretilen toplam 13.605.600 ton çiğ sütün 12.480.416 tonu inek sütüdür. Bunun da 6.745.011 tonu entegre süt işletmeleri tarafından toplanmıştır, dolayısıyla kayıt altındadır. TÜİK, entegre süt işletmeleri tarafından toplanan inek sütü dışındaki sütlere ait verileri yayımlamamıştır. 2010 yılında kayıt altına alınan süt miktarında belirgin bir artış gözlenmesine rağmen, bu artışın üretim artışından kaynaklandığı tahmin edilmektedir. Diğer bir söyleyişle artışın, kayıt altına yeni giren işletmelerin üretimlerinden çok, zaten kayıt altındaki işletmelerdeki üretim artışından kaynaklandığı tahmin edilmektedir. Kayıt dışılık; insan sağlığı, ülke ekonomisi ve sektördeki istikrarı ciddi biçimde tehdit etmektedir.



Süt ve süt ürünlerinin, çiftlikten sofraya ulaşıncaya kadarki saklama, üretim ve nakil aşamalarının çok sıkı denetlenmesi gerekmektedir. Kayıt dışı üretim bu aşamaların hiçbirinde denetlenememektedir. Örneğin açık süt (sokak sütü) ve süt ürünleri satışı kanunen yasak olmasına rağmen, hemen her yerde rahatça alınıp satılabilmektedir. Ekonomik bakımdan ise kayıt dışılık yüksek miktarda vergi kayıplarına sebep olmaktadır. Ayrıca kayıt dışılığın önemli bir sakıncası da AB'ye üyelik noktasında ortaya çıkacaktır. Ürettiğimiz sütün kayıt altına alınamayan kısmı AB tarafından yok farz edilecek, Türkiye süt ve süt ürünlerinde net ithalatçı konumuna düşecektir.

Kayıt dışılık, süt ve süt ürünleri piyasasında görülen istikrarsızlığında temel sebeplerinden biri, belki de en önemlisidir. Bir yandan sektörel verilerin sağlıklı biçimde tespitine engel olurken diğer yandan fiyat istikrarsızlığına, dolayısıyla haksız rekabete sebep olmaktadır. Bu bakımdan kayıt dışılık, süt ve süt ürünleri endüstrisinin gelişiminin önündeki en büyük engeldir.

Kayıt dışılığın önlenmesinde tüketici tercihleri en önemli belirleyicidir. Tüketici, sokak sütü ve açıkta satılan ürünler yerine endüstri tarafından üretilen ambalajlı süt ve süt ürünlerine yönlendirilmelidir. Sektörün bu konuda yoğun çabaları olmakla birlikte, Sağlık Bakanlığı başta olmak üzere bu konuda yetkin tüm kurum, STK ve bilim adamları ile basın-yayın organlarının sektöre destek vermeleri gerekmektedir.

Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı tarafından verilen destekler de kayıt dışılığın önlenmesine önemli katkılar yapmaktadır. Kayıt dışılığı önlemedeki en etkin yollardan biri de, tüm dünyada uygulanan Okul Sütü projeleridir. Devlet-endüstri iş birliği ile gerçekleştirilen Okul Sütü projeleri bir taraftan sağlıklı bireyler yetiştirilmesine katkı yaparken diğer yandan sütün kayıt altına alınmasını da sağlayacak en etkili yollardan biridir.

### **6.5. Tüketicinin Bilinçlendirilmesi**

Sütün, her yaşta mutlaka tüketilmesi gerektiği konusunda tüm dünyadaki sağlık otoriteleri hem fikirdir. Oysa ülkemizde, süt ve süt ürünleri tüketimi dünya ortalaması seviyelerinde olmakla birlikte gelişmiş ülkelere göre oldukça düşük seviyelerdedir. Tüketimin artırılması için sektör ile birlikte, Sağlık Bakanlığı başta olmak üzere bu konuda yetkin tüm kurum, STK ve bilim adamları ile basın-yayın organlarının süt ve süt ürünleri tüketiminin önemini gündemde tutmaları gerekmektedir.

Tüketimin artırılması için yürütülen faaliyetler sırasında en fazla dikkat edilmesi gereken konu, açık süt (sokak sütü) ve süt ürünlerinin (merdiven altı üretim) tüketilmemesi konusunda tüketicinin bilgilendirilmesidir. Bu konuda en önemli sorumluluk, yetkili ve bilimsel otoriteler olarak Sağlık Bakanlığı ve bilim adamlarına düşmektedir.

### **6.6. STK'ların Güçlendirilmesi**

Son yıllarda, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de STK'ların yeri ve önemi artmaktadır. STK'lar, sektörler için ortak akıl, paylaşma ve dayanışma platformlarıdır. Ancak STK'lar için tek tek üyelerinin değil, topyekün sektör ve ülke menfaatleri önemlidir. Sektörün ulusal ve uluslararası düzeyde temsil edilmesi de ancak bu şekilde mümkün olabilir. Bu bağlamda kamu kurum ve kuruluşları ile STK'lar sürekli ilişki ve iş birliği içinde olmalıdır. Bu konuda sorumluluk,



yetkili otorite olarak, daha çok kamu kurum ve kuruluşlarına düşmektedir. İlişki ve iş birliğinin her geçen gün daha da gelişiyor olması memnuniyet vericidir.

## 7. SEKTÖRÜN AB UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA VE KARŞILAŞTIKLARI UYUM SORUNLARI

### 7.1 Gıda ve İçecek Sanayisinin AB ile Karşılaştırılması

AB ile yapılan müzakerelerde 12'nci fasıl başlığıyla incelenen "Gıda Güvenliği, Veterinerlik ve Bitki Sağlığı"nın tarama süreci tamamlanmış olup, Aralık 2008 itibarıyla IPARD kapsamında bulunan 20 ilde, Haziran 2009 itibarıyla da 81 ilde onay kapsamında bulunan işletmelere ait sınıflandırma çalışması bitirilmiştir. **Buna göre süt ve süt ürünleri sektöründe onay kapsamında bulunan işletme sayısı 2225'tir. Bunlardan 69'u uyumlu, 2156'sı uyumsuzdur. Benzer olumsuz durum çiğ süt üreten işletmeler için de söz konusudur.**

Süt ürünleri üretimi üzerindeki resmi kontroller 2006 misyonundan beri iyileştirilmiştir. FVO heyeti tarafından ziyaret edilen dört endüstri kuruluşunun hepsi çok yüksek standartlara sahip bulunmuştur. Ancak genel bir değerlendirme yapıldığında AB şartlarına uyumsuz işletme sayısı çok büyük çoğunluğu oluşturmaktadır ve bunların büyük bir kısmı küçük işletmelerdir. Uyumsuz işletmelerin acilen rehabilitasyona ihtiyacı vardır. Aksi halde AB'ye giriş aşamasında tamamen kapatılmaları gündeme gelecektir. Benzer durum çiğ süt üreten işletmeler için de söz konusudur.

## 8. SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTTIRILMASI VE VERİMLİLİK

### 8.1 ARGE Harcamaları ve İstihdamı, Çevre Uygulamaları, Teknoloji ve Ham Madde

### 8.2 Sektörde Kamunun Rolü, Özelleştirme Faaliyetleri ve Muhtemel Etkileri

Süt ve süt ürünleri sanayisinde kamuya ait tek işletme Türkiye Tarım Kredi Kooperatifleri tarafından işletilen ve Eskişehir'de bulunan Anadolu Süt'tür. Kapasite bakımından orta ölçekli bir işletmedir.



## BİSKÜVİ SEKTÖRÜ

### GİRİŞ

Unlu Mamuller tanımı içinde un bulunan veya undan yapılan tüm ürünleri tanımlamaktadır, Unlu mamuller Sanayi'ni incelediğimizde Un İşleneme Sanayii, Fırıncılık (Ekmek ve Pastacılık ürünleri.), Makarna Sanayi, Bisküvi, Kek ve bazı donmuş ve fırınlanmış hamurları içeren büyük bir grubu ifade etmektedir.

Türkiye de yıllara göre değişmekle birlikte 18-21 milyon ton civarında buğday üretimi olmaktadır. Rekolteye bağlı olarak da bazı yıllarda buğday ithal edilmektedir. Üretilen buğdayın önemli bir kısmı iç tüketimde kullanılmakla beraber un olarak da ihracatı yapılmaktadır.

Unlu mamuller grubu içindeki en büyük pay, ekmekçilikten sonra makarna ve bisküvi sanayiine aittir.

Bisküvi, tahıl ürünlerinin kimyasal yollardan fermente edilmek suretiyle kabartılarak pişirilmesiyle elde edilmektedir. Bisküvi kelime olarak Latince iki kere pişirilmiş anlamına gelen "biscocotus" sözcüğünden türetilmiştir. Bilinen bisküviler dışında kraker, gofret, kurabiyeler ile son yıllarda çikolata veya kakao krema kaplı bisküvilerinde içinde bulunduğu geniş bir ürün yelpazesine sahip olmuştur.

TSE 2383 Bisküvi Standardına göre bisküvi "unun içinde kabarmayı sağlayıcı maddeler, şeker, tuz, yağ ve gıda maddeleri ile ilgili tüzükte izin verilen diğer maddelerden biri veya birkaçı eklendikten sonra su ile yoğrularak tekniğine uygun bir biçimde işlenmesi, şekil verilmesi ve pişirilmesi sonucunda elde edilen bir unlu mamul" olarak tanımlanmaktadır.

### 1. SEKTÖRÜN YAPISI

Bisküvi Sanayii, bilinen bisküvilerin dışında, kraker, gofret, kurabiyeler ile son yıllarda çikolata veya kakao krema kaplı bisküvilerinde içinde bulunduğu geniş bir ürün yelpazesine sahip olmuştur.

Bu nedenle illerin Ticaret ve/veya Sanayii Odaları kayıtlarından elde edilen bilgilerin firma büyüklükleri ve gerçek üretimleri hakkında yeterli bilgi sahibi olunamadığı için elde edilen rakamların, bisküvi sanayi hakkındaki bilgilerin netleşmesinde zorluklar olduğu görülmektedir.

İstanbul Ticaret Odası kayıtlarına göre; Türkiye de Bisküvi üretimi 1924 yılında İstanbul da bulunan 2 fabrika ile başlamıştır. 1956 yılında sektörde ilk otomatik şekil verici ve tavaya dizici makine kullanılmıştır. 1960 yılından sonra da şehirleşme ve nüfusun artmasına bağlı olarak yenilerinin açıldığı, özellikle Güneydoğu Anadolu, İç Anadolu ve Marmara bölgelerinde Bu tesislerin yoğunlaştığı görülmektedir. TOBB sanayii envanterine ( 2006 ) göre 266 firmanın, 834.461 ton/ yıl üretim kapasitesine sahip olduğu görülmektedir. Ancak bugün için aktif olan Bisküvi firmalarının gerçek sayısının 30 civarında olduğu kabul görmektedir. Sektörde kapasite kullanım oranı % 70'in üzerine çıkmamaktadır. Ülkemizdeki bisküvi üretimi ağırlıklı olarak Güney Doğu Anadolu, Marmara ve Orta Anadolu bölgelerinde yapılmaktadır. Ülkemizdeki



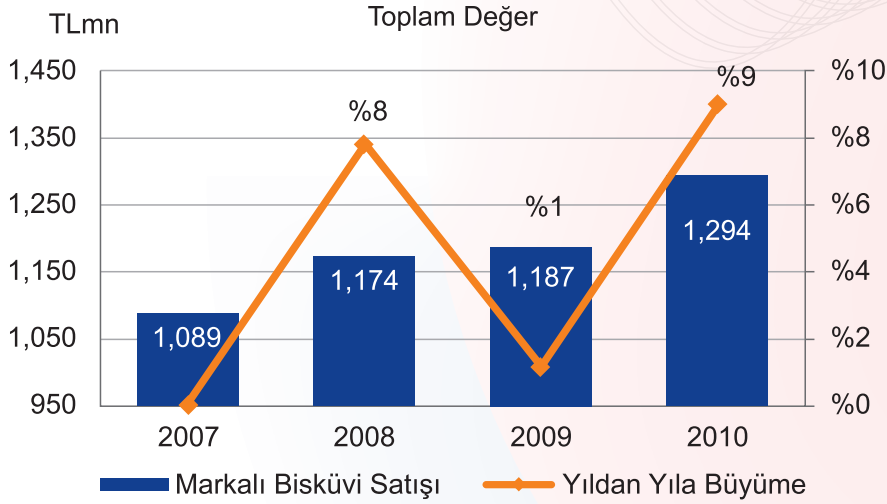
## TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

Bisküvi üretiminin yıllara göre artmakta olduğu, yıllık büyümelerin ise ekonominin genel gidişi ile bağlantılı olarak bazen küçülen bazen büyüyen yılların bir birini takip ettiği görülmektedir. 2005 yılında 444.000 ton /yıl olarak bulunan üretim miktarının geçen 5 yıl içinde % 7 CAGR büyüme ile 581.000 ton/yıl' a ulaştığı bilinmektedir (Şekil:3).

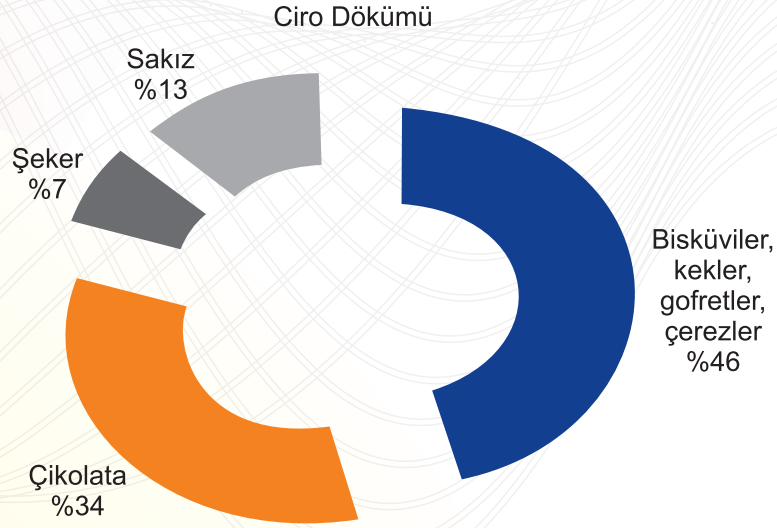
2005 yılında 580.000 ton olan bisküvi üretimi 2008 yılında 620.849 tona çıkmış olup sonraki yıllarda düşmüş ve 2010 yılında 563.823 ton olmuştur.

Bisküvi sanayii genel olarak şekerleme endüstrisi kayıtları içinde yer almaktadır. Şekerleme endüstrisi ise, Çikolata, Şekerleme, Sakız, Bisküvi Sanayi (bisküvi, kek, gofret ve kurabiye) üretimlerini içermektedir. 2007 yılında 1.089 milyon ton olan pazarın büyüklüğü 2008 yılında %8 oranında büyüyerek 1174 milyon TL'ye, 2009 yılında %1 büyüyerek 1.187 milyon TL'ye, 2010 yılında da %9 büyüyerek 1.294 milyon TL'ye ulaşmıştır. 2011 yılında pazarın 1.450 milyon TL'ye ulaşacağı tahmin edilmektedir (Şeki,11). Çikolata, şekerleme, sakız, bisküvi sanayi alt dallarını kapsayan şekerleme sektörünün %46'sını bisküvi sektörü, %34'ünü çikolata, %13'ünü sakız ve %7'sini şekerleme alt sektörleri oluşturmaktadır.

Tahıla dayalı ürünler içerisinde en fazla katma değer yarattığı kabul edilen bisküvi sektörü, özellikle ihracata yönelik yatırımların odağı haline gelmiştir.

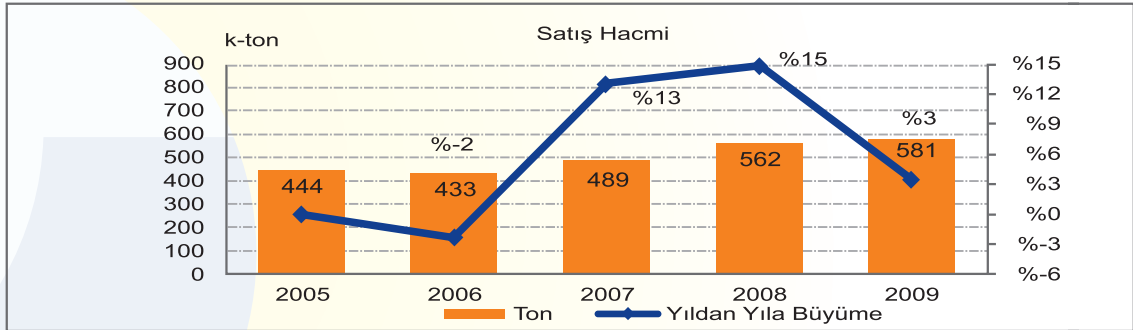


Şekil 1: Türkiye de Bisküvi Pazar Büyüklüğü (TL)



Kaynak; Ülker Bisküvi, AC Nielsen, İş Investment

Şekil 2: Şekerleme Sektörünün Yüzde Olarak Dağılımı



Kaynak ; Turkstat, İş Investment

Şekil 3: Türkiye’de Bisküvi Üretim(Ton)

Bisküvi satışlarının yaklaşık %72 sikenlerde yapılmaktadır. Bu nedenle nüfus yoğunluğunun fazla olduğu Marmara, Ege ve İç Anadolu bölgeleri en çok tüketimin olduğu yerlerdir. Gıda fiyatlarındaki yükselmeler ile Bisküvi fiyatlarındaki yükselmeler karşılaştırıldığında, Bisküvi fiyat artışlarının genel gıda fiyat artışının altında kaldığı görülmektedir. Eksiden lüks bir gıda grubu olarak algılanan bu ürünlerin, özellikle son yıllardaki büyük firmalar arasındaki rekabet nedeniyle, hammadde ve üretim maliyetleri artışlarını, ürün maliyetlerine yansıtmada zorluklar olduğu görülmektedir. Bisküvi ürünlerdeki fiyat artışları genel enflasyon seviyelerinin altında kalmıştır. Bisküvi sektöründe 2010 yılı fiyat artışı % 2.8 civarında olmuştur.

Türkiye’de bulunan bisküvi firmalarının iç piyasada ki satışlarına göre en büyükleri Ülker Bisküvi İstanbul, Kocaeli ve Ankara 3 fabrika ve Eti Bisküvi Eskişehirde üretim yapmaktadır. Şölen ise

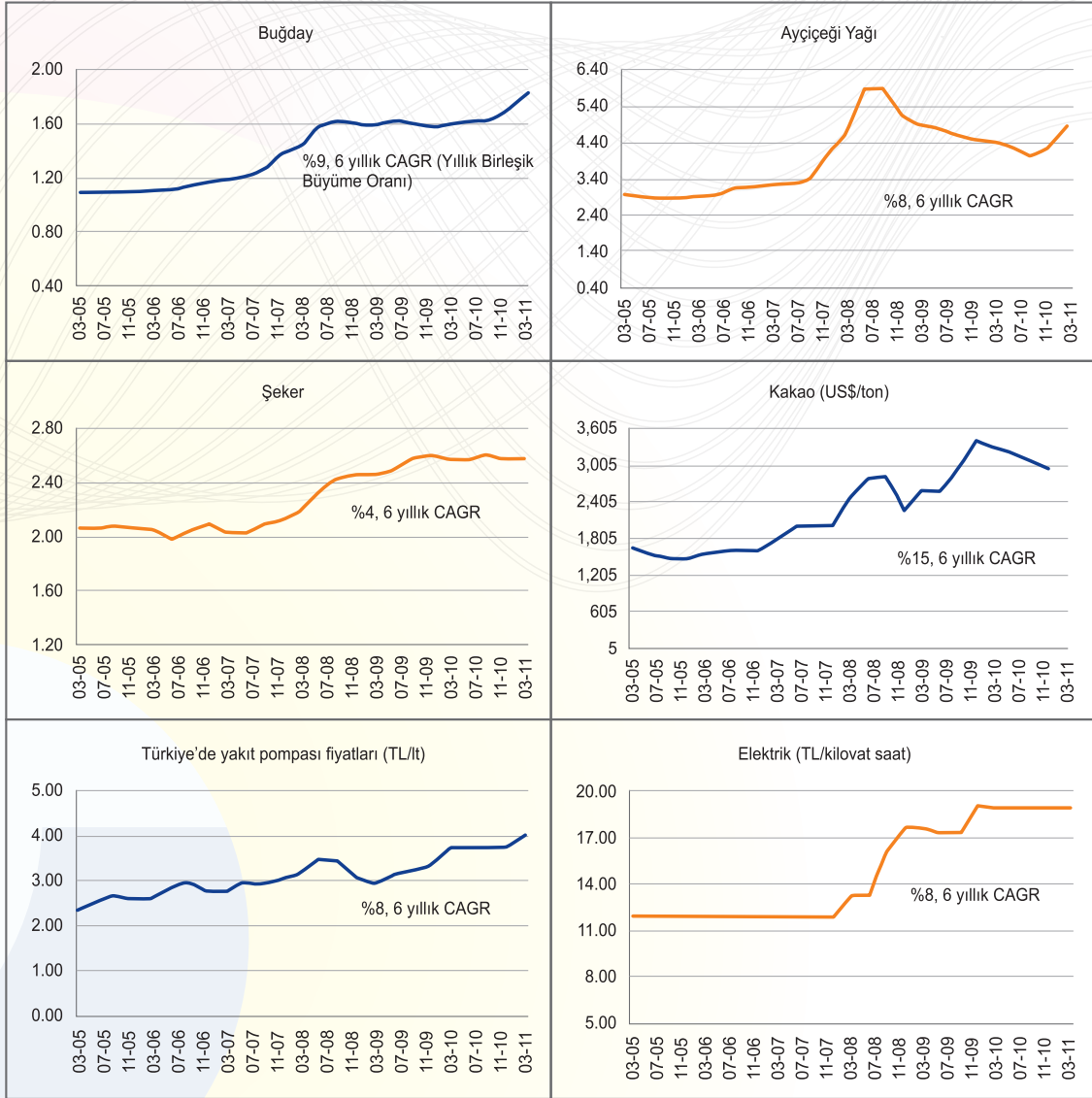




Gaziantep ve İstanbul fabrikalarında üretimlerini sürdürmektedir. Karaman ili ise 20 ye yakın farklı üretim kapasitelerindeki şirketleri barındırmaktadır. Biskot, Şimşek, Anı, Hazal, Azra, en bilinenlerinden bazılarıdır. 2010 yılında ise Nestle, Türkiye de yerli bir firma ile ortaklık yaparak Adapazarı'nda 2011 yılı ortalarında üretime başlamıştır.

Bisküvi, önceleri lüks bir tüketim maddesi olarak kabul edilirken, bugün artık herkesin tüketebileceği bir gıda haline gelmiştir. Türkiye de kişi başına bisküvi tüketimi 4.5 Kg / yıl olup, Avrupa ülkeleri ortalamasının yarısı kadardır. Ancak, yaklaşık 90 yıldır üretilmekte olan bisküvi satışında çok iyi organize olmuş satış ve dağıtım sistemleri oluşmuştur. Türk halkının alışkanlıkları olan, bisküvi benzeri ürünler, kurabiye ve bazı unlu mamullerin evde de pişirilmesi nedeniyle, son 5 yılda sanayi tipi bisküvilerin iç pazardaki satışını sadece % 3.1 CAGR arttırmıştır.

Bisküvi imalatının ana girdileri, Un, yağ, şeker, kabartma maddeleri, aromalar ile son yıllarda artan oranlarda kakao ve çikolatadır. Daha önce de belirtildiği üzere, bilinen sade ve çeşnili bisküvilerin yanı sıra, hibrid ürünler olarak isimlendirilen çikolata ve kakao kaplamalı ürünlerin sayısı artmaktadır. Son yıllarda Irak a yapılan bisküvi ihracatının payı % 20 yi aşmıştır (Şekil 4).



Şekil 4: Bazı Hammaddelerde Fiyatlarındaki Değişimler

Kaynak ; Turkstat, TEIAS, ICCO, petrol Ofisi, İş Investment

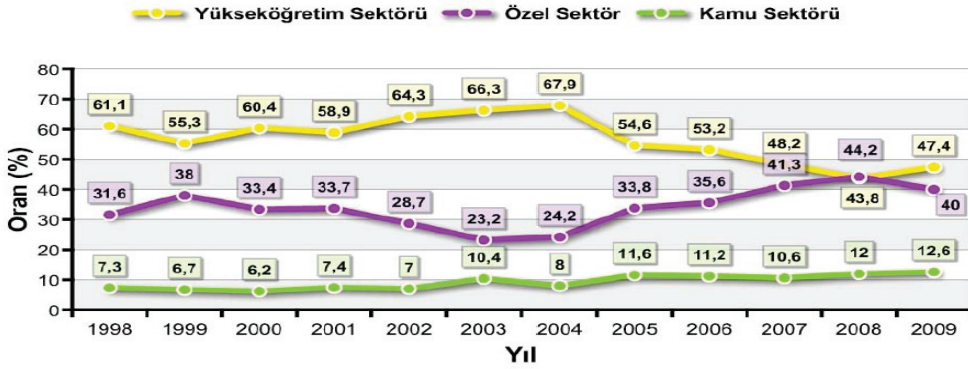
## 2. BİSKÜVİ SANAYİ VE AR-GE;

Bisküvi sektöründe yer alan birçok firmada Ar-Ge ve Kalite Kontrol faaliyetleri ile birlikte yürütülmekte iken son zamanlarda ayrı bir birimler haline gelmektedir.

Rekabetçi bir bisküvi sanayiinin gelişmesi için AR GE çalışmalarının sektörde önemli bir yer alması beklenmektedir. Ancak bugüne kadar yapılan çalışmalar, firmaların AR GE ye ayırdıkları payın genel bütçeleri içinde % 0.5 den az olduğu tahmin edilmektedir. TÜBİTAK ve Üniversiteler

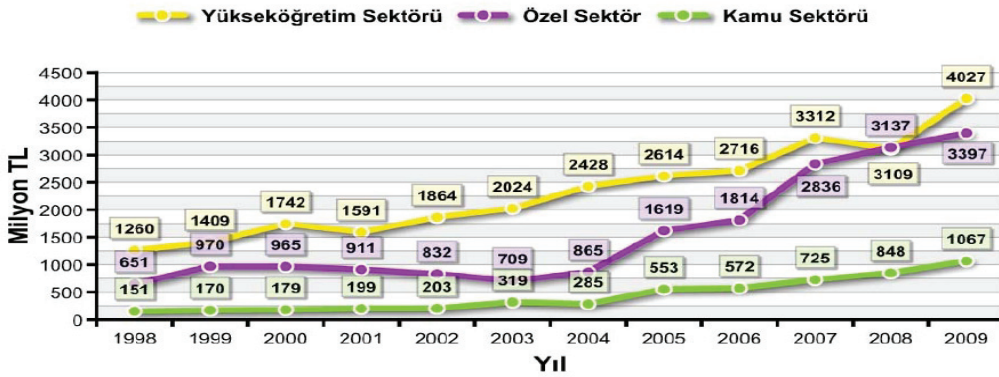
de bulunan bilgi birikiminden ve tesislerden yeteri kadar sektörün yararlanmadığı görülmektedir. Özellikle son yıllarda TÜBİTAK tarafından önemli destek projeleri ve programları oluşturulmuştur. Türk Patent Enstitüsü tarafından da Bisküvi üretimine ve ürünlerine ilişkin, ticarileşmiş patent ve know-how alındığı tespit edilememiştir. Ancak üründe şekil ve etiket tasarımlarına ilişkin bazı düzenlemeler bulunmaktadır (Şekil5,6).

### Gerçekleştiren Sektörler Bazında Ar-Ge Harcamaları Oranı



Şekil 5: Sektörler Bazında Gerçekleştirilen Ar-Ge Harcamaları Oran

### Gerçekleştiren Sektörler Bazında Ar-Ge Harcamaları\*



Şekil 6: Sektörler Bazında Gerçekleştirilen Ar-Ge Harcamaları Miktarı

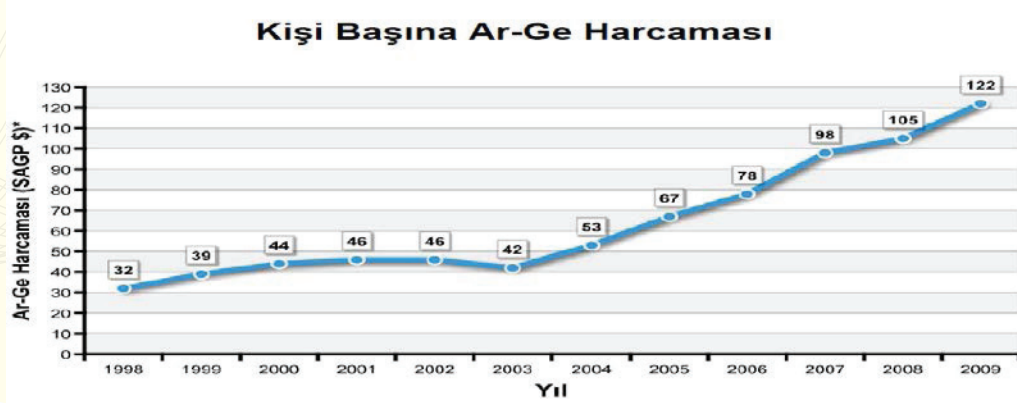
Bisküvi fabrikalarında yürütülmekte olan çalışmaların genellikle ürün geliştirmeye odaklandığı, dünya pazarlarında bilinen ve rağbet gören ürünlerin benzerlerinin yapılmasına gayret edilmektedir. Bu da sektörde birbirine çok benzeyen çok sayıda ürünün oluşmasına neden olmaktadır. Özgün ürünler ve tatlara çok az rastlanmaktadır. Ancak araştırmaya dayalı çalışmaların henüz yoğunluk kazanmadığı görülmektedir. Bisküvi ürünlerimizin yerli veya yabancı firmaların ürünleri ile rekabet edebilmesi için, hammadde de yeni arayışların, maliyet düşürücü üretim yöntemlerinin araştırılmasının araştırmalara esas olması gerekmektedir.

AR-GE için gerekli olan personel temininde yeni ve genç personel temininde, üniversiteler önemli bir kaynaktır. Ancak Bisküvi sektörüne yararlı olabilecek özellikle proses ve araştırmacıları bu sektöre yöneltecek konuların üniversitelerde lisans ve lisans üstü

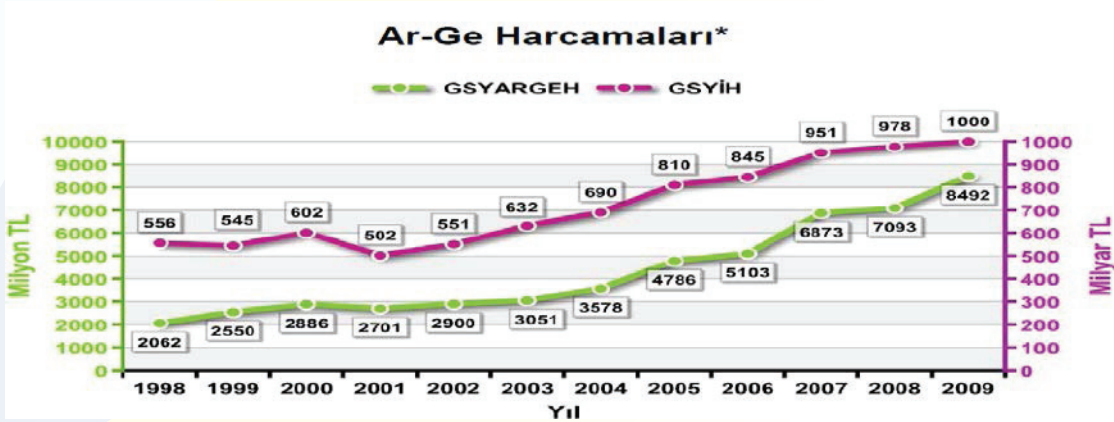


programlarda yer alması, üniversitelerle ortak projelerin sayısının artması gerekmektedir. Bazı firmalar deneyimli araştırmacı eksikliğini, yabancı danışmanlarla karşılamaktadır.

TÜBİTAK Türkiye de AR-GE ye harcanan kaynakların artırılması için 2004 yılından beri bazı çalışmaların içine girmiş ve Ar Ge ye ayrılan harcamaların GSYİH payının % 2 ye ulaşmasını hedeflemektedir(Şekil 7).Bisküvi Sektöründe çalışan arge personeli sayısının 100 den az olduğu tahmin edilmektedir (Şekil 8).



Şekil 7: Kişi Başına AR-GE Harcaması



Şekil 8: Miktar Bazında AR-GE Harcamaları

Kaynak; TÜBİTAK

### 3. ÇALIŞAN İŞGÜÇÜ

TOBB ne göre bu sektörde kayıtlı üretici sayısının 266 işletme ve 36.000 personel istihdam ettiği bilinmektedir. Ancak 30kadar büyük işletmenin varlığı dikkate alındığında toplam bisküvi üretimi 600.000 ton /yıl civarındadır. Personel ihtiyacı makine parkına göre değişmekte, özellikle ambalajlamanın ve buradaki otomasyonun çalışan sayısına etkisi büyük olmaktadır.



Ambalajlamaların tamamı makinalarda yapılmakta ancak kutulama veya kolileme gibi işlemler, emek yoğun veya otomatik makinelerde yapılmaktadır. Bu nedenle üretim şirketlerinin tercihlerine ve imkanlarına göre değişen oranlarda çalışan sayısı değişmektedir. Ayrıca üretilen ürünün çeşidi de personel sayısını etkilemektedir. Örneğin sade bisküvi üretiminde çalışan personel sayısı ile kremalı, çikolata kaplı bir bisküvi üretiminde sayı değişmektedir. Tekli ürünler ile çoklu paket üretiminde de personel sayısı ve otomasyona göre değişmektedir.

Fabrikalaşmış üretim sade bisküvi üretiminde 1 personelin yıllık üretime katkısı 160 ton iken, tüm çeşitlerin üretildiği birfabrikada1 işçinin üretime katkısı 100 ton /yıl a kadar düşmektedir. Ortalama 130 ton üretim için 1 kişi esas alınır 600.000 ton üretim için yaklaşık 4.600 üretim işçisinin çalıştığı, buna ek olarak da yaklaşık %15de 700 kişinin teknik ve idari hizmetlerde çalıştığı öngörülebilmektedir. Ancak üretimin % 80 inin iki büyük şirkette, kalan kısmının ise diğer firmalarca paylaşıldığı dikkate alındığında kalan üretimde kişi başına,50 ton /yıl verimlilik olarak hesaplanırsa, bu durumda6700 kişinin doğrudan üretimde, yaklaşık 1000 kişinin de teknik ve idari görevlerde çalışacağı kabul edilebilir.

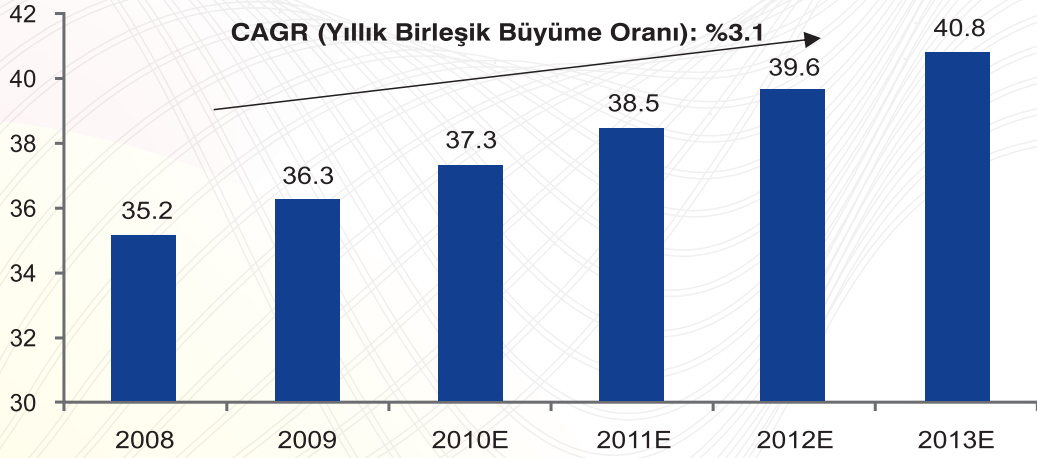
Satış ve pazarlama teşkilatlarında çalışan sayısının ise hesaplanması oldukça zordur. Türkiye de 200.000 civarındaki gıda satış noktasının tamamına yakın kısmında bisküvi ürünleri satılmaktadır.

Söz konusu miktardaki bisküvinin yaklaşık%90 ını hammaddeler oluşturmakta olup, yaklaşık1.140.000 ton civarında ( hammadde + ürün) nakledilen önemli bir kısmının birden çok yer değiştirmesi nedeniyle 2.000.000 ton luk iş yükü ortaya çıkmaktadır. Ürünün yarattığı hareketlilik lojistik ve nakliye firmaları için iş olanağı sağlamaktadır.

Bisküvi üretiminde kullanılan hammaddelerin nerede ise tamamı yurt içi üretimlerinden sağlanmaktadır. Bu nedenle, buğday, pancar, yağlık bitkiler, süt üreten çiftçilerimizin yanı sıra, bunları sanayi hammaddesi haline getiren, un fabrikaları, şeker fabrikaları, yağ fabrikaları, süttozu üreten tesisler, ambalaj üreten fabrikalar ile matbaalar için Bisküvi fabrikaları, önemli bir sanayi kolu durumundadır.

#### 4. DÜNYA VE TÜRKİYE DE BİSKÜVİ ÜRETİM VE DIŞ TİCARETİ

Dünya da bisküvi üretiminin2013 yılında 9.3 milyar kg üretime ve 40.8 milyar US\$ seviyesine ulaşacağı tahmin edilmektedir. Yıllık büyüme ortalamasının ise % 3.1 olacağı beklenmektedir. Amerika kıtası üretimi toplam üretimin % 43 ünü oluşturmaktadır. Avrupa ülkelerinden İngiltere, Almanya, Belçika, İtalya, Fransa ve Hollanda ile Kanada en önemli üreticilerdendir (Şekil 9).



Şekil 9: Dünyada Bisküvi Pazarı (Milyar USD)

Kaynak ; Euromonitor, InternationalConfectioneryAssociation

Türkiye de 2 büyük Bisküvi üreticisi olan firma toplam üretimin % 80 ini oluşturmakta kalan % 20 ise diğer üreticiler arasında paylaşılmaktadır.850.000 ton /yıl olarak tahmin edilen kurulu kapasitenin 650-750 000 ton/yıl üretim de kullanılmakta,140.000 ton /yıl ( 2009) ihraç edilmekte, kalanı ise iç tüketimde kullanılmaktadır. Bisküvi 2010 yılı itibariyle un ve unlu mamuller sektörü içinde undan sonra en çok ihracatı yapılan bir sektördür.1974 yılında Kıbrıs'a yapılan çok sembolik düzeydeki ihracat dikkate alınmadığında 1980'li yıllarına kadar bisküvi ihracatımız düşük seviyelerde seyretmiş ve 1990 yılından itibaren hızlı bir artış göstermeye başlamıştır. İlk önemli bisküvi ihracatı 1980 yılında yapılmış olup sadece 2.706 ton ve 3.756 dolardır. İhracatın 1980 yılından itibaren başladığı ancak 1990 yılından itibaren özellikle Ortadoğu ve güney sınırımızda bulunan ülkeleri, daha sonrada Rusya ve bazı orta Asya ülkelerine ihracat yapıldığı bilinmektedir. Bugün ise bu ülkelere sonra Afrika kıtası, Avrupa Ülkeleri ve ABD ye de ihracat yapılmaktadır. İleriki yıllarda ihracatımız devamlı artış göstererek 1985 yılında 11630 ton ve 12.644 bin dolara, 1990 yılında 16.709 ton ve 20.748 bin dolara, 2010 yılında ise 151.495 tona ve 270.024 bin dolara çıkmıştır. Bisküvi, 2010 yılı itibariyle un ve unlu mamuller sektörü içinde, buğday unundan sonra en çok ihracat yapılan ikinci alt sektör durumundadır. 1998 ve 2008 yıllarında yaşanan ekonomik krizden bisküvi, ihracatı etkilenmiş olup yurtiçi üretim ve ihracat da gerilemiştir (Çizelge 10).

Türkiye Dünya bisküvi ihracatında Değer olarak % 5, miktar olarak ise % 7,7 lik bir pay almaktadır. Dünya bisküvi ihracatının% 43'ünü Almanya, Belçika, Hollanda, İngiltere ve Fransa gerçekleştirmektedir. Türkiye Ancak 12. sırada yer almaktadır.

İhracatımızın bu sonuca ulaşmasında, Türk bisküvi sektörünün bu piyasalar için uyguladığı cazip fiyat, kaliteli ürün ve istikrarlı bir pazarlama stratejisi etkili olmuştur. Bundan sonraki süreç de Türk imajının yarattığı olumlu havayla birlikte bu ülkelere ihracatımızın artacağı tahmin edilmektedir.

Türkiye daha çok İhracatını Irak, Yemen, Suudi Arabistan, Cezayir, Arnavutluk, Bulgaristan, Almanya gibi ülkelere yapmaktadır. Türkiye'nin daha çok Ortadoğu, Balkanlar, Afrika ve Türk

Cumhuriyetlerine ve Almanya'ya ihracat yaptığı görülmektedir. Önümüzdeki yıllarda coğrafi konum ve pazar açısından AB ve Gelişen ihracat pazarlarına yakınlık, Türk dizilerinin yarattığı olumlu hava Orta Doğu, Kuzey Afrika, Türk Cumhuriyetlerinde Türk ürünlerine karşı olumlu yönde etkileyeceği ve ihracatımızın bu ülkelerde daha da gelişeceği tahmin edilmektedir.

**Çizelge 10: Türkiye Bisküvi Üretimi, Tüketimi, İhracatı ve İthalatı**

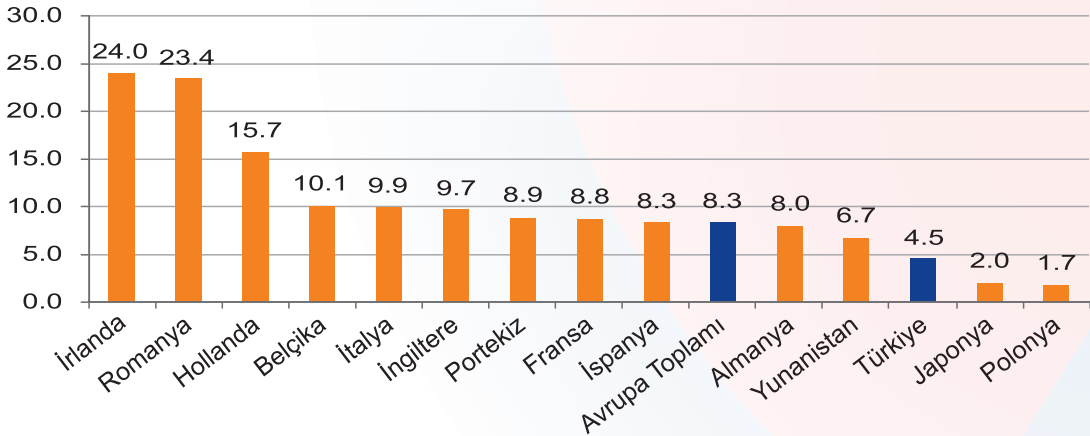
Yıllar	Üretim (Ton)	Tüketim (Ton)	İhracat Miktar (Ton)	İhracat Değer (000 Dolar)	İthalat Miktar (Ton)	İthalat Değer (000 Dolar)
2005	580.000	420.000	116.609	141.986	-	-
2008	620.849	489.341	140.319	255.498	8.811	36.591
2009	575.755	453.429	131.751	239.016	9.425	39.198
2010	563.823	425.208	151.495	270.024	12.880	60.245

**Kaynak:** TÜİK, ŞEMAD rakamları

Türkiye bisküvi ithalatı son yıllarda artış göstermekte olup 2008 yılında 8.811 ton ve 36.591 bin dolar ithalat yapılırken 2010 yılında ithalat 12.880 tona ve 60.245 bin tona çıkmıştır. Görüldüğü gibi ortalama bir değerlendirme yapıldığında ihracatta 1Kgbisküvinin bedeli 1.8 US\$ olurken, ithal edilen bisküvide 1 Kg için 4. US\$ den fazla bedel ödemekteyiz (Çizelge 10).

Türkiye de ise toplam üretimin yaklaşık 600.000 ton /yıl ve 1 milyar US \$ tutarındaki üretimimiz dikkate alındığında, dünya pazarından aldığımız payın yaklaşık % 2.5 olduğu görülmektedir.

Tüketim kg/yıl



**Kaynak;** İş Investment, Caobisko

### Şekil 11: Kişi Başına Bisküvi Tüketimleri (Kg/Yıl)

Şekil 11'de görüldüğü gibi Türkiye Kişi başına yılda tüketilen 4,5 kg/yıl bisküvi miktarı ile alt sıralarda yer almaktadır. Romanya bile 23,4 kg/yıl ile çok üst sıralarda yer almaktadır. Avrupa ülkeleri genellikle Türkiye'nin iki misli bisküvi tüketmektedirler (Şekil 11).



## 5. BİSKÜVİ SEKTÖRÜNDE SORUNLAR

Bisküvi sektörünün ana girdileri, un, yağ, şeker ve ambalaj ile üretimde kullanılan enerjidir. Ana girdilerin tarım ürünü olmaları nedeniyle maliyetleri, yıla ve dünya fiyatlarındaki gelişmelere göre değişmektedir. Bu nedenle üretim maliyetlerinde istikrar zordur. Ayrıca, her ne kadar ülkemizde bisküvi sanayi için uygun buğday yetiştirilmekte ise de, kalitede istikrarın sağlanmasında ve standart yönünden de sıkıntılar yaşanmaktadır.

Üretim maliyetleri içerisinde yer alan enerji giderleri (elektrik, LPG, fuel-oil) ile taşımacılık maliyetlerinin yüksek olması rekabet şansını olumsuz yönde etkilemektedir.

İhracatta, özellikle bisküvinin asıl tüketicisi konumundaki, rekabetin yoğun ve tüketici bilincinin fazla olduğu Batı ülkeleri başta olmak üzere, tüketicinin farklı damak zevkine ulaşmak amacıyla dış pazarlardaki beslenme kültürünün ve alışkanlıklarının ortaya konması, ürün ambalajının kaliteli olması, üründe çeşitlilik sağlanması, ayrıca marka ve tutundurma faaliyetleri için Ar-Ge çalışmalarına ve pazarlama stratejilerine bütçe ayrılması gerekmektedir.

Türkiye’de bisküvi üretimi yapan büyük ve modern işletmeler iletmelerin yanında, orta ve özellikle küçük ölçekli işletmelerde bulunmakta olup bu işletmelerde önemli teknolojik sorunları bulunmaktadır. Bu işletmelerin ürünleri iç pazardan daha çok başta Irak olmak üzere sınır komşusu olan ülkelere satılan bisküvi çeşitlerini üretmektedir.

Türk bisküvi üreticisi firmalar, bisküvi üretiminde yurtdışındaki büyük firmalarla rekabet edebilecek durumdadır. Nitekim dünyanın büyük bisküvi üreticileri Türkiye’deki üreticilerin rekabetinden çekindikleri için Türkiye piyasasına girememişlerdir.

Bisküvi sektöründe kullanılmakta olan ekipmanların önemli bir kısmı yerli olarak da sağlanabilmektedir. Ancak yüksek hızlı ambalajlama ve otomasyon sistemlerinin bazılarının ithal edilmesi zorunludur.

Üretim de çalışacak, mühendis ve teknik personel temini konusunda sorun yoktur. Ancak bisküvi sektöründe deneyimli personel sayısı için aynı şey söylenemez.

AR GE konusunda çalışacak deneyimli personel sayısı çok azdır. Araştırma çalışmaları, hammadde, proses ve ambalaj konuları öncelikli olmak üzere geliştirilmelidir.

Üniversite ve TÜBİTAK işbirliği sektörün gereksinimleri doğrultusunda işbirliğini arttırmalıdır.

Kalite kontrol yerine kalite sağlama anlayışı ile üretim içinde kalitenin sağlanması prensibi yaygınlaşmalıdır.

Özel markalı ürünler hızla raflarda yer almaktadır. Bu tüm dünya ülkelerinde benzer şekilde gelişmekle birlikte özellikle markalı ürünlerin gelişimine engel olmayacak şekilde yönetilmelidir.

Sektörde rekabet, kalite ve dağıtım hizmeti yerine, fiyat bazında ortaya çıkmaktadır. Bunun sonucunda da kar marjlarının her yıl azaldığı görülmektedir. Bu da özellikle yeni ürünler





üretmek farklılığı yakalayamayan firmaların gelecekte finansal zorluklara girmesinin kaçınılmaz olacaktır.

Güçlü olmayan markaların ihracatta pazar kapma ve ucuz pazarlara ürün satma konusundaki hesapsız gayretlerle düşük fiyatlı mal satma gayretleri, beklenen fayda ve getiriye sağlamamaktadır.

Şeker rejimimizin AB benzeri bir yapıya kavuşturulmasında fayda görüyoruz. Bu kapsamda ülkemizdeki şeker fiyatlarının AB ile eşit seviyeye gelmesi için önlemler alınmalı, sektör rekabetçi bir yapıya kavuşturulmalıdır.

Umarız Hükümet 2012 yılı içinde şeker fabrikaları özelleştirmesini tamamlar. Bu hem şeker fabrikaları için gerekli hemde şekerli hammadde olarak kullanan sektörler açısından önemli. Çünkü şeker fabrikaları 2008 yılında özelleştirme kapsamına alındıktan sonra herhangi bir yatırım yapılmamakta bundan dolayı mevcut tesisler bile eskimektedir.

#### **Kaynakça;**

TS2383 Şubat 2010 Bisküvi Standardı

[www.Tubitak.gov.tr](http://www.Tubitak.gov.tr) Sanayi Arge Destekleri

TC Başbakanlık İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi Bisküvi Raporu, Hazırlayan: Gamze Kahyaoğlu ATAÇ

Ortadoğu Anadolu Birlikleri Genel Sekreterliği, Unlu Mamuller Sektör Raporu Haziran 2010

Türkiye Kalkınma Bankası A.Ş Sektörel Araştırmalar, Bisküvi – Gofret - Şekerli Mamuller

Pazar Araştırmaları, Bisküvi –TR52 Karaman

Dokuzuncu Kalkınma Planı 2007/2013 Gıda Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu

İş Investment ; İş Bankası /Ocak –Eylül Raporu

ExpresInvest ; Deniz Bank Market Reports Temmuz 2011



## UN SEKTÖRÜ

### 1. SEKTÖRÜN ÖNEMİ VE GELİŞİMİ

Tarihte bilinen ilk değirmenlerin İÇ Anadolu'da olduğu bilinmektedir. Un tahılların öğütülmesi ile elde edilen değerli bir ürün olup modern insanın kullandığı ilk besindir. Vücudumuzun ihtiyaç duyduğu günlük enerjinin %60'ı tahıl ürünlerinden sağlanmaktadır. Besleme için en yaygın olarak tüketilen tahıl türü ise buğday, ekmeke ve türevleridir. Türkiye iklim ve coğrafya bakımından buğday üretimine oldukça elverişli ülkelerden birisidir.

Ekmeke halk için dayanışmayı, çalışma hayatını ve hayatta kalmayı içinde barındıran bir simgedir. Ekmeke yapmak için önce un, un içinde buğday ürününün yetişmesi ve toplanması gerekmektedir. Buğday ve un üretimi aynı zamanda iktisadi bir faaliyet alanıdır. Buğday saklama koşullarına uygun en önemli tarım ürünlerinden birisidir ve bu yüzden her mevsim kullanılabilmesi mümkün olmaktadır. Bu yeterlilik sayesinde buğday emtia piyasalarında ve borsalarda işlem görmektedir.

Bugün 60 trilyon dolar olan dünya gayri safi hâsılası içinde küresel gıda harcaması 10 trilyon dolar civarındadır. Dünya tarımsal GSYİH'nın küresel ısınma nedeniyle 2020 yılında % 15 civarında gerilemesi beklenirken, gelecek 30 yılda dünya nüfusunun % 60'ının şehirlerde yaşayacağı tahmin edilmektedir. Net tahıl ithalatçısı ülke sayısı, net ithalatçı ülke sayısının yaklaşık 4 katıdır.

Tarım sektörü, ülkemizin ekonomik ve sosyal gelişmesinde önemli görevler üstlenmiş ve bu görevini günümüze kadar etkin bir şekilde sürdürmüştür. Ulusal gelirimizin % 15'ini ve istihdamın %45'ini oluşturan tarım sektörü; gıdaların üretimi ve beslenme ile doğrudan ilgisi, aktif nüfus ve işgücünün yüksek değerler göstermesi, milli gelire katkısı ve sanayi sektörüne sağladığı hammadde ve sermaye yanında, sağlıklı çevrenin oluşması ve korunması, ekolojik dengenin kurulması ve sürdürülebilirliği açısından, tüm ülke halkını ilgilendirmesiyle, ekonomik ve sosyal bir sektör olma özelliğini korumaktadır.

Cumhuriyetin ilk yıllarında milli ekonomide % 40 düzeylerinde olan tarım sektörünün Gayri Safi Milli Hasıla içindeki payı, sabit fiyatlarla 1970'li yıllarda % 36, 1980 yılında % 25, 1990 yılında % 16 ve 2000 yılında ise % 13,5 düzeyine düşmüştür. Bununla birlikte, bugün ülkemiz ekonomisinde tarım sektörünün payı, diğer gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında yüksek düzeydedir.

Gıda sanayi hammaddesini yüksek oranda tarım sektöründen karşılamaktadır. Ülkemizde tarımsal üretimin % 25 – 30'unu hayvansal üretim, % 70–75'ini bitkisel üretim oluşturmaktadır. Türkiye'de ekili ve dikili alanların önemli bir bölümü tahıl ve baklagil alanlarıdır. Türkiye'de tahıl üretimi, tarım sektörünün olduğu kadar genel Türkiye ekonomisinin de temelini oluşturmaktadır. Tarım sektörünün GSMH içindeki paylarına baktığımızda 2005 yılında % 9,4 olan oranın; 2007/08 döneminde %7,6'ya gerilediğini ve 2009 yılında tekrar yükselişe geçerek % 8,2'ye yükseldiğini gözlemlenmektedir. Bu süreçte tarım sektöründe kuraklığa bağlı sıkıntılar yaşanmış, aynı ölçüde olmasa bile içinde bulunduğumuz yılda mevsim dışı alınan aşırı yağışlar rekolte düşüşlerine ve kalite kayıplarına neden olmuştur.



Türkiye’de, Tarım ve Gıda Sanayi içinde % 40’ya yakın bir payla tahıl ve nişasta ürünleri ilk başta gelmektedir. Bunu %15’er pay ile süt ve et ürünleri takip etmekte, şeker, meyve ve sebze ile bitkisel yağlar % 11, % 9 ve % 6 ile takip etmektedir.

## 2. DÜNYA BUĞDAY ÜRETİMİ VE PİYASALARI

Uluslararası Hububat Konseyi’nin Temmuz 2011 sonu raporuna göre 2010 – 2011 sezonunda 651 milyon ton düzeyinde gerçekleştiği tahmin edilen dünya buğday üretiminin, Temmuz 2011 – Haziran 2012 döneminde 23 milyon ton fazla olarak 674 milyon ton olarak gerçekleşeceği öngörülmüş bulunmaktadır.

Uluslararası Hububat Konseyi, 2010 – 2011 sezonunda 662 milyon ton düzeyinde gerçekleştiğini tahmin ettiği dünya buğday tüketimini Temmuz 2011 – Haziran 2012 döneminde 14 Milyon ton yüksek 676 milyon ton olarak gerçekleşeceğini tahmin etmektedir. Bunda, en önemli nedenin özellikle Asya ülkelerindeki yemlik kullanımının artışı gösterilmektedir (Çizelge 1).

**Çizelge 1: Dünyada Buğday Bilgileri-Ağustos 2011 İtibariyle (Milyon Ton)**

	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11	2011/12
<b>ÜRETİM</b>	6096	686	677	649	674
<b>TİCARET</b>	110	136	124	124	127
<b>TÜKETİM</b>	613	639	648	662	676

**Kaynak:** Uluslararası Hububat Konseyi

Uluslararası Hububat Konseyi’nin istatistiklerine göre 2010 – 2011 sezonunda 124 milyon ton düzeyinde gerçekleşeceği tahmin edilen buğday ticaretinin Temmuz 2011 – Haziran 2012 döneminde 3 milyon ton yüksek 127 milyon ton olarak gerçekleşeceği beklenmektedir.

Uluslararası Hububat Konseyi 2010 – 2011 sezonunda 192 milyon ton düzeyinde gerçekleştiğini tahmin ettiği dünya dönem sonu buğday stoklarının Temmuz 2011 – Haziran 2012 döneminde 190 milyon ton olacağını tahmin etmektedir.

Gelecek yıl öngörüsü ile son 5 yıldaki gelişmelere baktığımızda; ticaret ve tüketimdeki artışların üretim ve stoklardaki artışlarla dengelendiğini görmekteyiz. Üretim değerlerine baktığımızda, buğday üretiminde en güçlü 5 ülke, AB(27), Çin, Hindistan, ABD ve Rusya’nın bu performansta eşit rol oynadığını görmekteyiz. Aynı resim, bu ülkelerin stok miktarları açısından da karşımıza çıkmaktadır (Çizelge 2).

TÜİK verilerine göre ülkemizde tahıllar ve diğer bitkisel ürünlerin üretimi içerisinde tahılların payı %53,98 iken buğdayın payı 2010 yılı itibariyle %32,41 olmuştur.



**Çizelge 2. Dünya Buğday Üretimi ve Önemli Üretici Ülkeler (Milyon Ton)**

Ülkeler	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11
AB (27)	122,1	129,5	108,6	147,6	133,8	125,1	119,7	151,2	138,7	135,8
Çin	93,9	90,3	86,5	92	97,5	108,5	109,3	112,5	115,1	115
Hindistan	69,7	71,8	65,1	72,1	68,6	69,4	75,8	78,6	80,7	80,8
ABD	53,3	43,7	63,8	58,7	57,2	49,2	55,8	68	60,4	60,1
Rusya	46,9	50,6	34,1	45,4	47,7	44,9	49,4	63,8	61,7	41,5
Avustralya	24,9	10,1	26,1	21,9	25,2	10,8	13,6	21,4	21,9	25
Pakistan	19	18,2	19,2	19,5	21,7	21,7	23,3	21,5	24	23,9
Kanada	20,6	16,2	23,6	25,9	26,8	25,3	20,1	28,6	26,8	23,2
Türkiye	15,5	17,3	18,5	18,5	18	17,5	15,5	17	18,5	17,5
Ukrayna	21	19,8	3,6	16,5	18,7	13,8	13,9	25,9	20,9	16,8
Arjantin	15,3	12,3	14,6	16	12,6	14,5	16,4	8,4	8	15
Kazakistan										
Diğer	66,5	73,6	81,9	83,6	82	84,2	79,9	76,3	84,8	109,6
<b>Dünya</b>	<b>581,3</b>	<b>566,1</b>	<b>557</b>	<b>627,6</b>	<b>620,7</b>	<b>597,5</b>	<b>609,1</b>	<b>686,1</b>	<b>678,1</b>	<b>649,3</b>

**Kaynak:** Uluslararası Hububat Konseyi

**Çizelge 3: Dünya Buğday Stoku (Milyon Ton)**

Ülkeler	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11
<b>1.Çin</b>	31,6	36,3	43,5	53,2	56,9
<b>2.ABD</b>	12,4	8,3	17,9	26,6	23
<b>3.AB (27)</b>	14	10,3	19,7	15	10,4
<b>4.Hindistan</b>	5	7,1	13,1	17,6	17
<b>5.Rusya</b>	3,1	4,2	10,4	11,8	3,5
<b>10.Türkiye</b>	1,9	1,2	1,8	1,8	1,9

**Kaynak:** Uluslararası Hububat Konseyi



Uluslararası Hububat Konseyi, beş başlıca ihracatçı ülkenin (AB(27), ABD, Arjantin, Avustralya ve Kanada) 2009 – 2010 sezonunda 53 milyon ton olarak gerçekleşeceğini tahmin ettiği dönem sonu buğday stoklarının 2010 – 2011 dönemi sonunda 3,8 milyon ton düşük olarak 49,2 milyon ton olarak gerçekleşmesini beklemektedir. Bu ülkelerin stok pozisyonları 2006/07, 2007/08, 2008/09 dönemlerinde sırasıyla 40, 31 ve 48 milyon ton olarak gerçekleşmiş bulunmaktadır (Çizelge 3).

**Çizelge 4: Dünya Buğday İhracatında 5 Büyük Ülke**

Ülkeler		2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11
ABD	Miktar (Milyon Ton)	25,0	34,3	26,8	23,9	34,7
	Pay (%)	22,6	31,1	19,6	18,7	28,1
AB(27)	Miktar (Milyon Ton)	12,8	11,2	24,5	20,8	21,0
	Pay (%)	11,6	10,1	18,0	16,3	17,0
Kanada	Miktar (Milyon Ton)	19,4	16,4	18,3	18,4	18,0
	Pay (%)	17,5	14,9	13,4	14,4	14,6
Avustralya	Miktar (Milyon Ton)	1,4	7,5	13,5	13,8	16,0
	Pay (%)	10,3	6,8	9,9	10,8	13,0
Arjantin	Miktar (Milyon Ton)	11,9	10,0	8,5	5,1	8,0
	Pay (%)	10,8	9,1	6,2	4,0	6,5
5 Ülke Payı (%)		72,7	72,0	67,3	64,1	79,2

**Kaynak:** Uluslararası Hububat Konseyi

Beş başlıca ihracatçı ülkenin dünya buğday ihracatı içindeki paylarına baktığımızda, 2007/08 sezonunda 34,3 milyon ton (%31,1) ile zirve yapan ABD'nin ihracat payı, son iki sezonda yaşanan düşüş sonrası, oldukça ciddi bir artış ile 34,7 milyon ton (%28,1) ile tekrar zirveye oturmuştur. AB (27)'nin son üç yılda ABD'nin göstermiş olduğu azalışı kapatma yönünde çabalarını sadece 2008/09 sezonunda koruyabildiğini (24,5 milyon ton), 2009/10 sezonunda ise 3,7 milyon ton azalışla 20,8 milyon ton olarak gerçekleştirdiğini görmekteyiz. 2010/11 sezonunda ise AB (27) ülkelerinin ihracatı 21 milyon ton olmuştur. Arjantin'in geçtiğimiz iki yılda yaşadığı ciddi pazar kaybı, 2010/2011 sezonu itibarıyla son bulmuş görünüyor. Avustralya 2008/09 sezonunda yakaladığı 13,5 milyon tonluk ihracatını, 2009/10 sezonunda istikrarlı bir şekilde devam ettirmiştir. 2010/11 sezonunda ise 2,5 milyon tonluk artış ile 16 milyon tona ulaştığı gözlemlenmektedir. Bu beş ülkenin dünya ihracatından aldıkları toplam pay 2009/10 sezonunda % 64,1'e kadar inmiş fakat 2010/11 sezonunda % 79,2 ile son 10 yılın rekorunu kırmayı başarmıştır (Çizelge 4).

Bu analize, Karadeniz ülkelerinin alınması ile yukarıda ihracat pazarları azalan ülkelere ikame olarak Rusya, Ukrayna ve Kazakistan'ın pazar paylarının oldukça ciddi bir şekilde azaldığı



gözlenmektedir. Rusya, 2009/10 sezonunda 18,8 milyon ton ihracat yaparken, bu tutar 2010/11 sezonunda 4 milyon tona gerilemiştir. Ukrayna'da ise özellikle 2008/09 ve 2009/10 sezonlarında elde edilen dikkat çekici rekor ihracat performansı, 2010/11 sezonunda ciddi bir düşüş ile 4,5 milyon ton olmuştur. Kazakistan'da tıpkı Ukrayna ve Rusya gibi ihracat miktarında düşüş yaşamış ve geçtiğimiz sezon 8 milyon ton olan buğday ihracat miktarı bu yıl 2,5 milyon ton azalarak 5,5 milyon ton olmuştur (Çizelge 5).

**Çizelge 5: Dünya Buğday İhracatı - Karadeniz Ülkeleri**

Ülkeler		2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11
Rusya	Miktar (Milyon Ton)	10,9	12,1	18,3	18,8	4,0
	Pay (%)	9,8	11,0	13,5	14,7	3,2
Ukrayna	Miktar (Milyon Ton)	3,3	1,2	12,9	9,3	4,5
	Pay (%)	3,0	1,1	9,5	7,3	3,7
Kazakistan	Miktar (Milyon Ton)	8,1	8,2	5,8	8,0	5,5
	Pay (%)	7,3	7,5	4,2	6,3	4,5
3 Ülke Payı (%)		20,1	19,6	27,2	28,2	11,4

**Kaynak:** Uluslararası Hububat Konseyi

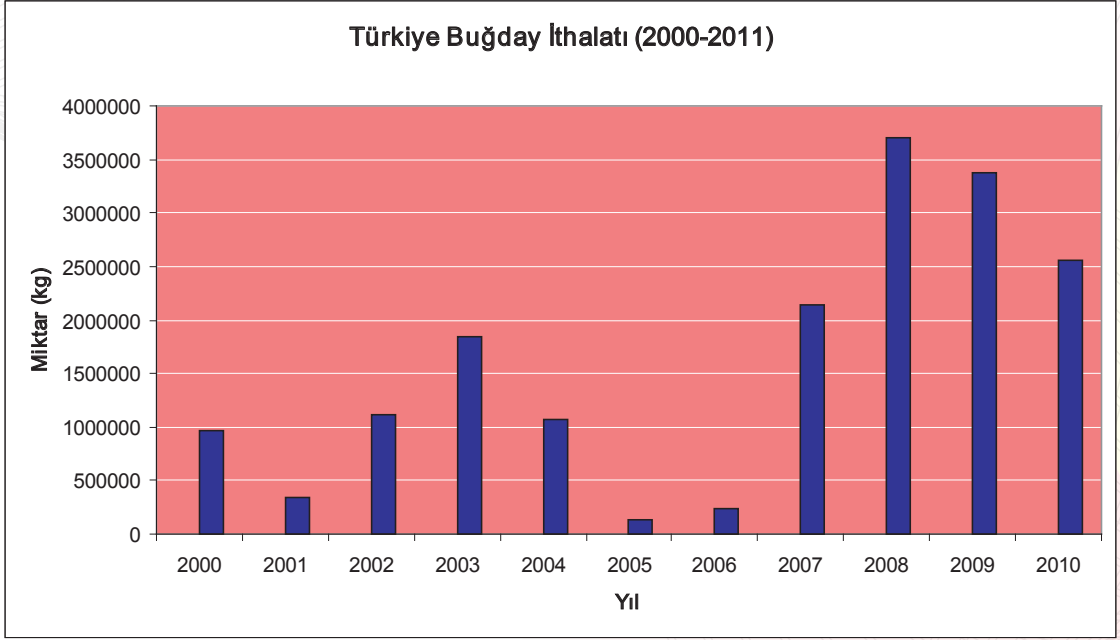
Dünya buğday ihracatına baktığımızda, beş ihracatçı ülkeden sadece AB(27) ülkelerinin ithalatının ciddi bir miktara ulaştığını gözlemliyoruz.

**Çizelge 6: Dünya Buğday İthalatı - 5 Büyük Ülke (Milyon Ton)**

Ülkeler	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11
1.Mısır	7,1	7,6	9,8	10,2	10
2.Brezilya	7,9	7,1	6,3	6,7	6,4
3.Endonezya	5,8	5,2	5,5	5,4	5,6
4.Cezayir	4,9	5,8	6,3	5,1	5,4
5.Japonya	5,6	5,7	4,9	5,5	5,2
12.Türkiye	1,8	2,2	3,6	3,3	3,1

**Kaynak:** Uluslararası Hububat Konseyi

İthalat açısından ilk beş ülkeye baktığımızda son beş yılda dengeli bir seyir gözlemliyoruz. Türkiye'nin özellikle 2005/06 sezonunda buğday ithalatı 0,1 milyon tondur. 2006/07 (2,2 milyon ton) döneminden itibaren mamul madde ihracatında kullanılmak üzere buğday ihracatında, 2010/11 sezonunda 3 milyon ton ile 12. sıradaki ülke olarak rol oynadığı görülmektedir. Son yıllarda, Rusya'dan yapılan ithalat dikkat çekmektedir (Çizelge 6, Şekil 1).



**Çizelge 7: Türkiye'nin Buğday İthalatı**

Yıl	Miktar (Ton)
2000	963.668
2001	346.827
2002	1.116.575
2003	1.846.284
2004	1.065.389
2005	135.596
2006	239.874
2007	2.147.107
2008	3.708.003
2009	3.379.928
2010	2.554.189

Kaynak: TÜİK

**Şekil 1. Türkiye Buğday İthalatı**

Kaynak: TÜİK



**Çizelge 8: Dünya Buğday Tüketimi ve Önemli Tüketici Ülkeler (Milyon Ton)**

Ülkeler	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11
Çin	109,5	108	107,4	104,2	100,5	99,2	102,4	105,6	106,5	112
AB (27)	90,1	95,7	91,9	116,7	119,6	123,6	117,1	123,5	126,4	122,9
Hindistan	65,1	71,2	71	72,4	72	74,1	75,5	72,6	76,5	81,4
Rusya	37,9	38,6	34,5	38	37,6	35,6	36,4	39,5	41,6	46,8
ABD	32,7	30,5	32,5	31,9	31,3	30,9	28,6	34,3	30,9	32
Türkiye	16,2	17,8	17,8	17,7	15,2	16,4	16,9	17,8	17,7	17,5
Ukrayna	12,9	13,3	9,5	10,9	12,8	10,6	11,9	13,5	11,8	11,3
Kanada	7,4	8,2	7,5	9,2	9,3	8,8	6,7	7,8	7,6	8
Avustralya	5,1	6,3	5,3	5,9	6,7	7,3	6,2	7,3	5,1	6,4
Diğer	207,6	211,6	218,5	207,1	219,2	202,4	211	219,1	223,9	223,7
<b>Dünya</b>	<b>584,6</b>	<b>601,1</b>	<b>595,9</b>	<b>613,9</b>	<b>624,1</b>	<b>609</b>	<b>612,6</b>	<b>640,9</b>	<b>648</b>	<b>661,9</b>

**Kaynak:** Uluslararası Hububat Konseyi

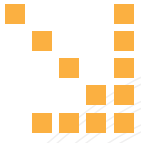
Gerek üretim, gerekse tüketim açısından ülkelerin sınıflandırılması yapıldığında, nüfus açısından da bu ülkelerin dünya sıralamasında ilk sıralarda yer aldığı görülmektedir. Önemli üretici ülkelerde verim ve ekim alanı karşılaştırılmasında ise AB(27) ve Çin'in dünya ortalamalarının üzerinde olduğunu görmekteyiz. Ülkemiz buğday tüketiminin ise diğer ülkelere göre oldukça tutarlı bir grafik çizdiğini söyleyebiliriz (Çizelge 7.8.9.10).

**Çizelge 9: Dünya ve Önemli Üretici Ülkelerde Buğday Verimi (Ton/ha)**

Ülkeler	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11
AB (27)	5,42	5,76	5,29	5,91	5,48	5,06	4,78	5,65	5,38	5,25
Kanada	1,94	1,83	2,25	2,63	2,72	2,61	2,32	2,85	2,79	2,8
ABD	2,71	2,36	2,99	2,9	2,82	2,6	2,7	3,02	2,99	3,12
Rusya	1,97	1,96	1,58	1,98	1,88	1,95	2,1	2,45	2,23	1,84
Çin	3,81	3,78	3,93	4,25	4,26	4,53	4,73	4,81	4,88	4,73
Avustralya	2,14	0,91	2	1,59	2,01	0,92	1,1	1,58	1,56	1,87
Türkiye	1,8	2,02	2,15	2,15	2,09	2,03	1,94	2,05	2,37	2,19

**Kaynak:** Uluslararası Hububat Konseyi





Çizelge 10: Buğday Denge Tablosu 2009 / 2010

	Birim	Toplam <sup>(1)</sup>	Buğday (Toplam) <sup>(2)</sup>	Buğday (diğer) <sup>(2)</sup>	Buğday (durum) <sup>(2)</sup>
Üretim	Ton	32 827 151	20 600 000	16 860 000	3 740 000
Ekilen alan	Ha	11 970 954	8 100 000	6 765 000	1 335 000
Üretim kayıpları	Ton	1 706 558	1 133 000	927 300	205 700
Arz=Kullanım	Ton	34 697 980	22 418 007	18 859 000	3 559 007
Arz					
Kullanılabilir üretim	Ton	31 120 593	19 467 000	15 932 700	3 534 300
İthalat	Ton	3 577 387	2 951 007	2 926 300	24 707
AB 27	Ton	443 085	147 230	132 243	14 987
Kullanım					
Yurt içi kullanım	Ton	28 361 627	16 961 236	14 466 774	2 494 462
Tüketim	Ton	15 871 417	14 494 543	12 452 439	2 042 104
Tohumluk kullanım	Ton	2 117 645	1 458 000	1 217 700	240 300
Yemlik kullanım	Ton	9 132 343	424 683	318 654	106 029
Endüstriyel kullanım	Ton	340 914	-	-	-
Kayıplar	Ton	899 308	584 010	477 981	106 029
İhracat	Ton	5 829 538	4 491 284	3 629 832	861 452
AB 27	Ton	326 650	279 128	2 656	276 472
Stok değişimi	Ton	695 161	965 487	762 394	203 093
Kişi başına tüketim	Kg	218,73	199,76	171,61	28,14
Yeterlilik derecesi	%	109,73	114,77	110,13	141,69

(1) Piyasa yılı: 1 Temmuz - 30 Haziran (2) Piyasa yılı: 1 Haziran - 31 Mayıs

**Kaynak:** TÜİK



**Çizelge 11: Dünya ve Önemli Üretici Ülkelerde Buğday Ekim Alanı (Ton/ha)**

Ülkeler	2006/07	2007/08	2008/09	2009/10	2010/11
<b>1.AB (27)</b>	24,7	25,1	26,7	25,7	25,9
<b>2.Çin</b>	24	23,1	23,4	23,6	24,3
<b>3.Hindistan</b>	26,7	28	28,2	28,4	28,5
<b>4.ABD</b>	18,9	20,6	22,5	20,2	19,3
<b>5.Rusya</b>	23	23,5	26	27,5	22,5
<b>8.Türkiye</b>	8,6	8,6	8,6	8,6	8

### 3. UN SANAYİ VE GELİŞİMİ

Ülkemizin yıllık üretim ve stok miktarları tüketimimize yetecek miktarda olmakla birlikte, mevsimsel dalgalanmalar ve kaliteli buğday arzında yaşanan sıkıntılardan dolayı özel sektörün ilave taleplerinin karşılanması amacıyla unun en önemli hammaddesi olan buğdayın ithalatı yapılmaktadır. Un ihracatında son yıllarda yaşanan olumlu gelişmeler de kaliteli buğday ithalatı ihtiyacını açıklar nitelikte görülmektedir (Çizelge 12)

**Çizelge 12: Türkiye Buğday İthalatı ve Un İhracatı (Kg)**

Çeşitler	2006	2007	2008	2009	2010
Durum Buğdayı	3.764.600	127.494.707	151.273.929	111.229.372	77.859.858
Adi Buğday	234.215.051	2.000.982.852	3.550.437.332	3.266.949.939	2.469.071.040
<b><u>Buğday Toplam</u></b>	<b>237.979.651</b>	<b>2.128.477.559</b>	<b>3.701.711.261</b>	<b>3.378.179.311</b>	<b>2.546.930.898</b>
Durum Buğday Unu	25.258	75.627	124.578	121.454	193.680
Adi ve Kızıl Buğday Unu	1.250.088.442	1.216.760.594	1.213.077.199	1.805.652.306	1.836.100.410
Mahlat Unu	1.762	56.785	76.079	92.037	549
<b><u>Un Toplam</u></b>	<b>1.250.115.462</b>	<b>1.216.893.006</b>	<b>1.213.277.856</b>	<b>1.805.865.797</b>	<b>1.836.294.639</b>

**Kaynak: TÜİK**

Dünya’da başlıca buğday üreticisi ülkeler aynı zamanda en fazla un üretimi yapan ülkeleri oluşturmaktadır. Ancak, üretimde söz sahibi olmayan, yoğun ithalat yapan bir ülke olarak Japonya, dünyanın önemli un üreticisi ve ticaretini yapan ülkeler arasında yer almaktadır. Un sektörünün stratejik önemi, ekonomik kriz anlarında daha iyi anlaşılmaktadır. 2007 – 2008



küresel ekonomik krizi gıda sektörünün önemini bir kez daha ortaya koymuştur. Un sektörü, çiftçisiyle, fırıncısıyla, yarattığı istihdamı ve tüketicisiyle birlikte milyonlarca kişinin hayatını doğrudan etkilemektedir.

Türkiye’de 700 un fabrikası aktif olarak çalışmaktadır. Bu fabrikaların bölgelerimiz itibariyle dağılımı aşağıdaki gibidir. Türkiye fiili üretimi yaklaşık 12 milyon tondur. Kapasite kullanımında dünya ortalaması % 65 iken bu oran Türkiye için % 45’tir (Çizelge 13).

**Çizelge 13: Bölgelerimize Göre Un Fabrikalarının Dağılımı**

<b>İç Anadolu Bölgesi</b>	202
<b>Karadeniz Bölgesi</b>	141
<b>Marmara Bölgesi</b>	135
<b>Güneydoğu Anadolu Bölgesi</b>	94
<b>Ege Bölgesi</b>	54
<b>Akdeniz Bölgesi</b>	46
<b>Doğu Anadolu Bölgesi</b>	28
<b>Toplam</b>	<b>700</b>

Bu verilere göre, fabrikaların % 28’si İç Anadolu Bölgesinde, % 20’si Karadeniz Bölgesinde, % 19’u Marmara Bölgesinde, % 13’ü Güneydoğu Anadolu Bölgesinde, % 7.5’u Ege Bölgesinde, % 6.4’ü Akdeniz Bölgesinde ve % 4’ü ise Doğu Anadolu Bölgesinde yer almaktadır.

İşletmelerin kuruluş yeri ve yatırım planları analiz edildiğinde, hammaddeye, pazara ve altyapıya yakınlığın önemli olduğu, ayrıca Türkiye’de buğday ekim ve üretim alanlarının bu seçimde önemli rol oynadığı anlaşılmaktadır. İşletmeler buğday alımını, her ay yaptıkları gibi sadece buğday hasadının yapıldığı dönemde de yapmaktadırlar. Alınan buğdaylar yoğun olarak piyasadan tedarik edilirken konjoktüre bağlı olarak da TMO’dan da alım gerçekleştirilmektedir. Satın alınan buğday için pazara yakınlık birinci kriter olarak gözükmektedir. Diğer bölgelerden alım veya ithalatta seçenek olarak kullanılmaktadır. Bölgelerimize göre buğday üretimi ise aşağıdaki gibidir.

Buğday üretiminin bölgelerimize dağılımına baktığımızda, 2009 yılı ile 2010 yılı arasında en belirgin değişikliğin İç Anadolu, Marmara ve Güneydoğu Anadolu bölgelerimizde yaşandığı söylenebilir. İç Anadolu Bölgesinin buğday üretimindeki payı %26’dan %34’e yükselmiştir. Buna karşılık Marmara ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerinin payları ise sırasıyla, %21’den %17’ye ve %15’ten %21’e düşmüştür (Çizelge 14).

Kalite ve fiyat kriteri esaslı, işletmeler buğday ithalatı yapmakta, yalnızca ekmeklik, özel amaçlı ya da hem ekmeklik hem de özel amaçlı üretim yapılmaktadır. Üretim genelde ekmeklik olmakta ancak diğer un mamullerinin tüketimindeki gelişmeler nedeniyle bu ürünlerin üretimine yönelik un üretimi de giderek önem arz etmektedir.<sup>1</sup> Başarılı tarım politikaları ile çiftçilerimizi



kaliteli buğday üretmeye teşvik etmemiz gerekmektedir. Sertifikalı tohumculuğun geliştirilmesi ve Türk çiftçisinde bu şuurun oluşturulması, hammaddede yaşadığımız kalite sıkıntısını ortadan kaldırmada ve dolayısıyla buğday ithalatını azaltmada en önemli unsurdur.

Tohumculuğun yanı sıra, iklimsel koşullar, fiyat dalgalanmaları, tarım işletmelerinin küçüklüğü, çok parçalı tarım arazileri, teknoloji kullanımının yetersizliği, sulanabilir alanların azlığı ve üretici örgütlenmesindeki eksiklikler hububat sektörünün önemli yapısal sorunları arasında sayılabilir.

**Çizelge 14: Bölgelere Göre Buğday Üretimi-2010**

		<b>Ekmeklik</b>	<b>Makarnalık</b>
<b>Marmara Bölgesi</b>	Miktar (Milyon Ton)	2730	6
	Pay (%)	17	0,2
<b>Ege Bölgesi</b>	Miktar (Milyon Ton)	1133	372
	Pay (%)	7	11
<b>İç Anadolu Bölgesi</b>	Miktar (Milyon Ton)	5458	803
	Pay (%)	34	23
<b>Akdeniz Bölgesi</b>	Miktar (Milyon Ton)	2106	348
	Pay (%)	13	10
<b>Doğu Anadolu Bölgesi</b>	Miktar (Milyon Ton)	1186	140
	Pay (%)	7	4
<b>Güneydoğu Anadolu Bölgesi</b>	Miktar (Milyon Ton)	1821	1590
	Pay (%)	11	46
<b>Karadeniz Bölgesi</b>	Miktar (Milyon Ton)	1177	191
	Pay (%)	11	6
<b>Toplam</b>	Miktar (Milyon Ton)	16210	3450
	Pay (%)	100	100

**Kaynak: TMO**

#### 4. SEKTÖRDE DIŞ TİCARET

Birleşmiş Milletler Gıda ve Tarım Örgütü (FAO) verilerine göre (2004 – 2007), dünya un ticareti ilk yirmi sıralaması içinde Avrupa Birliği(AB) ilk sırada yer almaktadır.



**Çizelge 15: Dünya Un Ticaretinde Ülke Payları (2010)**

Sıra	Ülke	Miktar (ton)	Değer (1000\$)	Birim Fiyat (\$/ton)
1	Türkiye	1843193	598106	324,4945
2	Arjantin	801797	276754	345,16717
3	Fransa	607072	232049	382,24296
4	Belçika	612049	230157	376,04342
5	Almanya	621373	217401	349,87198
6	ABD	319392	140393	439,5633
7	Çin	277224	117712	424,6097
8	Sri Lanka	275122	104561	380,05321
9	İngiltere	183100	102274	558,56909
10	Kanada	168973	96995	574,02662
11	Japonya	196183	66928	341,15086
12	Dominik Cumhuriyeti	111407	53170	477,25906
13	Avustralya	97989	43616	445,11119
14	Tanzanya	84904	43588	513,37982
15	Sırbistan	146167	41464	283,67552
16	Pakistan	154883	39061	252,19682
17	İtalya	63599	38179	600,30818
18	Hollanda	96295	37500	389,42832
19	Güney Afrika	60772	36537	601,21438
20	Mısır	99506	36056	362,35001

**Kaynak:** Trademap

2004–2010 yıllarına ilişkin karşılaştırmalı ihracat tablosu bu raporun Ek–2 kısmında yer almaktadır.



Fransa, Belçika, Almanya, İtalya, İspanya, İngiltere ve Hollanda ele alınan yıllar için önemli ihracatçı ülkeler arasında yer almıştır. AB'nin, ilk yirmi sıralaması içerisinde yer alan ülkeleri 2004 ve 2006 yıllarda 3.264 milyon ton, 2005 yılında 3.067 milyon ton ihracat yaparken, 2007 yılında Kazakistan ve Arjantin'in performansındaki yükseliş nedeniyle Pazar payını bir ölçüde yitirmiş ve 2.698 milyon ton'da kalmıştır. AB ülkeleri dışında, Orta Asya ve Uzak Doğu Asya'dan, Rusya, Japonya, Avustralya, Pakistan, Hindistan, Çin, Malezya ve Endonezya ilk yirmi sıralamasına girmişlerdir. Kuzey Amerika'dan ABD ve Kanada, Afrika ve Kuzey Afrika'dan ise B.A.E, Umman, Tunus, Fas ve Tanzanya dikkat çeken ülkeler arasında bulunmaktadır.

Ülkemiz ise ele alınan yıllar içinde 2005 yılında birinci, 2006 – 2007 yıllarda ikinci ve 2004 yılında da üçüncü sırada yer almıştır. Ele alınan dönem içinde sıralamalar değer üzerinden hesaplanarak, yapılmıştır. Sıralamanın, miktar olarak tekrar yapılması durumunda, 2007 yılı hariç Türkiye'nin sürekli birinci sırada yer aldığı görülecektir. Ancak, 2008–2009 yıllarındaki ihracat performansı dikkate alındığında, 2008 yılında 1.213 milyon ton ihracatı ve 617.975 bin \$'lık satış, 2009 yılında 1.806 milyon ton ihracatı ve 581.470 bin \$'lık satış potansiyeli ile Türkiye'nin ilk sıralarda yer alacağı yönündeki geçtiğimiz yılın öngörüsü gerçekleşmiştir. Bu bağlamda 2010 yılında 598.106 bin \$'a karşılık 1.843 milyon ton un ihracatı yaparak ülkemiz liderlik koltuğundaki yerini korumuştur (Çizelge 15, 16, Şekil 2).

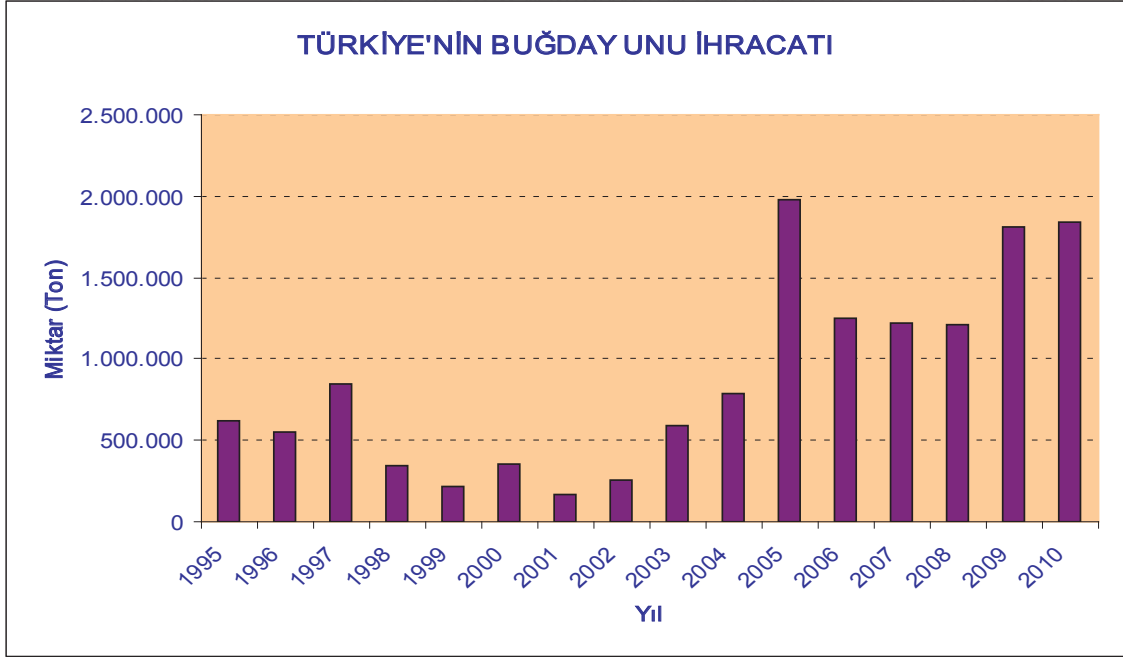
**Çizelge 16: Türkiye'nin Yıllara Göre Buğday Unu İhracatı**

Yıl	Miktar (Ton)	Değer (\$)	Birim Fiyat (\$/Ton)
1995	618.665	137.517.000	222
1996	551.355	166.808.000	303
1997	844.110	253.628.000	300
1998	345.704	253.628.000	734
1999	219.801	90.338.000	411
2000	358.062	64.681.031	181
2001	171.841	30.887.112	180
2002	253.245	47.607.578	188
2003	593.364	111.482.397	188
2004	786.054	197.487.303	251
2005	1.980.053	426.152.222	215
2006	1.250.115	272.849.665	218
2007	1.216.893	424.485.702	349
2008	1.213.277	617.975.617	509



2009	1.806.857	581.470.576	322
2010	1.836.100	596.156.518	325

Kaynak: TÜİK & Trademap



Şekil:2. Türkiye'nin Buğday Unu İhracatı

**Çizelge 17: AB Ülkeleri İle Türkiye ve Kazakistan Buğday Unu İhracat Miktarlarının Karşılaştırılması**

	AB (27) (Ton)	Türkiye & Kazakistan (Ton)
2004	3.264.606	1.334.436
2005	3.067.328	2.931.660
2006	3.264.835	2.393.989
2007	2.697.782	2.700.148
2008	2.877.106	3.012.426
2009	2.813.347	4.054.686
2010	2.825.613	1.867.561

Kaynak: Trademap

NOT: Kazakistan'ın 2010 yılı ihracat verileri henüz trademap tarafından yayınlanmamıştır.



2005 yılından itibaren, Türkiye ve Kazakistan'ın AB ülkeleri arasında yer alan yedi ülkenin ihracat potansiyeline ulaştığını ve 2006 – 2007 yıllarında geçtiğini ve Uzak Doğu Asya'da ise Çin ve Pakistan'ın ele alınan dönem zarfında istikrarını sürdüren bir pazar olarak dikkat çektiğini görmekteyiz. 2007, 2008 ve 2009 yıllarında Türkiye ve Kazakistan'ın ihraç ettikleri buğday unu miktarı 27 tane Avrupa Birliği üyesi ülkenin toplamından daha fazla etmektedir. Bu durumun en temel sebebi Türkiye'nin ihracatında son yıllarda meydana gelen ciddi artıştır. Türkiye ise iklimsel olumsuzluklar karşısında çok başarılı bir performans sergileyerek Dünya buğday ihracatında liderlik koltuğuna oturmuştur. 2011 geçici verilerine göre ise hala yerini korumaktadır (Çizelge 17).

2000 – 2011 (Haziran) yılları arasında Türkiye'nin ihraç pazarlarına baktığımızda ise Orta Doğu, Uzak Doğu Asya ve Afrika ülkelerinin ilk 50 sıralamasında yer aldığını görmekteyiz. 2004 yılında itibaren en önemli ihracat pazarımız Irak'tır. Dünya'dan ihracat şampiyonu olduğumuz 2005 yılında toplam ihracatımızın % 58'ni Irak'a yapmış bulunmaktayız. Diğer ülke grupları arasında son beş yılı dikkate aldığımızda, Endonezya, Filipinler, Sudan, Libya, İsrail, Malezya, Güney Kore, Tayland, B.A.E, Madagaskar, Gürcistan, Azerbaycan, Cezayir, Filistin, Eritre, Arnavutluk, Maldivler, Cibuti ve Küba önemli yer almaktadır.

Türkiye Dünya buğday üretiminin yaklaşık %2'sini gerçekleştiriyor ve Dünya un ihracatında 1. sırada bulunuyor. Türkiye un ihracatı her yıl artış gösteren bir grafiğe sahip. 2004 yılında ülkemizin un ihracatı geliri yaklaşık 190 milyon dolar iken bu miktar artarak 2010 yılına geldiğimizde yaklaşık 610 milyon doları bulmuş durumda. Bu yıl ise en son haziran ayı verileri göz önüne alınarak un ihracatı gelirimizin şimdiden 410 milyona ulaştığı söylenebilir. Geçtiğimiz yılın haziran ayı istatistiklerine göre Türkiye toplam 87 ülkeye ihracat yapıyordu. 2011 yılı haziran ayı itibarıyla ise 78 ülkeye ihracat yapar durumda. Bu durum da bizim geçen yıl kötü giden havalara hem çiftçimizin hem de sanayicimizin yoğun gayretleriyle elde ettiğimiz bu avantajlı konumu koruduğumuzu gösteriyor.

Türkiye başta Irak olmak üzere pek çok Asya ülkesine ve buna ek olarak da çeşitli Afrika, Amerika ve Avrupa ülkelerine ihracat yapıyor. Federasyonumuz ve Türk sanayicileri bu sayıyı artırabilmek ülkemizin adını daha pek çok ülkede duyurabilmek maksadıyla pek çok uluslar arası organizasyonda boy gösteriyor. Türkiye'nin en çok ihracat yaptığı ülkeler sıralamasında 2010 yılında da 2011 yılının şu ana kadarki kısmında da birincilik Irak'a ait. İkinci sırada ise Endonezya var ve Filipinler de üçüncü olarak Irak'ı takip ediyor. İhracat yaptığımız Avrupa ülkelerinin arasında İngiltere, Hollanda, Avusturya ve daha pek çoğu mevcut. İhracat yaptığımız Asya, Afrika ve Amerika ülkelerinden bazıları ise şöyle: Libya, Lübnan, Hindistan, Kenya, Afganistan, Ürdün, ABD, Togo, Haiti, Kamerun.

Türkiye un ihracatı geçtiğimiz yıl 1 milyon 8 yüz 9 yüz bin aralığında idi. Geçen yılın ilk 6 ayı ile bu yılın ilk 6 ayını karşılaştıracak olursak, geçen yıl 896 bin ton iken bu yıl 859 bin ton olduğunu görürüz. Miktar da az da olsa meydana gelen düşüşe rağmen ihracat gelirimizin artmış olması, Türk buğdayının kalitesinin arttığını, Türk sanayicisinin Dünyaya daha kaliteli buğday sattığını gösteriyor.

2004 – 2010 yılları arasında Türkiye'nin ihraç pazarları; Orta Doğu, Uzak Doğu Asya ve Afrika ülkelerinden oluşmaktadır. 2004 yılında itibaren en önemli ihracat pazarımız Irak'tır. Dünya'da ihracat şampiyonu olduğumuz 2005 yılında toplam ihracatımızın % 58'ni Irak'a yapmış bulunmaktayız. 2010 yılını dikkate aldığımızda Irak yine ilk sırada ve diğer ülke grupları;





Endonezya, Filipinler, Sudan, Küba, Güney Kore, Tayland, B.A.E, Madagaskar, Gambiya ihracatımızda önemli bir yer almaktadır (Şekil 18,19).

2009–2010 yılı Türkiye buğday unu ihracatı verilerinde oldukça dikkat çeken bir nokta mevcut. 2009 yılında Küba, Gine, Zimbabve ve Rusya'ya ihracatımız yokken; 2010 yılında; Küba'ya 13,2 milyon kg, Gine'ye 1,5 milyon kg, Zimbabve'ye 0,8 milyon kg ve Rusya Federasyonu'na ise 0,7 milyon kg un ihracatı yapılmış olmasıdır. Bu yıl Ocak-Mayıs döneminde ise Gine ve Zimbabve'ye sırası ile 11,2 milyon kg ve 2,5 milyon kg ihracatımız olmuştur (Şekil 18,19).

Kazakistan ve Türkiye'yi karşılaştırdığımızda; 2010 yılında miktar olarak Kazakistan'ın, 2.1 milyon ton, Türkiye'nin 1.860 milyon ton un ihracı olduğunu görüyoruz. Bu miktarlar karşılığında, Kazakistan tahmini olarak 520 milyon dolar gelir elde etmişken, Türkiye 610 milyon dolara ulaşmıştır. Bununla birlikte Kazakistan'ın ihraç pazarı incelendiğinde; Özbekistan, Tacikistan, Afganistan, Türkmenistan, Kırgızistan, Moğolistan, Azerbaycan gibi fakir, nüfus yoğunluğu fazla ve komşu yedi ülkeden oluşması dikkat çekmektedir. Türkiye ise Afrika'dan Avrupa'ya, Rusya'dan Hindistan'a kadar 100'ün üzerinde ülkeden oluşan geniş bir pazar payına sahiptir.

Türkiye 2011 yılının ilk 6 ayında, şimdiye kadar 78 ülkeye un ihraç ederek, karşılığında 410,5 milyon ABD doları gelir elde etmiştir. Bu, 859.673,6 ton una tekabül etmektedir. Türkiye; dünya ve yurt içi piyasalardaki olumsuz koşullara rağmen, geçen yıl gösterdiği çabayı ve elde ettiği başarıyı bu yıl yüksek rekolte beklentisi ile daha da artırarak kürsüdeki yerini daha da yukarılara taşımayı hedeflemektedir. Bu yılın istatistikleri de bu hedefin ne kadar yerinde olduğunu doğrular niteliktedir.

Ocak – Haziran 2010 ve Ocak – Haziran 2011 tarihleri güncel ihracat verilerinin aylık karşılaştırılmasında da gerek bölgesel pazarlar gerekse ülke sıralamasında çok büyük farklılıklar görülmektedir. İçinde bulunduğumuz yıl, Libya, İsrail ve Pakistan'ın ihracat potansiyelimiz içindeki artıştan önemli bir pay aldığını gözlemlerken, ilk dört sırayı Irak, Endonezya, Libya ve Filipinler almış bulunmaktadır. İlk altı ay karşılaştırıldığında geçen senenin aynı dönemine göre miktar bazında daha düşük bir performans sergilemiş durumda olmamıza rağmen ihracat gelirlerimizde çok ciddi bir artış gözlemlenmiştir. Şöyle ki; 2010 yılının ilk 6 ayında 896202 ton buğday unu ihracatından 257,1 milyon dolar gelir elde ettik, 2011 yılının aynı döneminde ise 859674 ton ihracata karşılık gelirimiz 410,5 milyon dolar olmuştur. Yani miktarda meydana gelen 36529 tonluk düşüşe rağmen gelirimiz 153,5 milyon dolar artarak neredeyse geçen yılın aynı döneminin 2 katına ulaşmıştır. Bu durum buğday kalitemizin yükseldiğini ve artık ülkemizden buğday unu ithalatı yapan ülkelerin de bizden daha fazla kaliteli ürün talep ettiğini gösterir. 2011/2012 rekolte artışı beklentisi ve buğday kalitesinde beklenen iyileşme 2011 yılının kalan ayları için ihracata yönelik iyimser beklentilerimizi artırmaktadır.

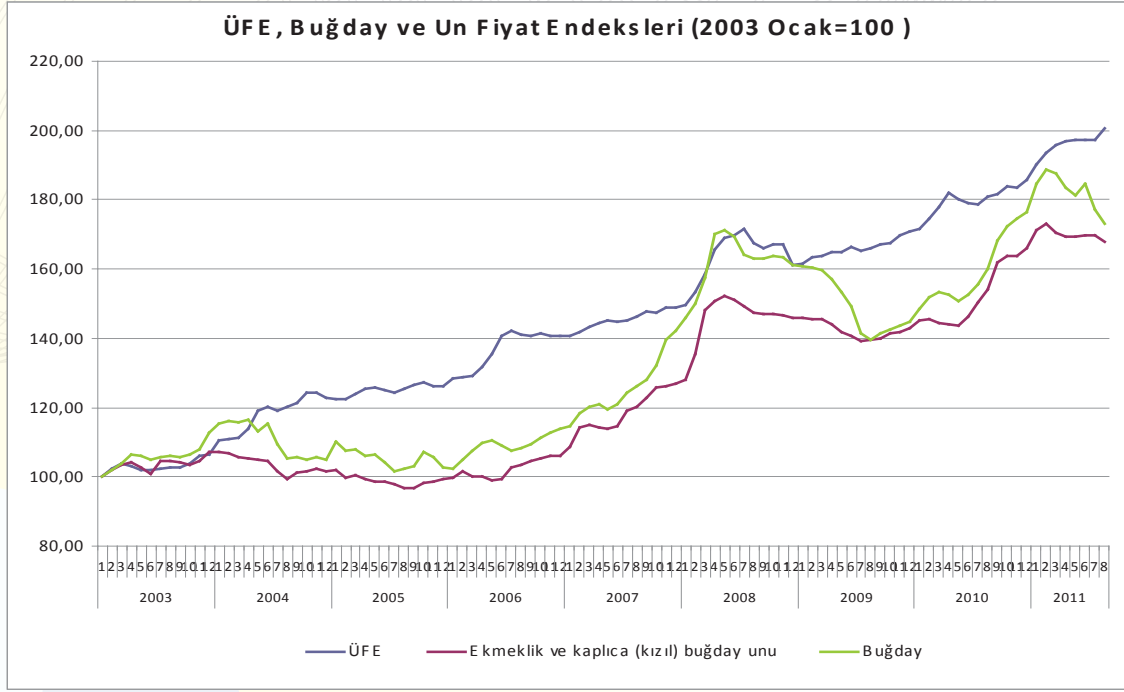
## 5. BUĞDAY, UN, ÜRETİCİ FİYATLARI VE REKABET

Un sektöründeki fiyat hareketleri, önemli ölçüde buğday fiyatlarına bağlı olarak gelişmektedir. Aylık değişim grafiğinden görüleceği üzere, özellikle buğday hasat dönemlerinden sonra piyasa fiyatlarının yükselmesi, un üretimi maliyeti içinde hammaddenin payının yüksek olması, sektördeki fiyat hareketlerinin büyük bir ölçüde buğday fiyatlarına paralel bir seyir



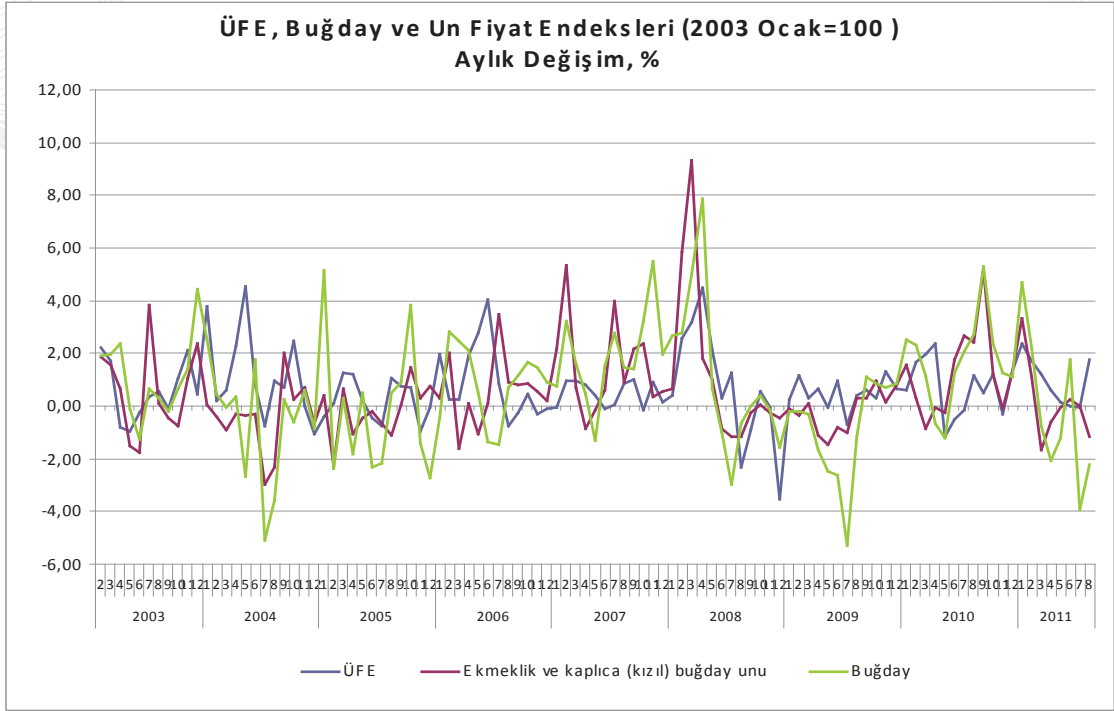
göstermesine neden olmaktadır. Bu süreçte, global ölçekte üretici fiyatları da, piyasadaki rekabet nedeniyle önemli bir rol oynamaktadır(Şekil 3,4,5).

Buğdayda taban fiyat uygulaması da sektördeki un fiyatlarının oluşmasında önemli faktörlerden biri olmaktadır.



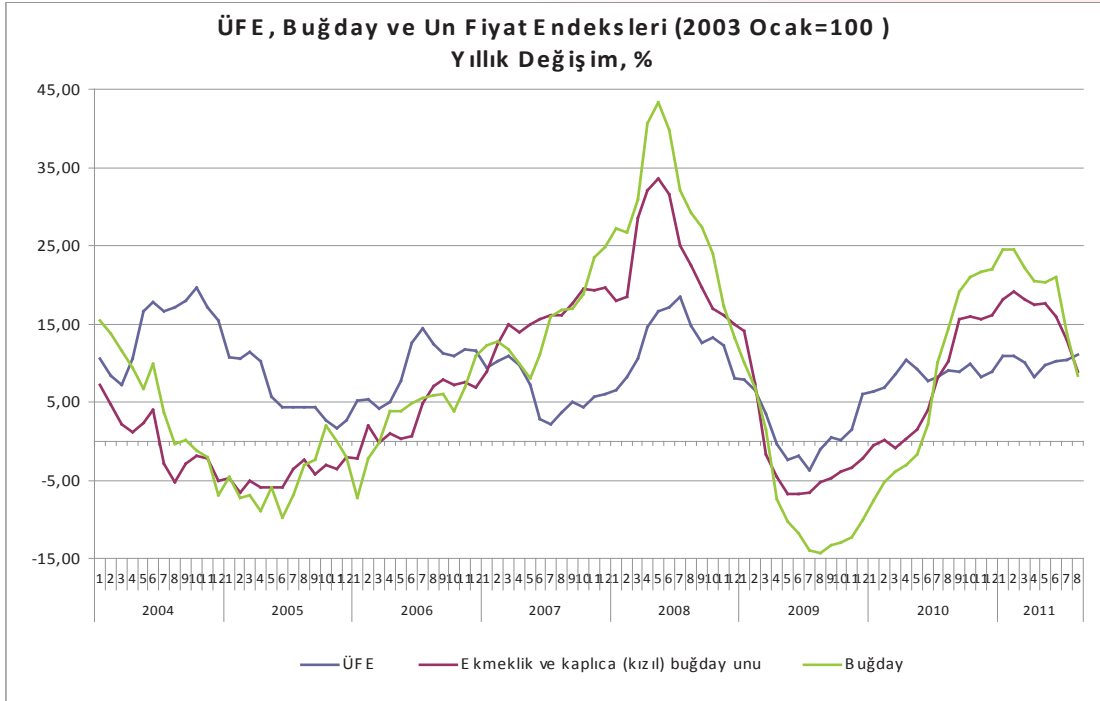
Şekil 3: ÜFE Buğday ve Un Fiyat Endeksleri

Kaynak: TÜİK



**Şekil 4: ÜFE Buğday ve Un Fiyat Endekslerinin Aylık Değişimleri**

**Kaynak: TÜİK**



**Şekil 5: ÜFE Buğday ve Un Fiyat Endekslerinin Yıllık Değişimleri**

**Kaynak: TÜİK**



Dünya buğday piyasasındaki gelişmeler çerçevesinde buğday fiyatları artışı 2011 yılında çarpıcı bir şekilde gözlemlenmiştir. Dünyadaki bu fiyat hareketi yurt içi piyasadaki buğday fiyatlarının da olumsuz seyretmesine neden olmuştur. Buna rağmen grafikten görüleceği üzere un fiyatları azalma trendine girmiş; ekme fiyat artışları ise durağan bir seyir göstermiştir.

**Çizelge 19: Dünya Ticaretinde Ülke Payları**

2004					2005				
Sıra	Ülke	Miktar (ton)	Değer (1000\$)	Birim Fiyat (\$/ton)	Sıra	Ülke	Miktar (ton)	Değer (1000\$)	Birim Fiyat (\$/ton)
1	Fransa	776447	243999	314	1	Türkiye	1999510	432041	216
2	Belçika	736090	221682	301	2	Fransa	757509	206930	273
3	Türkiye	803704	203410	253	3	Belçika	708901	194786	275
4	Almanya	570044	186591	327	4	Kazakistan	932150	142363	153
5	İtalya	429136	139450	325	5	İtalya	523855	140083	267
6	İspanya	318385	103840	326	6	Almanya	474372	131786	278
7	Kazakistan	530732	94365	178	7	Pakistan	669238	909977	136
8	Hollanda	333449	93506	280	8	Çin	349988	89315	255
9	Kanada	239489	894455	374	9	Kanada	226403	87254	385
10	Çin	310613	802242	258	10	İspanya	255119	74792	293
11	Japonya	304465	77072	253	11	Japonya	289911	72845	251
12	Avustralya	279046	76569	274	12	Avustralya	259759	69778	269
13	ABD	265183	74279	280	13	B.E.A	266786	69734	261
14	Pakistan	291772	42690	146	14	Hollanda	225173	57332	255
15	İngiltere	101055	39035	386	15	ABD	191987	56319	293
16	Rusya	13542	34787	257	16	İngiltere	122399	48968	400
17	B.A.E	140432	29338	209	17	Rusya	233423	43659	187
18	Hindistan	130162	28843	222	18	Umman	92344	24043	26
19	Umman	90094	24899	276	19	Tunus	73068	22768	312
20	Malezya	57354	17848	311	20	Endonezya	102152	19684	193

Kaynak: FAO



TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ  
MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

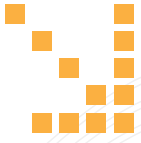
2006					2007				
Sıra	Ülke	Miktar (ton)	Değer (1000\$)	Birim Fiyat (\$/ton)	Sıra	Ülke	Miktar (ton)	Değer (1000\$)	Birim Fiyat (\$/ton)
1	Fransa	792651	229700	290	1	Kazakistan	1454672	339224	233
2	Türkiye	1271513	224162	176	2	Türkiye	1245476	321011	258
3	Belçika	694037	195378	282	3	Fransa	766436	312337	408
4	Kazakistan	1122476	175352	154	4	Belçika	743155	290261	391
5	Almanya	570508	157979	277	5	Arjantin	887046	254605	287
6	İtalya	555057	140986	254	6	Almanya	565929	221733	392
7	Çin	401723	100181	249	7	Çin	743009	214329	288
8	Pakistan	472296	97216	20	8	ABD	356159	135631	381
9	Kanada	245980	95171	387	9	Pakistan	517782	110234	213
10	Hollanda	293895	81168	276	10	Kanada	224126	106137	474
11	Avustralya	242183	69841	288	11	Rusya	277579	94294	340
12	Japonya	290033	67899	234	12	İspanya	205779	82089	399
13	İspanya	229597	64927	283	13	İtalya	181933	82055	451
14	ABD	184854	58349	316	14	Avustralya	212644	80942	381
15	İngiltere	129090	46908	363	15	İngiltere	145818	73200	502
16	Rusya	191393	44754	234	16	Japonya	255377	65644	257
17	Sri Lanka	156799	39574	252	17	Sırbistan	145730	51853	356
18	Arjantin	163447	38784	237	18	Fas	105080	43824	417
19	B.A.E	111473	29671	266	19	Hollanda	88732	41333	466
20	Fas	83417	23837	286	20	Tanzanya	89691	41055	458

Kaynak: FAO



2008					2009				
Sıra	Ülke	Miktar (ton)	Değer (1000\$)	Birim Fiyat (\$/ton)	Sıra	Ülke	Miktar (ton)	Değer (1000\$)	Birim Fiyat (\$/ton)
1	Kazakistan	1800489	849228	471,6652	1	Türkiye	1806858	581471	321,81334
2	Türkiye	1211937	617572	509,57434	2	Kazakistan	2247828	574450	255,55781
3	Arjantin	986370	435499	441,51688	3	Arjantin	950499	294838	310,19286
4	Belçika	699345	386580	552,77438	4	Fransa	653807	259418	396,7807
5	Fransa	678551	359897	530,39049	5	Belçika	622389	249577	400,99841
6	Almanya	523131	295991	565,80665	6	Almanya	544270	222727	409,22153
7	Rusya	448064	197579	440,96156	7	ABD	268662	132282	492,37332
8	ABD	368527	137254	372,43947	8	Rusya	386244	121495	314,55505
9	Kanada	357744	133239	372,44231	9	Kanada	153522	98872	644,02496
10	BAE	188006	121337	645,38898	10	İngiltere	174121	98035	563,02801
11	Ukrayna	260098	118973	457,41605	11	Çin	236627	96003	405,71448
12	Avustralya	192005	108768	566,48525	12	Japonya	185410	58380	314,86975
13	İngiltere	130279	102131	783,94062	13	Hollanda	92123	52221	566,8617
14	İspanya	157610	85146	540,23222	14	Avustralya	94187	44813	475,78753
15	Hollanda	157164	82255	523,37049	15	Sırbistan	155300	42212	271,8094
16	Japonya	187060	80317	429,36491	16	Macaristan	120993	39757	328,58926
17	Çin	183887	77368	420,73665	17	İspanya	106067	39689	374,18801
18	Suriye	155527	73784	474,4128	18	Sri Lanka	92963	39575	425,707

Kaynak: FAO Kaynak: Trademap



2010				
Sıra	Ülke	Miktar (ton)	Değer (1000\$)	Birim Fiyat (\$/ton)
1	Türkiye	1843193	598106	324,4945
2	Arjantin	801797	276754	345,16717
3	Fransa	607072	232049	382,24296
4	Belçika	612049	230157	376,04342
5	Almanya	621373	217401	349,87198
6	ABD	319392	140393	439,5633
7	Çin	277224	117712	424,6097
8	Sri Lanka	275122	104561	380,05321
9	İngiltere	183100	102274	558,56909
10	Kanada	168973	96995	574,02662
11	Japonya	196183	66928	341,15086
12	Dominik Cumhuriyeti	111407	53170	477,25906
13	Avustralya	97989	43616	445,11119
14	Tanzanya	84904	43588	513,37982
15	Sırbistan	146167	41464	283,67552
16	Pakistan	154883	39061	252,19682
17	İtalya	63599	38179	600,30818
18	Hollanda	96295	37500	389,42832
19	Güney Afrika	60772	36537	601,21438
20	Mısır	99506	36056	362,35001

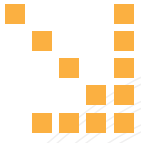
Kaynak: Trademap



**Çizelge 20: Ülkelere Göre Buğday Unu İhracatımız**

2001			2002		
Ülke	Miktar (kg)	Değer (\$)	Ülke	Miktar (kg)	Değer (\$)
<b>Genel Toplam</b>	<b>171.675.282</b>	<b>30.826.876</b>	<b>Genel Toplam</b>	<b>253.092.924</b>	<b>47.559.918</b>
İsrail	33.973.150	5.958.932	İsrail	48.236.520	9.350.721
Azerbeycan	30.117.878	5.594.777	Eritre	51.005.000	8.452.775
Kes.Ülke ve Böl.	22.078.030	4.330.644	Azerbeycan	30.963.483	6.019.247
Eritre	21.050.000	3.313.324	Libya	17.271.750	4.428.615
Antartika	14.400.000	2.477.250	Endonezya	17.421.500	3.206.344
Endonezya	11.014.000	2.137.092	Arnavutluk	13.779.950	2.550.518
Arnavutluk	10.943.840	1.907.675	Madagaskar	11.726.000	2.000.327
Gürcistan	10.166.680	1.808.157	Kes.Ülke ve Böl.	9.735.953	1.902.745
B.A.E.	4.200.000	642.600	Cezayir	9.375.060	1.642.094
Lübnan	2.872.500	523.785	Ürdün	8.711.560	1.612.615
Angola	2.220.000	460.180	Antartika	7.740.000	1.393.200
Ürdün	1.380.000	282.900	Lübnan	5.242.600	989.753
Singapur	1.461.000	271.706	Gürcistan	4.097.520	725.839
K.K.Türk.Cum.	1.033.649	241.314	Suriye	4.020.000	717.256
Etiyopya	1.025.000	158.875	Filistin	2.420.500	409.006
Suriye	900.000	148.500	Cibuti	1.734.000	322.550
Bolivya	700.000	140.000	Gana	1.753.000	285.801
Namibya	594.000	134.244	K.K.Türk.Cum.	726.798	225.436
Ukrayna	390.000	62.400	Mısır	1.500.000	217.500
Filistin	216.000	38.880	Somali	1.000.000	198.536
Güney Kore	200.000	38.180	Yemen	852.000	167.244
Malezya	154.250	36.736	Küba	880.000	167.200
Sırbistan-Karadağ	111.000	17.010	Singapur	770.600	152.245





## TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

Makedonya	83.525	13.739		Honduras	440.000	86.240
Moldova	34.452	13.636		Angola	225.000	54.500
Tanzanya	44.000	10.120		Brezilya	242.000	45.012
Rusya Federasyonu	51.655	9.925		Tayland	242.000	41.514
İngiltere	26.780	9.251		Malezya	198.000	36.687
Ege Serbest Bölge	41.356	7.828		Malavi	220.000	35.695
Benin	42.000	7.560		Filipinler	220.000	32.560
Almanya	29.600	7.072		Mozambik	110.000	20.460
İran	42.000	6.397		Türkmenistan	58.194	15.438
Bulgaristan	40.000	6.000		Ege Serbest Bölge	73.000	14.776
Belçika-Lüksemburg	10.330	4.728		İngiltere	15.105	9.464
Tayland	22.000	4.224		Yunanistan	22.600	5.876
A.B.D.	1.080	397		Senegal	23.000	5.290
Bosna-Hersek	1.000	330		Kongo	5.000	4.385
Kazakistan	3.750	278		Almanya	5.514	3.222
Hong Kong	547	150		Norveç	6.120	2.008
Hollanda	150	54		Rusya Federasyonu	3.500	1.735
Yunanistan	50	16		Belçika	985	1.556
Malta	30	10		Makedonya	3.000	1.297
Fransa	0	0		A.B.D.	2.592	1.016
				Slovakya	4.000	1.000
				Romanya	2.000	1.000
				Afganistan	5.000	765
				Avustralya	800	288
				B.A.E.	1.000	250
				Kazakistan	500	196
				Özbekistan	220	121



### ÜLKELERE GÖRE BUĞDAY UNU İHRACATIMIZ

2001			2002		
Ülke	Miktar (kg)	Değer (\$)	Ülke	Miktar (kg)	Değer (\$)
<b>Genel Toplam</b>	<b>171.675.282</b>	<b>30.826.876</b>	<b>Genel Toplam</b>	<b>253.092.924</b>	<b>47.559.918</b>
			Fransa	0	0
2003			2004		
Ülke	Miktar (kg)	Değer (\$)	Ülke	Miktar (kg)	Değer (\$)
<b>Genel Toplam</b>	<b>593.169.006</b>	<b>111.405.222</b>	<b>Genel Toplam</b>	<b>786.016.683</b>	<b>197.464.316</b>
Libya	105.562.370	31.240.972	Irak	198.040.565	53.628.368
Kes.Ülke ve Böl.	114.540.644	14.625.761	Libya	88.332.750	27.611.424
İsrail	61.369.870	10.721.551	Gürcistan	92.212.533	20.021.915
Eritre	50.766.000	8.738.000	İsrail	65.793.850	16.265.933
Irak	45.855.696	6.869.126	Bulgaristan	50.601.925	13.050.154
Endonezya	28.028.000	4.784.113	Eritre	56.648.250	12.847.997
Azerbaycan	25.085.912	4.725.247	Azerbaycan	31.877.393	8.244.379
Arnavutluk	21.467.320	4.117.563	Endonezya	28.259.000	6.399.865
Venezuela	21.000.000	3.801.000	Arnavutluk	26.676.500	5.999.338
Gürcistan	17.282.200	3.154.164	Sırbistan-Karadağ	19.382.827	4.654.470
Ürdün	10.392.220	1.890.921	Gambiya	19.740.000	4.503.070
Gambiya	9.103.375	1.634.457	Cezayir	17.826.000	3.813.758
Yemen	8.800.000	1.555.136	Ürdün	13.165.590	3.021.795
Sırbistan-Karadağ	7.000.000	1.240.400	Suriye	13.388.620	2.535.490
Sierra Leone	6.493.284	1.172.893	Sierra Leone	7.512.544	1.742.247
Malavi	5.940.750	1.024.576	Romanya	5.348.000	1.412.478
Güney Afrika	5.992.720	935.588	K.K.Türk.Cum.	5.274.442	1.322.636
Moldova	4.473.800	868.618	Makedonya	5.197.000	1.258.325
Madagaskar	5.420.000	844.558	Moldova	4.849.500	1.152.094



## TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

Lübnan	4.630.350	816.590	Lübnan	3.842.250	976.079
K.K.Türk.Cum.	3.384.476	815.648	Filistin	4.343.520	960.594
Gana	5.275.740	784.020	Malavi	4.218.000	860.350
Liberya	2.625.000	761.730	Rusya Federasyonu	3.185.000	746.045
Haiti	2.970.000	619.547	Gana	3.821.750	716.106
Suriye	3.511.480	579.058	Suudi Arabistan	2.346.000	700.044
Filistin	2.995.000	528.900	Sri Lanka	3.096.000	464.400
Bulgaristan	2.366.000	487.578	Ukrayna	1.479.000	404.670
Angola	2.816.000	470.677	Haiti	1.202.000	284.563
Sri Lanka	1.320.000	191.400	Çad	880.000	207.605
Honduras	880.000	154.996	Cibuti	882.000	176.265
Malezya	528.000	142.736	Moritanya	500.000	147.806
Suudi Arabistan	442.800	118.068	Güney Kore	602.000	143.533
Filipinler	748.000	116.433	Mısır	750.000	138.750
Mersin Serbest Bölge	418.020	94.055	Filipinler	660.000	138.557
Güney Kore	400.000	88.528	Angola	428.000	100.582
İran	400.000	85.009	Yemen	500.000	87.050
Rusya Federasyonu	380.000	75.244	Madagaskar	427.000	80.030
Romanya	350.000	65.000	İngiltere	99.860	60.203
Brezilya	312.000	55.552	Kongo	240.000	57.600
İngiltere	90.633	50.200	İsviçre	212.600	55.912
Çad	264.000	47.564	Kenya	258.000	55.470
Avustralya	228.700	41.339	Uganda	258.000	54.438
Makedonya	122.500	33.070	Gine	220.000	48.400
Mayotte	176.000	32.975	B.A.E.	275.000	45.917
B.A.E.	162.000	27.800	Bosna-Hersek	150.000	36.677
Bosna-Hersek	125.000	26.405	Kamerun	110.000	27.401



**ÜLKELERE GÖRE BUĞDAY UNU İHRACATIMIZ**

Ülke	2003		Ülke	2004	
	Miktar (kg)	Değer (\$)		Miktar (kg)	Değer (\$)
<b>Genel Toplam</b>	<b>593.169.006</b>	<b>111.405.222</b>	<b>Genel Toplam</b>	<b>786.016.683</b>	<b>197.464.316</b>
Ege Serbest Bölge	93.080	20.591	Mali	88.000	23.576
Surinam	108.000	20.101	Türkmenistan	75.000	23.422
Tayland	107.550	20.017	Senegal	110.000	22.500
Türkmenistan	43.500	16.339	Tanzanya	104.450	21.600
A.B.D.	25.200	9.700	Togo	120.000	18.000
Mali	44.000	8.066	Güney Afrika	120.000	18.000
Trinidad ve Tobago	41.280	7.373	Ege Serbest Bölge	31.375	14.094
Kongo	44.000	7.031	Mozambik	64.500	13.223
Tanzanya	44.000	7.031	Benin	44.000	10.960
Hollanda	22.000	7.015	Ekvator	47.000	9.530
Maritus	44.000	6.512	Malezya	44.000	8.768
Belçika	15.215	5.151	Belçika	19.606	5.731
Kamerun	20.000	3.476	A.B.D.	10.095	5.156
Gine	6.850	3.075	Özbekistan	3.450	2.432
Etiyopya	5.025	2.437	Afganistan	3.250	1.889
Almanya	4.200	1.994	Tacikistan	11.000	1.560
Bursa S.Bölge	2.016	1.867	Kazakistan	3.532	890
Özbekistan	1.200	1.282	Almanya	2.100	813
Fransa	800	508	Danimarka	1.000	516
Tacikistan	500	318	Fransa	116	403
Kanada	480	295	Kanada	640	317
Kazakistan	250	277	Yunanistan	300	153



## TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

2005			2006		
Ülke	Miktar (kg)	Değer (\$)	Ülke	Miktar (kg)	Değer (\$)
<b>Genel Toplam</b>	<b>1.978.903.746</b>	<b>425.870.020</b>	<b>Genel Toplam</b>	<b>1.250.088.442</b>	<b>272.833.038</b>
Irak	1.147.015.870	240.662.527	Irak	531.175.809	116.680.517
Libya	228.853.350	61.087.653	Libya	179.877.650	43.403.853
Sri Lanka	154.472.829	28.288.512	Endonezya	74.380.350	15.704.025
Pakistan	50.000.000	20.705.237	İsrail	55.240.602	11.103.150
Gürcistan	57.221.851	10.324.812	Eritre	55.200.000	10.927.700
Endonezya	49.296.000	9.187.728	Gambiya	35.119.750	7.411.957
Eritre	46.546.000	8.791.015	Azerbeycan	27.271.626	5.968.950
Azerbeycan	26.031.371	5.474.611	Gine	25.697.299	5.653.649
İsrail	31.144.340	5.285.300	Arnavutluk	24.464.650	4.883.734
Angola	22.018.500	4.910.507	Gürcistan	20.280.251	4.084.495
Arnavutluk	22.271.610	3.996.463	Madagaskar	18.217.550	3.962.209
Gambiya	17.130.000	3.217.135	Tanzanya	18.151.100	3.317.428
Madagaskar	17.023.750	3.153.424	Filistin	9.695.060	2.966.780
Cezayir	13.705.000	2.323.513	Cezayir	16.128.750	2.937.170
Tanzanya	10.063.920	2.073.494	Sudan	11.618.000	2.395.289
K.K.Türk.Cum.	6.573.783	1.403.642	Suriye	9.734.150	2.007.814
Mozambik	7.708.500	1.350.361	Yemen	6.696.300	1.834.786
Gine	6.382.000	1.294.361	Angola	10.368.900	1.816.570
Cibuti	5.586.500	1.036.331	Sierra Leone	6.989.719	1.720.730
Suriye	5.765.000	929.623	Gana	7.837.000	1.659.590
Mısır	6.123.000	906.384	Cibuti	7.669.750	1.581.008
Malavi	4.133.000	760.155	Filipinler	7.837.600	1.523.407

### ÜLKELERE GÖRE BUĞDAY UNU İHRACATIMIZ

2005			2006		
Ülke	Miktar (kg)	Değer (\$)	Ülke	Miktar (kg)	Değer (\$)
<b>Genel Toplam</b>	<b>1.978.903.746</b>	<b>425.870.020</b>	<b>Genel Toplam</b>	<b>1.250.088.442</b>	<b>272.833.038</b>
Gana	3.272.350	660.118	K.K.Türk.Cum.	5.612.753	1.367.807
Sudan	3.864.000	656.283	Tayland	6.461.289	1.345.487
Güney Kore	2.558.000	633.267	Sri Lanka	7.361.250	1.333.872

TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ  
TÜRKİYE GIDA SANAYİ VE TÜRKİYE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ



Ürdün	3.201.400	629.357	Mozambik	6.274.750	1.261.452
Suudi Arabistan	2.304.600	627.531	Lübnan	6.998.250	1.244.574
Rusya Federasyonu	3.272.500	574.148	Singapur	5.729.000	1.111.010
Yemen	2.500.000	552.250	Güney Afrika	5.059.500	1.095.577
B.A.E.	3.055.750	544.023	Güney Kore	4.027.000	1.005.482
Çad	2.267.000	409.067	B.A.E.	5.363.500	998.882
Filipinler	1.783.600	351.425	Kamerun	4.374.000	949.471
Burkina Faso	1.867.500	324.563	Hindistan	3.990.000	871.616
Singapur	1.164.000	213.149	Ürdün	3.582.024	809.642
Doğu Timor	1.126.307	211.922	Suudi Arabistan	2.685.000	749.261
Tayland	1.054.000	196.708	Rusya Federasyonu	3.100.000	658.500
İsviçre	1.153.620	182.640	Hong Kong	1.790.985	436.438
Kamerun	979.000	178.127	Togo	1.446.000	307.629
Somali	977.500	172.894	Kenya	1.615.200	306.501
Bosna-Hersek	124.465	172.715	Malezya	1.481.000	300.923
Malezya	765.000	145.609	Malavi	1.400.000	300.888
Filistin	605.520	121.815	Kes. Ülke ve Böl.	870.000	297.393
Samsun Serb. Bölge	506.000	93.610	Doğu Timor	1.296.000	277.691
Tayvan	516.000	93.432	Senegal	845.500	228.968
Togo	484.000	92.144	Maldivler	1.165.600	227.723
Haiti	420.000	84.000	Kuzey Kore	1.312.000	215.168
Maldivler	528.000	83.424	Burkina Faso	831.000	170.331
Moğolistan	456.000	81.939	Komorolar	636.000	150.028
Moritanya	580.500	81.851	Çad	664.500	136.237
Hong Kong	424.902	80.152	İngiltere	199.242	110.736
Afganistan	282.400	61.113	Orta Afrika Cumhuriyeti	453.700	97.267
Vietnam	259.500	50.015	Mersin Serbest Bölge	406.770	95.563
Makedonya	287.297	49.763	Nijer	460.000	95.448
İngiltere	80.860	40.385	Gabon	250.200	67.843
Şeyseller	176.000	34.320	Haiti	304.000	67.298
Senegal	151.067	29.554	Benin	226.000	50.465



## TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

Zaire(Kongo Dem. Cum.)	109.520	26.300	Bosna-Hersek	50.123	47.317
Komorolar	133.000	25.713	Pakistan	120.000	44.095
Sırbistan-Karadağ	119.000	22.910	Şeyseller	216.000	43.632
Panama	106.171	21.128	Kongo	207.500	42.768
Ege Serbest Bölge	26.925	14.384	Ekvator Ginesi	157.500	30.375
Belçika	22.857	11.803	Avustralya	60.000	29.328
Kongo	44.000	11.000	Gine Bissau	132.000	28.380
Güney Afrika	46.000	9.880	Sao Tome ve Prin.	137.750	26.861
Bulgaristan	42.518	9.237	Moğolistan	164.000	26.361
Ekvator Ginesi	44.000	7.652	Etiyopya	129.000	25.542
Yunanistan	32.550	7.204	Bulgaristan	100.750	23.357
A.B.D.	14.800	6.645	Ege Serbest Bölge	57.454	22.076
Gabon	21.820	5.952	Maritus	110.000	22.000
Trakya Serbest Bölge	10.000	4.200	Panama	89.812	18.142

### ÜLKELERE GÖRE BUĞDAY UNU İHRACATIMIZ

Ülke	2005		Ülke	2006	
	Miktar (kg)	Değer (\$)		Miktar (kg)	Değer (\$)
<b>Genel Toplam</b>	<b>1.978.903.746</b>	<b>425.870.020</b>	<b>Genel Toplam</b>	<b>1.250.088.442</b>	<b>272.833.038</b>
Almanya	970	2.570	Umman	88.000	18.016
Romanya	3.200	1.604	İran	90.000	17.100
Kazakistan	1.923	1.500	Belçika	13.852	12.102
Türkmenistan	2.000	1.180	A.B.D.	17.390	8.841
Mersin Serbest Bölge	2.000	1.136	Mısır	41.000	8.604
Moldova	1.000	593	Liberya	45.000	7.920
Kırgızistan	1.000	421	Afganistan	3.450	7.430
Katar	1.200	342	ABD Virjin Adaları	20.000	6.600
Özbekistan	1.330	315	Ruanda	23.000	4.370
Umman	1.150	250	Kolombiya	20.000	4.000
Nijerya	0	0	Yunanistan	18.850	3.982
Fransa	0	0	Mali	22.000	3.929
			Almanya	11.052	3.011

TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ  
TÜRKİYE GIDA SANAYİ VE TÜRKİYE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ



Bursa S.Bölge	6.100	2.958
Türkmenistan	4.700	2.256
Moldova	2.410	1.438
Romanya	1.500	716
Arjantin	1.160	603
Japonya	640	317
Özbekistan	420	297
İspanya	150	210
Hollanda	2.000	122
Fransa	0	0

2007

2008

Ülke	Miktar (kg)	Değer (\$)
<b>Genel Toplam</b>	<b>1.216.760.594</b>	<b>424.398.825</b>
Irak	481.312.484	158.026.283
Libya	213.349.050	95.012.415
Endonezya	162.452.650	47.254.465
Eritre	49.240.000	15.410.980
Gambiya	35.392.600	11.560.625
İsrail	35.464.490	11.066.092
Küba	26.333.800	10.844.057
Maritus	17.003.000	8.977.462
Azerbeycan	20.014.640	7.041.656
Gine	16.869.500	5.838.455
Filistin	14.404.260	4.800.809
Tanzanya	10.632.000	3.952.327
Arnavutluk	12.346.700	3.887.355
Cezayir	8.058.000	3.337.963
Sudan	10.364.000	3.300.711
Cibuti	9.746.700	3.261.276
Gürcistan	8.533.776	2.895.295
Madagaskar	7.300.500	2.207.855
Sierra Leone	6.500.000	2.010.000

Ülke	Miktar (kg)	Değer (\$)
<b>Genel Toplam</b>	<b>1.213.077.199</b>	<b>617.825.496</b>
Irak	442.330.022	230.571.592
Endonezya	248.742.650	118.862.023
Libya	171.764.100	99.834.630
Sudan	66.893.450	34.045.773
İsrail	43.603.842	19.736.936
Filipinler	30.577.000	13.088.117
Angola	22.524.000	10.831.907
Tayland	18.290.142	9.037.598
B.A.E.	17.255.700	8.707.747
Gürcistan	18.683.506	7.711.890
Azerbeycan	9.007.840	5.423.039
Cibuti	11.560.311	5.358.289
Cezayir	11.101.500	5.014.441
Somali	9.942.154	4.787.852
Gambiya	7.791.000	3.571.670
Suriye	6.899.504	3.567.756
Arnavutluk	7.492.750	3.250.168
Suudi Arabistan	4.276.500	2.856.829
Çad	5.952.000	2.557.376





## TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

Lübnan	5.350.000	1.995.000	Tanzanya	4.695.000	2.341.150
K.K.Türk.Cum.	4.441.814	1.823.276	Sierra Leone	4.358.192	2.301.335
Çad	5.631.000	1.790.345	Maritus	4.287.408	2.255.044

### ÜLKELERE GÖRE BUĞDAY UNU İHRACATIMIZ

2007			2008		
Ülke	Miktar (kg)	Değer (\$)	Ülke	Miktar (kg)	Değer (\$)
<b>Genel Toplam</b>	<b>1.216.760.594</b>	<b>424.398.825</b>	<b>Genel Toplam</b>	<b>1.213.077.199</b>	<b>617.825.496</b>
Gana	5.120.000	1.755.322	Eritre	4.390.000	2.079.686
B.A.E.	4.050.975	1.750.117	Filistin	3.874.200	1.887.878
Kenya	6.809.000	1.741.305	K.K.Türk.Cum.	3.099.389	1.882.205
Suriye	5.565.000	1.535.718	Gana	3.970.900	1.807.013
Suudi Arabistan	2.904.000	1.238.098	Kenya	3.401.500	1.655.419
Yemen	3.903.250	1.069.491	Güney Kore	3.260.660	1.575.744
Güney Kore	2.998.940	893.675	Malezya	3.371.760	1.555.547
Kamerun	3.070.500	887.427	Ürdün	2.841.000	1.378.412
Mozambik	1.957.000	668.330	Gine	2.156.500	1.099.602
Kuzey Kore	2.333.300	592.658	Mozambik	1.889.000	1.027.224
Maldivler	2.044.800	572.544	Singapur	2.206.500	980.806
Hindistan	1.517.000	553.670	A.B.D.	1.601.868	929.158
Tayland	2.155.569	535.170	Kamerun	1.386.000	688.365
Senegal	1.282.500	489.036	Kamboçya	840.000	401.455
Togo	1.126.000	460.523	Yemen	718.000	320.264
Avustralya	886.000	365.104	Letonya	1.161.000	318.114
Komorolar	722.500	305.743	Hindistan	940.000	296.100
Sri Lanka	1.070.000	262.150	Togo	583.200	275.293
Kosova	381.304	228.795	Avustralya	339.000	264.220
Malezya	806.000	221.784	Komorolar	429.800	257.212
A.B.D.	360.109	217.080	Benin	381.000	186.985
Singapur	595.000	188.104	İngiltere	218.887	186.589
Moldova	147.000	165.755	Fildişi Kıyısı	239.000	140.150
İngiltere	359.165	165.375	Katar	202.000	118.936
Haiti	527.000	137.106	Umman	228.910	111.708

TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ  
TÜRKİYE GIDA SANAYİ VE TÜRKİYE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ



Rusya Federasyonu	450.000	123.750	Madagaskar	240.000	108.000
Filipinler	503.500	118.468	Rusya Federasyonu	300.000	100.500
Ürdün	274.600	114.340	İspanya	120.000	71.064
Ege Serbest Bölge	156.702	85.698	Ekvator Ginesi	88.000	51.700
Benin	266.000	79.145	Mayotte	86.360	51.460
Malavi	263.000	77.345	Lübnan	84.355	50.802
Fransa	230.300	70.665	Kosova	100.000	43.400
Angola	166.196	69.822	Japonya	66.000	40.040
Bulgaristan	200.000	68.800	Bosna-Hersek	19.750	29.698
Ekvator Ginesi	152.000	55.021	Yunanistan	43.950	25.384
Nijer	129.000	40.635	Belçika	25.324	23.131
Orta Afrika Cumhuriyeti	138.000	38.902	Hong Kong	23.000	18.190
Mersin Serbest Bölge	100.650	34.837	Ege Serbest Bölge	17.846	14.172
Etiyopya	80.000	26.800	İran	44.000	12.500
Yunanistan	56.500	21.487	Güney Afrika	18.000	9.360
Sao Tome ve Prin.	69.000	18.975	Türkmenistan	8.845	8.273
Afganistan	20.000	17.127	Gabon	7.500	5.330
Bursa S.Bölge	21.650	13.932	Almanya	4.153	3.832
Belçika	12.800	8.314	Afganistan	3.550	3.794
Zaire(Kongo Dem. Cum.)	18.000	6.392	Yeni Zelanda	2.225	3.546
Gabon	9.240	4.531	Kazakistan	2.000	2.260
Türkmenistan	2.000	2.989	Bursa S.Bölge	2.500	1.967
İsviçre	4.450	2.108	Sirbistan	2.500	1.480

ÜLKELERE GÖRE BUĞDAY UNU İHRACATIMIZ

Ülke	2007		Ülke	2008	
	Miktar (kg)	Değer (\$)		Miktar (kg)	Değer (\$)
<b>Genel Toplam</b>	<b>1.216.760.594</b>	<b>424.398.825</b>	<b>Genel Toplam</b>	<b>1.213.077.199</b>	<b>617.825.496</b>
Almanya	652	1.704	Avusturya	1.064	1.352
Kocaeli Serb.Bölge	1.600	1.036	Bulgaristan	1.000	1.273
Danimarka	1.000	585	İtalya	2.000	1.161
Hollanda	772	322	Danimarka	992	957



## TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

Fiji	106	313
Japonya	0	0

Nijerya	390	807
Tacikistan	750	715
Romanya	1.000	696
Mersin Serbest Bölge	750	584
Fransa	470	466
Kanada	280	355

Ülke	2009	
	Miktar (kg)	Değer (\$)
<b>Genel Toplam</b>	<b>1.805.652.306</b>	<b>580.904.540</b>
Irak	789.607.198	279.403.700
Endonezya	443.103.685	123.436.545
Filipinler	103.518.300	30.042.537
Sudan	67.628.200	20.972.727
Libya	48.998.842	19.259.331
İsrail	54.155.360	14.342.621
Angola	28.690.600	9.834.488
Tayland	29.662.745	9.808.518
Güney Kore	19.533.695	6.642.511
B.A.E.	19.563.030	5.857.770
Gambiya	20.340.650	5.771.659
Filistin	13.419.733	5.055.568
Ürdün	17.741.000	4.874.815
Madagaskar	14.811.000	4.298.645
Maldivler	11.672.400	3.820.509
Cibuti	12.921.950	3.594.167
Malezya	11.294.591	3.353.038
Tanzanya	11.244.900	3.280.531
Gürcistan	9.968.626	2.823.681
Singapur	8.626.000	2.489.363
Umman	8.226.500	2.479.363
Gana	7.424.000	2.251.961

Ülke	2010	
	Miktar (kg)	Değer (\$)
<b>Genel Toplam</b>	<b>1.836.100.410</b>	<b>596.156.518</b>
Irak	818.454.487	295.468.609
Endonezya	462.005.709	131.270.145
Filipinler	100.128.805	27.716.328
Sudan	36.459.450	11.779.234
Tayland	36.673.835	11.652.873
Gambiya	35.517.750	10.228.980
Madagaskar	32.403.000	9.375.729
B.A.E.	28.716.626	8.794.496
Küba	25.300.000	6.810.100
Güney Kore	18.255.720	6.391.164
İsrail	18.928.704	5.669.962
Filistin	17.213.500	5.568.641
Yemen	20.976.000	5.353.805
Haiti	15.253.880	5.063.542
Mozambik	15.895.000	5.054.980
Gana	17.285.000	4.829.887
Pakistan	4.136.536	4.653.097
Cibuti	14.796.100	4.149.827
Malezya	12.421.653	3.108.666
Tanzanya	10.618.500	3.023.434
Gine	7.686.900	2.885.111
Kenya	11.033.000	2.693.005

TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ  
TÜRKİYE GIDA SANAYİ VE TÜRKİYE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ



Suudi Arabistan	4.549.000	2.023.979	Maldivler	8.135.100	2.633.178
Lübnan	6.742.536	1.949.063	Singapur	9.321.000	2.588.137
Suriye	4.943.200	1.823.719	Suudi Arabistan	5.860.500	2.220.799
Kenya	6.503.500	1.760.713	Ürdün	5.221.350	1.525.765
Cezayir	5.074.000	1.288.571	K.K.Türk.Cum.	3.256.325	1.258.916
Mozambik	3.586.000	1.068.200	Zimbabve	3.908.000	1.235.752
Yemen	3.470.000	1.037.092	Maritus	3.035.050	1.209.538
K.K.Türk.Cum.	1.991.372	736.179	Suriye	4.392.000	1.125.828
Azerbeycan	1.954.825	707.999	Umman	3.952.000	1.084.096
Sierra Leone	2.170.500	661.479	Cezayir	3.096.000	794.635
Kamerun	1.608.000	579.785	Güney Afrika	2.167.165	776.880
İran	1.591.100	415.925	Malavi	2.271.000	698.273

ÜLKELERE GÖRE BUĞDAY UNU İHRACATIMIZ

Ülke	2009		Ülke	2010	
	Miktar (kg)	Değer (\$)		Miktar (kg)	Değer (\$)
<b>Genel Toplam</b>	<b>1.805.652.306</b>	<b>580.904.540</b>	<b>Genel Toplam</b>	<b>1.836.100.410</b>	<b>596.156.518</b>
Kamboçya	840.000	309.185	Arnavutluk	2.055.075	638.371
Benin	936.000	278.350	Sierra Leone	1.464.787	510.036
Kongo	842.500	248.616	Somali	1.870.875	472.407
Çad	734.500	226.597	Lübnan	1.532.557	470.907
Sri Lanka	745.000	206.015	Azerbeycan	751.790	319.574
Güney Afrika	665.000	197.478	Mısır	1.026.390	313.600
Katar	477.400	179.226	Mersin Serbest Bölge	1.332.500	303.718
Maritus	575.000	174.225	Kırgızistan	158.786	302.187
Malavi	479.000	155.031	Rusya Federasyonu	670.000	291.400
Bosna-Hersek	42.680	144.818	Kostarika	618.050	281.770
Somali	460.000	140.530	Benin	923.000	278.891
Haiti	480.000	138.907	Libya	825.744	269.034
İngiltere	133.713	108.750	Gürcistan	643.500	251.339
Etiyopya	286.000	94.784	Togo	689.000	247.631
Trinidad ve Tobago	238.886	77.173	Gine Bissau	690.000	235.980



## TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

Gine	164.000	47.071	Kamerun	697.300	222.341
Vietnam	120.000	37.282	Katar	609.000	199.122
Yeni Zelanda	71.500	34.063	Çad	576.000	177.351
Togo	96.000	29.735	Dominik Cum.	336.000	140.053
Mısır	88.000	29.462	Komorolar	306.500	127.363
Senegal	105.000	26.468	Angola	325.000	122.778
Kostarika	72.000	21.428	Ekvator Ginesi	341.500	122.521
Belçika	27.890	20.798	İngiltere	149.456	99.558
A.B.D.	41.544	17.703	Kongo	279.750	88.776
Dominik	48.000	17.040	Liberya	137.970	80.709
Şeysteller	48.000	16.920	A.B.D.	237.070	72.177
Dominik Cum.	47.950	16.138	Vietnam	241.000	69.895
Hong Kong	43.144	14.251	Özbekistan	38.316	57.962
Japonya	52.000	13.520	Tonga	144.000	52.395
Komorolar	46.600	13.185	Etiyopya	192.000	52.128
Şili	48.000	13.085	Hong Kong	156.000	46.559
Yunanistan	35.500	10.722	Samoa	120.000	42.379
Tayvan	20.000	10.707	Orta Afrika Cumhuriyeti	120.000	42.300
Ege Serbest Bölge	16.112	10.363	Yeni Zelanda	70.000	41.650
Brunei	23.000	8.648	Şeysteller	120.000	38.961
Mayotte	22.075	8.586	Nijer	90.000	38.700
Arnavutluk	29.240	8.448	Kazakistan	38.000	37.656
Menemen Deri S.Bölge	14.100	7.647	Afganistan	88.850	31.977
Gine Bissau	23.000	6.788	Moldova	60.920	30.505
Çin	23.000	6.661	Tayvan	96.000	26.892
El Salvador	21.600	5.763	Dominik	72.000	25.370
Türkmenistan	4.600	4.953	Malta	72.500	21.718
Almanya	2.483	2.575	Türkmenistan	17.962	19.278
Afganistan	2.700	2.340	Fildişi Kıyısı	45.380	18.230
Kazakistan	3.688	2.266	Belçika	27.210	16.502

TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ  
TÜRKİYE GIDA SANAYİ VE TÜRKİYE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ



Gabon	4.020	2.228	Bursa S.Bölge	19.200	14.568
Mersin Serbest Bölge	2.550	1.691	Kiribati	45.000	13.050

2011 OCAK-HAZİRAN

2011 OCAK-HAZİRAN

Ülke	Miktar (kg)	Değer (\$)	Ülke	Miktar (kg)	Değer (\$)
<b>Genel Toplam</b>	<b>859.673.550</b>	<b>410.527.144</b>	<b>Genel Toplam</b>	<b>859.673.550</b>	<b>410.527.144</b>
Irak	366.285.970	185.235.182	K.K.Türk.Cum.	3.915.902	1.877.854
Endonezya	168.285.850	65.229.672	Tanzanya	3.731.700	1.676.311
Libya	61.068.848	40.037.859	Singapur	3.002.250	1.268.420
Filipinler	44.671.750	18.486.019	Arnavutluk	3.324.000	1.259.242
İsrail	33.499.610	14.934.924	Zimbabve	2.496.000	997.964
Gambiya	19.958.500	9.038.578	Cezayir	2.365.000	982.658
Madagaskar	19.548.000	8.622.531	Umman	2.280.000	964.997
Pakistan	4.320.360	6.194.405	Suriye	1.085.000	442.056
Tayland	12.257.155	5552642	Azerbeycan	695.719	356.657
Kenya	12.559.500	5.163.471	Dominik Cum.	563.500	319.401
Gine	11.236.500	5.016.205	Hindistan	630.000	299.300
Sudan	10.332.000	4.805.277	Malavi	645.000	298.635
Maritus	11.200.000	4.749.800	Mersin Serbest Bölge	540.000	245.430
Haiti	8.797.500	4.224.049	Yemen	600.000	238.370
Filistin	8.952.540	3.929.333	Komorolar	476.000	229.870
B.A.E.	7.687.958	3.384.686	Çad	528.000	226.440
Gana	6.893.800	2.746.094	Mısır	500.000	211.000
Güney Kore	5.325.750	2.599.879	Tonga	386.000	195.390
Suudi Arabistan	4.509.300	2.342.821	Mozambik	383.520	194.661
Malezya	5.466.000	2.096.982	Sierra Leone	403.876	189.041
Cibuti	4.872.000	2.015.392	Angola	373.000	165.452



## MAKARNA SEKTÖRÜ

### GİRİŞ

#### 1. TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

##### 1.1 Endüstri Yapısı

###### 1.1.1 İşletme sayısı

Yurdumuzda makarna üretimi yapan 22 fabrika bulunmaktadır. Bunların büyük bir kısmı ileri teknoloji kullanmakta olup, tamamı özel sektör firmalarına aittir. Üretim tesisleri coğrafi olarak ana girdi olan makarnalık (durum) buğdayının yetişme alanları olan Güneydoğu ve Orta Anadolu da yoğunlaşmaktadır.

###### 1.1.2 Ekonomide Yaratılan Katma Değer

Makarna ülkemizde Katma Değeri en yüksek ürünlerden biridir. Hammaddesi olan durum buğdayının hemen hemen tamamı yurtiçi üretimden sağlanmaktadır. Makarnada yıllık kullanılan durum buğdayı 1.3 milyon ton civarındadır. Ancak iklim şartlarının elverişli olmadığı ve dolayısıyla üretimin az olduğu yıllarda bir miktar ithalat yapılmaktadır.

Diğer taraftan tüm makarna fabrikaları üretimleri için gerekli olan irmiği kendileri üretmektedir. Oysa bu durum Avrupa ve A.B.D. üreticilerinde fazlaca yaygın olmayan bir sitem olup, Türk makarna üreticilerine öncelikle düşük maliyet, standardizasyon ve yüksek kalite gibi avantajlar sağlamaktadır.

##### 1.2 Üretim

###### 1.2.1 Ürün Bazında Üretim

Türk Gıda Kodeksi Tebliğine göre makarna; *Triticum durum* (makarnalık buğday) buğdayından elde edilen, hamurun biçimlendirildikten sonra kurutulması suretiyle üretilen ve sade, tam buğday, güçlendirilmiş, çeşnili ve zenginleştirilmiş çeşitleri ile uzun makarna (çubuk, spagetti, yassı-uzun erişte, lazanya vb.) kesme makarna (tırtıl, burgu, kabuk, boncuk, erişte, fiyonk, kuskus, kalem, mantı vb.) şehriye (tel-arpa-yıldız şehriye) tipleri olan mamullerdir.

Yurdumuzda üretilen makarnanın hemen hemen tamamına yakını sade makarnadır. Bu makarnanın takriben % 65 i kesme, % 35 i de spagetti çeşitleridir. 2010 yılında makarna üretimi % 11lik artışla 740.684 tona ulaşmıştır (Çizelge 1)



**Çizelge 1: Yıllar itibariyle Makarna Üretimi**

Yıllar	Üretim(Ton)	Artış (Ton)	Artış (%)
2006	614.434	48.131	7,83
2007	600.400	11.966	1,99
2008	606.618	6.218	1,03
2009	658.453	21.727	3,30
2010	740.684	82.231	11,10

### 1.2.2 Mevcut Kapasite ve Kullanım Oranı

Sektörün mevcut kurulu kapasitesi yıllık 1.3 milyon tondur (Çizelge 2).

Gaziantep ili önemli üretim bölgesidir. Türkiye’ de mevcut üretim kapasitesinin % 35’i burada bulunmaktadır. Diğer önemli üretim bölgesi ise toplam üretim kapasitesinin % 40’ını gerçekleştiren Orta Anadolu bölgesidir.

Kapasite kullanım oranı % 67 ler seviyesindedir.

**Çizelge 2: Ülkemiz Makarna Fabrikaları Kapasiteleri**

Adı	Şehir	Kapasite	Kapasite
		(Gün/ton)	(Yıl/ton)
NUH	Ankara	609	182.500
NUH	Çankırı	72	21.600
DURUM GIDA	Mersin	357	106.920
BEŞLER	Gaziantep	306	91.800
BARİLLA	Bolu	305	91.440
TAT	Gaziantep	280	92.400
PİYALE	Sakarya-Hendek	252	75.600
DOĞA	Gaziantep	225	67.626





<b>KOMBASSAN</b>	Karaman	223	66.708
<b>SELVA</b>	Konya	216	65.000
<b>MUTLU</b>	Gaziantep	203	60.894
<b>BESLEN</b>	Gaziantep	190	57.000
<b>OBA</b>	Gaziantep	188	56.448
<b>PASTAVİLLA</b>	İzmir	163	48.427
<b>TÜRKMEN</b>	Çankırı	128	38.556
<b>BERRAK</b>	Çankırı	102	30.600
<b>DOYUM</b>	Burdur	96	28.642
<b>ÖĞÜN</b>	Gaziantep	95	28.500
<b>MER GIDA</b>	Mardin	61	18.360
<b>YAYLA</b>	Ankara	25	6.375
<b>DOST</b>	Çorum	22	6.523
<b>ÖRNEK</b>	Gaziantep	15	4.500
<b>TUĞ GIDA</b>	Kayseri	10	3.000
<b>ECE</b>	Gaziantep	10	3.000
<b>TOPLAM KAPASİTE</b>		<b>4.153</b>	<b>1.252.419</b>

### 1.3. Tüketim

#### 1.3.1. Ürün Bazında Tüketim Değerleri

Makarna sağlıklı, besleyici ve lezzetli olması, uzun süre muhafaza edilmesi, çeşitliliği ve kolayca hazırlanabilir bir gıda maddesi olmasına rağmen yurdumuzda yeterince tüketilememektedir.



**Çizelge 3: Dünyada Fert başına Makarna Tüketimi (Kg/Kişi Yıl)**

İtalya	26.0	Brezilya	6.4	Avustralya	4.0
Venezüella	12.0	Türkiye	6.1	Panama	3.8
Tunus	11.7	Rusya	6.0	Kosta Rika	3.7
Yunanistan	10.4	Çek Cum	6.0	Finlandiya	3.2
İsviçre	9.7	Avusturya	5.6	Kolombiya	3.0
A.B.D.	9.0	Belçika- Lüksemburg	5.4	Meksika	3.0
İsveç	9.0	Estonya	5.3	Romanya	2.7
Peru	8.3	İspanya	5.0	Ekvator	2.6
Fransa	8.1	Slovak Cum.	5.0	İngiltere	2.5
Şili	8.1	Bolivya	4.8	Guatemala	2.0
Almanya	7.7	Hollanda	4.4	Libya	2.0
Slovenya	7.5	Litvanya	4.4	Danimarka	2.0
Macaristan	7.4	Polonya	4.2	Japonya	1.7
Arjantin	7.2	Letonya	4.1	Mısır	1.2
Portekiz	6.7	İsrail	4.0	El Salvador	1.0
Kanada	6.5	Dominik Cumhuriyeti	4.0	İrlanda	1.0

**Kaynak:** I.P.O.(International Post Organization)

Başta İtalya olmak üzere, yukarıda belirtilen ülkelerdeki fert başına tüketimlere bakıldığında, yurdumuzdaki tüketim arzu edilen seviyelerde değildir (Çizelge 3).

Yapılan araştırmalarda; Kişi başı yıllık makarna tüketimi 6,1 kg. dır. Bu tüketim bölgelere göre farklılıklar göstermektedir (Çizelge 4).



**Çizelge 4: Bölgeler Bazında hane başı ve Kişi Başına Makarna Tüketimi**

<u>Bölge</u>	<u>Hane başı aylık makarna tüketim miktarı(kg)</u>	<u>Kişi başı yıllık makarna tüketimi (kg.)</u>
Marmara Bölgesi	2.88	8.1
Ege Bölgesi	2.10	6.8
Akdeniz Bölgesi	2.03	5.8
İç Anadolu Bölgesi	2.18	5.9
Karadeniz Bölgesi	1.73	4.7
Doğu Anadolu Bölgesi	3.30	7.2
Güneydoğu Anadolu Bölgesi	2.49	5.4

Türkiye de makarna tüketiminin arzu edilen seviyeye gelememesinde,

- Sos kültürünün Türk mutfağında yerleşik olmaması
- Makarna pişirilmesi konusunda halkın yeterince bilgi sahibi olmaması
- Üretimde çeşitliliğin yeni başlamış olması
- Halkın makarnanın kilo aldırıldığına olan inancı gibi nedenler etkili olmuştur.

Günlük karbonhidrat ihtiyacını ekmekten karşılayan Türk halkı, makarnayı gerek bulgur ve gerekse pirinç pilavında olduğu gibi ana yemek kabul etmemiştir. Ancak son yıllarda hızlı nüfus artışı, makarnanın ekonomik olması, pazarlama ve ulaşım olanaklarının artması, hızlı kentleşme sonucunda çalışan kadınların hazır gıdaları tercih etmelerinin makarna tüketimine olumlu katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

#### **1.4. Türkiye Makarna ve İçecek Pazar Verileri**

##### **1.4.1 Dış Ticaret**

##### **1.4.2 İthalat-İhracat**

Türkiye’de makarna ihracatı ilk kez 1970 yılında 13 ton ile başlamış ve sonraki yıllarda sürekli artış kaydedilmiştir. 1990’lı yılların başında ihracat hız kazanmış, özellikle 1994 yılında itibaren süratle artarak 1997 yılında 136 bin tona ulaşmıştır. Türkiye bu yıllardaki ihracatıyla dünya ticaretinde ihracatta İtalya’dan sonra ikinci sırayı almıştır.

Türkiye dünya makarna ürünleri ihracatında söz sahibi ülkelerden birisidir. Ülkemizin dünya makarna ihracatından aldığı pay 1992–1997 yılları arasında devamlı artarak 1996 yılında % 2,9 ve 1997 yılında da % 3,5’a ulaşmış ve ülkemiz, 1996 ve 1997 yıllarında İtalya ve Çin’in ardından en büyük 3. ihracatçı ülke konumuna yerleşmiştir. 1998 yılında, İtalya ve ABD’nin ardından 3. önemli ülke konumunu sürdüren Türkiye, bu yıldan itibaren ihracatımızda kaydedilen düşüşlerle birlikte dünya makarna ürünleri ticaretindeki yerimizde önemli ölçüde gerilemiştir. 2002 yılı içerisinde, ülkemizin dünya makarna ihracatçıları listesindeki yeri 26. sırayı almış, 2002



yılından itibaren hızla ihracata yönelen sektör 2006 yılında İtalya'nın ardından 2. sıraya yerleşmiş bu konumunu daha da geliştirme gayreti içindedir.

Türkiye'de makarna ihracatı ilk kez 1970 yılında 13 ton ile başlamış ve sonraki yıllarda sürekli artış kaydedilmiştir. 1990' lı yılların başında ihracat hız kazanmış, özellikle 1994 yılında itibaren süratle artarak 1997 yılında 136 bin tona ulaşmıştır. Türkiye bu yıllardaki ihracatıyla dünya ticaretinde ihracatta İtalya'dan sonra ikinci sırayı almıştır. Türkiye 2010 yılında 295.916 ton ihracat ve 2.082 ton da ithalat yapmıştır(Çizelge5).

**Çizelge 5: Türkiye Makarna İhracatı ve İthalatı (Miktar (Ton))**

Yıllar	İhracat	İthalat
1992	59.731	139
1993	52.856	320
1994	85.463	136
1995	111.230	179
1996	108.894	308
1997	135.989	305
1998	93.950	222
1999	25.800	309
2000	27.350	299
2001	35.950	307
2002	49.051	305
2003	68.450	340
2004	126.810	573
2005	163.830	663
2006	193.205	920
2007	177.114	1090
2008	175.690	1539
2009	215.233	1784
2010	295.916	2082



Genel olarak ihracatçı ülke konumunda olan Türkiye’de yapılan makarna ithalatı daha ziyade lüks tüketime giren mallara yönelik olarak yapılmakta, bu tür ürünler lüks otel ve lokantalarda tüketilmektedir. Türkiye’nin makarna üretimi tüketim ihtiyacını yeterince karşılayacak düzeyde olduğundan, çok düşük düzeyde ithalat yapılmaktadır.

Türkiye’de yaygın olarak üretimi yapılan çeşitlerden ziyade az rastlanan çeşitler ithal edilmektedir. Tür olarak kurutulmuş sınıfına giren makarnalar ithal edilirken gümrük tarife cetvelinde “DİĞER” kısmına giren makarnalarda yoğunluk gözlenmektedir.

Makarna ithalatında İtalya’nın dünyada olduğu gibi Türkiye’de de üstünlüğü belirgin olarak görülmektedir. İtalya, Çin ve Tayland dışında hiçbir ülkeden düzenli ithalat yapılmamakta olup yıldan yıla değişmekle beraber, bir belirgin özellik de uzak doğu mallarının ithalatta ön sıralarda yer almasıdır.

Çin, Güney Kore, Tayland ve Japonya’nın ilk on ülke arasında yer alması, Uzakdoğu yiyecek kültürünün merak edilmesi ve özellikle lüks lokantalarda bu yörelerin yiyeceklerine olan talepten kaynaklanmaktadır.

### 1.4.3 Dış Ticaret Dengesi

Ülkemizde makarna ihracatı **ilk kez** 1970 yılında 13 ton ile başlamış ve sonraki yıllarda sürekli artış kaydedilmiştir. 1990’ lı yılların başında ihracat hız kazanmış, özellikle 1994 yılında itibaren süratle artarak 2010 yılında 295.916 bin tona ulaşmıştır. 2011 yılı ihracat hedefimiz ise 250.000 tondur. İthalatımızın az miktarda olması Türk makarnasının kalitesiyle beraber fiyatının da ucuz olmasının nedenlerinden biridir. Bu da ihracatımızın gelişmesiyle doğru orantılıdır.

## 2. SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ

### 2.1 Makarna Sanayinin Güçlü Yönleri

Dünyada yaşanan hızlı ekonomik gelişme; şehirleşme oranında artış, çekirdek aile yapısının gelişmesi, çalışan kadın sayısındaki artış, tüketim mallarında çeşitlilik, kalite arayışı ve zamanı daha iyi kullanabilme çabası gibi sosyal yapıda da birtakım değişikliklere yol açmıştır.

Tüm bu değişikliklerin tüketim ve beslenme alışkanlıklarında ortaya çıkan gelişmeler, raf ömrü uzun, belli standartlara sahip, daha çabuk ve kolay hazırlanabilen ürünlere doğru bir geçişi beraberinde getirmiştir. Söz konusu gelişmeler, iktisadi ve sosyal yapının büyük ölçüde tarımsal kaynak potansiyeline bağlı olduğu Türkiye’de, sanayileşme sürecinin temel taşlarından olan gıda sanayinin kompozisyonunda bir takım değişikliklere sebep olmuştur. Türk insanının beslenmesinde önemli bir yer tutan tahılın tüketim şeklinde, yukarıda sıralanan faktörlerin etkisi ile ekmek gibi geleneksel ürünlerden, alternatif mamullere doğru bir geçişin yaşanmakta olduğu görülmektedir.

Söz konusu alternatif ürünlerin başında gelen makarnanın yurtiçi tüketiminde, bu gelişmelerin yanı sıra nüfus artışının da etkisi ile var olan canlılık; özellikle 90’lı yılların başlarında artan ihracat imkânları ile de birleşince, sektördeki yatırım çabalarında bir hareketlenme yaşanmıştır.



Ancak ihracatta yaşanan artışların tek bir pazara bağımlı kalınarak gerçekleştirilmesi nedeni ile 90'lı yıllarda makarna sektörünün, ciddi problemlerle karşı karşıya kaldığı görülmüştür. Son yıllarda sektör, tek pazar tehlikesinden kurtulmak için, pazar çeşitlemesi yapmış 100'den fazla ülkeye ihracat yapar hale gelmiştir.

## 2.2 Makarna Sanayinin Zayıf Yönleri

2010 yılı itibarıyla makarna sektöründe kurulu kapasite 1.300.000 tondur. Kurulu kapasitenin büyüklüğü dolayısıyla pazarda yaşanan aşırı rekabet, makarna sektörünü olumsuz yönde etkilemektedir.

Aynı zamanda, Makarna üretim maliyetlerinin en büyük kalemini %54,5 lik oranla üretimin temel hammaddesi olan makarnalık buğday oluşturmaktadır.

Dolayısıyla, dünya da ve Türkiye de makarnalık buğday fiyatlarındaki artış makarna sanayicilerinin maliyetlerine de olumsuz yansımaktadır.

## 3.YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR

### 3.1.Genel Teşvik Sistemi ve Uygulamaları

1999 yılından itibaren Türkiye Makarna Sanayicileri Derneği, yetkililere atıl kapasitenin büyüklüğünü müteaddit toplantılar ve görüşmelerde dile getirmiş, yeni yatırım teşviklerinin durdurulmasını, sadece modernizasyon, yenileme, araştırma-geliştirme ve kalite düzeltmeye yönelik teşviklerin verilmesini talep etmiş, sonuçta sektörün talebinde haklı olduğu görülerek 2001 yılından itibaren yeni yatırım teşviği verilmesi durdurulmuştur.

Sektörde, Kurulu kapasitesinin çok yüksek olmasından dolayı yeni yatırımlarda teşvikler kaldırılmıştır.

## 4.SEKTÖRDE DIŞ PİYASALARDAKİ DURUMU

Türkiye üretimi dünya ile karşılaştırıldığında üretimde İtalya, ABD, Brezilya ve Rusya'nın arkasından 5. Sırada yer almaktadır (Çizelge 6).

Çizelge 6: Dünya Makarna Üretimi (Ton)

İtalya	3.247.322	Kanada	170.000	Bolivya	43.000
A.B.D.	2.000.000	Polonya	160.000	Guatemala	38.000
Brezilya	1.300.000	Yunanistan	151.000	İngiltere	35.000



Rusya	858.400	Japonya	144.500	Kosta Rika	24.500
Türkiye	740.684	Kolombiya	131.270	Hollanda	23.335
İran	560.000	Şili	107.347	Slovak Cum.	22.000
Mısır	400.000	Hindistan	100.000	İsveç	20.200
Venezuela	363.663	Portekiz	76.000	Ürdün	20.000
Almanya	322.700	Çek Cum.	70.000	El Salvador	13.000
Meksika	325.000	Macaristan	66.000	Suriye	9.005
Arjantin	291.300	Dominik	65.000	Slovenya	5.913
Peru	277.694	Ekvator	56.000	Litvanya	5.976
İspanya	252.624	Avusturya	54.778	Panama	4.364
Fransa	247.411	Romanya	52.600	Letonya	1.845
Tunus	183.000	İsviçre	46.650	Estonya	1.400
<b>Kaynak: IPO 2011</b>					

## 5. SEKTÖRÜN AB UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA VE AB KARŞILAŞTIKLARI UYUM SORUNLARI

01.01.1996 tarihinde Türkiye ile AB arasında gerçekleştirilen Gümrük Birliği çerçevesinde sanayi ürünlerinin ticaretinde sıfırlanan gümrük vergileri tarım ürünlerinde devam etmektedir.

İşlenmiş tarım ürünlerinin Topluluk ve Türkiye arasındaki ihracat ve ithalat alanında alınan vergiler tamamen uygulamadan kaldırılmamış, ancak sanayi payına uygulanan kısmı kaldırılmıştır. Tarım payına karşılık gelen kısmın vergilendirilmesine ise devam edilmektedir.

Ankara Anlaşmasında yer almayıp Katma Protokolde belirtilen İşlenmiş Tarım Ürünleri, Ortaklık Konseyi Kararında üç ayrı grupta ele alınmıştır. Birinci gruptaki ürünlerde hesaplanan tarım payı, mevcut korumadan çok düşük olmadığından ve bazı ürünlerde de indirimin yerli sanayii fazla etkilenmediğinden 01.01.1996 tarihinde yürürlüğe girmiştir. 1902.11,1902.19 ve1902.40.10 GTİP numaralı makarnalar bu grupta yer almaktadır.

İkinci grup ürünler Katma Protokolün III. Sayılı ekinde yer almakta ve 22 yılda indirim ve uyum yapılması öngörülen sanayi ürünleri kapsamında bulunmakta olup makarnalar bu grupta yer almamaktadır.(çikolata ve çikolatalı ürünler ile şekerlemeler ve hazır gıdalar)



Üçüncü grupta ise; bazı makarna çeşitleri, bisküvi ve pastacılık ürünleri ile çiklet çeşitleri, bu ürünlere uygulanacak vergi oranları 01.01.1996 tarihi itibarıyla yürürlüğe girmiş olup 01.01.1999 tarihi itibarıyla yapılan son indirimlerle hedeflenen tarım payına ulaşılmış bulunmaktadır.

Bu ürünler için sanayi payının AB ye karşı sıfırlanmasının yaratacağı olumsuz etkiyi azaltmak amacıyla mevcut sanayi payının bir kısmı tarım payına eklenmiş ve yükseltilmiş tarım payının 01.01.1996 dan başlayarak her sene başında indirim tabii tutularak 01.01.1999 itibarıyla hedef tarım payına ulaşılması planlanmıştır.1902.20, 1902.30, 1902.40.90 GTİP numaralı makarnalar bu grupta yer almaktadır.

Bu grupta yer alan pişirilmiş makarnalarda 100 kg. başına tarım payı 01.01.1996 itibarıyla 50.89 ECU, 01.01.1997 de 31.58, 01.01.1998 de 17.1 ve 01.01.1999 itibarıyla 40.27 ECU iken 1999 yılında 10.67 ECU luk tarım payına ulaşılmıştır.

AB ile yapılan görüşmelerde gümrük vergisinin düşürülmesi talep edilmiş ve sonuçta taraflar 10.67 ECU/100 kg. lık bir verginin karşılıklı olarak uygulanması konusunda görüş birliğine varmışlardır. Ancak, makarna ihracatımıza 2,5 milyon ECU luk değer kotası çerçevesinde ve Topluluk menşeli bazı işlenmiş tarım ürünlerine uygulanmak üzere aynı değer çerçevesinde ve seviyesinde kota tavizi karşılığında bir tarife kontenjanı açılmıştır. Bütün bu gelişmeler sonucu Avrupa Birliği ülkelerine gerçekleştirilen ihracatımız büyük ölçüde düşmüştür.

Topluluğa 1994 yılında 10672 ton makarna ihraç edilirken 1995 yılında bu oran %47.2 azalarak 5685 tona, 1996 yılında % 59 azalarak 2.333 tona gerilemiştir. 2000 yılında 4608 ton, 2001 yılında makarna ihracatımızda artış sağlanmasına rağmen birliğe gerçekleştirilen ihracat %9,6 azalarak 4,167 tona gerilemiştir.

Topluluktan ülkemize yapılan makarna ithalatı çok az olduğundan, topluluk üyesi ülkeler alınan bu kota kararından etkilenmezken ülkemiz makarna ihracatçıları bölgeye satışlarımızın artması veya en azından 3.18 milyon dolarlık 1995 seviyesine gelmesi halinde bile bu karardan önemli ölçüde etkileneceği gözlenmiştir.

Ancak derneğimizin müteaddit müracaatları üzerine yetkili mercilerin A.B. nezdinde yaptıkları yoğun temas ve çalışmalar sonucu;T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı A.B. Genel Müdürlüğünden aldığımız yazıda **01.01.2007 tarihinden geçerli olmak üzere** yukarıda adı geçen değer kotasının iptal edilerek yerine **sıfır gümrük vergili 20.000 ton makarnanın karşılıklı miktar kotasına dönüştürüldüğü** ve bu kararın 13.07.2007 tarihli A.B. Resmi Gazetesinde yayınlanarak yürürlüğe girdiği bildirilmiştir.

Diğer taraftan 01.07.2007 tarihine kadar eski uygulama kapsamında kullanılan ülkemiz menşeli makarna kotaları yeni uygulama çerçevesinde ülkemiz lehine sağlanan 20.000 tonluk kotadan düşüleceği bildirilmiştir.Öte yandan halen OTP kapsamında Avrupalı üreticilere verilen destekler, Avrupa makarna pazarının klasik makarna çeşitleri açısından belirli doygunluğa ulaşmış olması ve özellikle uluslararası pazarlarda en önemli rakibimiz konumunda olan İtalya'nın üstün rekabet gücüne sahip olması, ihracatımızın Avrupa pazarında çok daha titiz davranmaları gerekliliğini ortaya koymaktadır.





## ŞEKER SEKTÖRÜ

### GİRİŞ

#### 1. DÜNYADA ve TÜRKİYE'DE ŞEKER

Dünyada şeker, üç temel tarım ürününden üretilmektedir:

- Şeker Kamışı
- Şeker Pancarı
- Mısır

Pancar ve şeker kamışından elde edilen şekere genellikle sakaroz denilmektedir ve dünyada 2009/10 pazarlama yılı itibarıyla sakarozun %78'i şeker kamışından, %22'si şeker pancarından üretilmekte olup; dünya şeker borsa fiyatlarını, ticarete hâkim pozisyonda olan düşük maliyetli kamış şekeri belirlemektedir. Kamış, pancar ve mısırdan elde edilen şekerler arasında kalite bakımından bir farklılık bulunmamasına karşın, sadece tropik ve alt tropik bölgelerde yetiştirilebilen şeker kamışından yılda 1 dekardan elde edilebilen şekerin, pancara göre 2 - 4 kat fazla olması nedeniyle kamış şekeri maliyeti, pancar şekeri maliyetine göre çok daha düşük olmaktadır.

**Çizelge 1: Üretim Kaynaklarına Göre Dünyada Şeker Üreten Ülkeler**

	Kamış	Pancar	Mısır
Avrupa		X	X
Rusya		X	X
Ukrayna		X	
ABD	X	X	X
Japonya	X	X	X
Çin	X	X	X
Brezilya	X		X
Meksika	X		
Hindistan	X		X
Tayland	X		

**Kaynak:** Şeker Kurumu 2010 Faaliyet Raporu

Çizelge 1'de görüldüğü üzere, şeker kamışının olmadığı coğrafyalarda şeker, genellikle pancar ve mısırdan üretilmektedir.

**Çizelge 2: Dünya Şeker Üretimi (bin ton)**

Kamış	121,000	71.6 %
Pancar	34,000	20.1 %
Mısır	14,000	8.3 %
Toplam	169,000	

**Kaynak:**ISO, World Sugar Balances, 2010  
LMC, Sugar&Sweeteners Report 2010



Çizelge2'de görüldüğü üzere dünya üretim ortalamasında kullanım alanlarına göre 2 birim pancar şekerine karşılık, yaklaşık 1 birim mısır şekeri üretilmektedir.

Türkiye şeker dinamiklerini anlamak için ABD ve AB pazarlarını detaylı incelemekte fayda vardır.

### 1.1 ABD'de Şeker

ABD'de serbest piyasa ekonomisi çerçevesinde arz ve talep dengesine göre şeker; kamış, pancar ve mısırdan üretilmektedir (Çizelge3).

**Çizelge 3: ABD Pazarında Tüketilen Şeker Türleri (bin ton)**

<b>Kamış Şekeri</b>	6,011* <sup>1</sup>	32 %
<b>Pancar Şekeri</b>	4,918	26 %
<b>Mısır Şekeri</b>	7,765* <sup>2</sup>	42 %
<b>Toplam</b>	18,694* <sup>3</sup>	

**Kaynak:** USDA (sugar) F.O. Licht's Sugar&Sweeteners report

\*<sup>1</sup> Kamış şekerinin yaklaşık 3,000 mt'si ithal edilmektedir.

\*<sup>2</sup> Mısır şekerinin yaklaşık 1/4'ü %42 fruktoz, 3/4'ü ise %55 fruktoz içermektedir.

\*<sup>3</sup> Toplam şeker rakamına, yaklaşık 3,700 mt ( metric ton ) glukoz üretim rakamı dâhil değildir.

ABD'de içecek sektörü yıllık 5,800 mt şeker ihtiyacının %94'ünü mısırdan üretilen şekerden karşılarken, geriye kalanı %6 kamış ve pancar şekerinden oluşmaktadır. ABD'de mısır şekeri ile ilgili herhangi bir kısıtlama ya da kotanın olmadığı bilinmektedir (Ek-1).

ABD'de içecek sektörünün şeker ihtiyacı, toplam şeker tüketiminin yaklaşık %31'ini oluşturmaktadır.

### 1.2 AB'de Şeker

Avrupa ülkelerinde iklim şartları uygun olmadığı için üretim pancara göre çok daha ucuz bir ham madde olan kamıştan yapılamamakta, mecburen pancar kullanılmaktadır.

Avrupa Birliği'nde ilk şeker rejimi 1967 yılında, iç pazar şeker fiyatını dünya şeker fiyatının üzerinde tutarak, talep fazlası üretilen şekerin ihraç edilebilmesine kaynak yaratabilmek üzere oluşturulmuştur. Sisteme 1977 yılında dâhil olan mısır şekeri ise, sektörün kurulduğu ilk yıllarda kota kapsamına alınmış ve belirli bir büyüklükte kalması hedeflenmiştir.

Sistem temel olarak, sübvansiyon tüketici tarafından karşılanması ve kapalı ekonomi üzerine kurulduğu için, Avrupa Birliği; ihracat sübvansiyonlarını düşürmesi yönündeki Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) panel kararı ve EBA (silah dışındaki tüm ürünlerin ticareti) Anlaşması kapsamında en az gelişmiş ülkelere yapılacak ithalatların aşırı miktarda artacağı endişesi ve 2003 yılında



gerçekleştirilen Ortak Tarım Politikası Reformu'na uyum başta olmak üzere çeşitli nedenlerle 40 yıldır sürdürdüğü şeker rejiminde 2006 yılında önemli bir reform gerçekleştirmiştir.

2014/15 pazarlama yılı sonuna kadar devam edecek olan rejim kapsamında AB, 2006/07 – 2009/10 pazarlama yılları arasındaki 4 yılda kademeli olarak, beyaz şeker referans fiyatını %36 düşürerek 631,9 €/ton'dan 404,4 €/ton'ave pancar minimum fiyatlarını ise %40 düşürerek 43,63 €/ton'dan 26,29 €/ton'aindirmiştir.

Reformun diğer önemli bir unsuru olan ve yine 2006/07 – 2009/10 dönemini kapsayan dört yıllık gönüllü yeniden yapılandırma ile yüksek maliyetli üretim tesislerinin kapatılarak kotalarının iptal edilmesi sonucunda, AB toplam kotasının 6 milyon ton düşürülmesi amaçlanmıştır. Bu kapsamda kotasından vazgeçen işletmelere, vazgeçilen kotaların tonu başına yapılan yeniden yapılandırma yardımı ile çeşitlendirme yardımı verilmiş, bu uygulama sonucunda da toplam kotalarda 5,7 milyon ton düşüş sağlanmıştır.

Yeniden yapılandırma programı kapsamında Bulgaristan, İrlanda, Letonya, Portekiz (Anakara) ve Slovenya şeker üretiminden; Fransa, Hollanda, İngiltere, Yunanistan, Romanya ve Finlandiya ise fruktoz – glukoz içerikli mısır şekeri üretiminden çekilmiştir.

Şeker reformu sonucunda AB'inde, 2005/2006 yılında 17,441 bin ton olan pancar şekeri üretimi 13,337 bin tona düşmüş, 508 bin ton olan mısır şekeri üretimi de 690 bin tona çıkmıştır. AB aynı zamanda şekerde net ihracatçı konumundan net ithalatçı konumuna geçmiştir. Bu çerçevede; reform öncesinin son pazarlama yılı olan 2005/06 döneminde 5 milyon ton (beyaz şeker) ihracat yapan AB, reformun dördüncü yılı olan 2009/10 döneminde 500 bin ton net ithalat yapmıştır. Yakın gelecekte net ithalatın 3 milyon tona, tüketimin ise 17,2 milyon tona yaklaşması beklenmektedir. Öte yandan AB, ihracat sübvansiyonlarını 2008/09 pazarlama yılı itibarıyla kaldırmıştır (Çizelge 4).

**Çizelge 4: AB Şeker Kotaları (Bin ton)**

	2005/06	2009/10
<b>Pancar Şekeri</b>	17,441	13,337
<b>Mısır Şekeri*1</b>	508	690

**Kaynak:** 7 Mart 2009 tarih 183/2009 sayılı Komisyon Tüzüğü

*\*1 Mısır şekeri rakamları, pancar şekeri eşdeğeri verilmiştir. AB'nin 2006 yılında; DTÖ'nün panel kararı ve Ortak Tarım Politikaları Reformu'na uyum başta olmak üzere tüketicinin de üzerindeki sübvansiyon yükünü ekonomik olarak taşıyamaz hale gelmesiyle 40 yıldır uyguladığı şeker rejimini değiştirmesi sonucu, 200 adet olan şeker fabrikası sayısı 100'e inmiştir.*

Üretimin sadece talebi karşılamak için % 25 azaltılması ve dünya şeker piyasasıyla entegre ve rekabetçi olabilmek için ölçek ekonomisinin önem kazanması, 100 adet fabrikanın tasfiyesinde başrolü oynamıştır.

**2014/2015 pazarlama yılı sonuna kadar devam edecek rejim sonucunda AB, kota uygulamasını tamamen kaldırmayı hedeflemektedir.**



### 1.3 Türkiye’de Şeker

Ülkemizdeki iklim şartları AB ülkeleriyle benzer olduğu için kamıştan şeker üretilmemekte ve ham madde olarak pancar ile mısır kullanılmaktadır.

Pancar şekerinin, ihrac pazarlarında kamış şekeri ile maliyet açısından rekabet şansı bulunmaması nedeniyle, dünyada olduğu gibi ülkemizde de pancar şekerinin ticaret amacıyla değil, sadece kendine yeterlilik ilkesi çerçevesinde üretilmesi hedeflenmiştir.

1997 yılından sonra talebin%60 üzerinde kurulu şeker üretim kapasitesi ve siyaseten diğer tarım ürünlerine göre yüksek uygulanan pancar fiyatlarıyla ülkemizde talebin oldukça üzerinde gerçekleşen şeker üretimleriyle ortaya çıkan stokların eritilmesi için, dünya fiyatlarının yaklaşık 600 dolar üzerinde gerçekleşen üretim maliyetlerine rağmen, ihracat yapılmış ve yıllık bazda Hazine’ye 300 ila 700 milyon dolar “görev zararı” yükü ortaya çıkmıştır.

Diğer taraftan 90’lı yılların ikinci yarısında, 1960’lı yıllardan beri sadece glukoz üreten NBŞ sanayi, %42 ve %55 fruktoz içerikli mısır şekeri üretmeye başlamıştır. Tamamına yakını kamuya ait pancar şekeri fabrikalarının yüksek pancar fiyatı ve maliyet yapıları nedeniyle fruktoz içerikli mısır şekerleri; kalite, kullanım kolaylığı ve fiyat avantajıyla kısa sürede dünyada olduğu gibi meşrubat sanayinin öncelikli tercihi haline gelmiştir.

Bu gelişmeler çerçevesinde 4634 sayılı Şeker Kanunu aşağıdaki temel amaçlara yönelik yürürlüğe girmiştir.

- Yerli ham madde (pancar, mısır) kullanarak yurt içi talebi karşılayacak kadar üretim yapılmasını sağlamak.
- Glukoz-fruktoz ve fruktoz-glukoz içerikli mısır şekerlerinin arzını, kota uygulamasıyla kısıtlayarak özelleştirme öncesi kamuya ait pancar şekeri fabrikalarını cazip hale getirmek.
- Arz-talep dengesinde sürdürülebilir bir model oluşturarak kamuya ait fabrikaların özelleştirilmesini sağlamak.

4634 sayılı Şeker Kanunu “şeker kotası” uygulaması sonrası oluşan veriler Çizelge 5’de verilmiştir.

**Çizelge 5: Türkiye Şeker Pancarı Ekim, Üretim ve Verim Miktarları ile Pancar Fiyatları**

Yıllar	Ürün Taşıyan Alan, Da	Üretilen (Bedeli Ödenen) Pancar, Bin Ton	Ortalama Verim,Ton/Da
2004	3.206.774	13.752	4,29
2005	3.355.559	15.181	4,52
2006	3.237.141	14.452	4,46
2007	2.988.735	12.414	4,15
2008	3.207.307	15.488	4,83



2009	3.239.704	17.274	5,33
2010	3.286.513	17.946	5,46

**Kaynak:** Şeker Kurumu 2010 Faaliyet Raporu

Çizelge 5’de görüldüğü üzere kota uygulamasıyla beraber ekim alanları %3, üretilen pancar %41 ve dekar başına pancar verimi %37 artış göstermiştir.

Artışlardan da net olarak anlaşıldığı üzere kota uygulaması sonucunda pancar ekim alanı, pancar üretimi ve tarla veriminde herhangi bir kısıtlama olmadığı gibi, ciddi artışlar gerçekleşmiştir.

**Çizelge 6: Kota Yılları Şeker Kota-Satış Rakamları Karşılaştırması (Bin ton)**

Pazarlama Yılı	Pancar Şekeri Kotası	Yurt İçi Pancar Şekeri Satışı	NBŞ Kotası (BKK ile Arttırılmış)	Yurt İçi NBŞ Satış		
				Glukoz	Fruktoz-Glukoz İçerikli Mısır Şekeri	Toplam
2001/2002*		1.614		148	313	461
2002/2003	2.107	1.636	351.2	103	250	353
2003/2004	2.107	1.618	351.2	91	256	347
2004/2005	2.107	1.700	351.2	100	260	360
2005/2006	2.107	1.713	351.2	84	266	350
2006/2007	2.107	1.901	351.2	85	265	350
2007/2008	2.084	1.684	316.0	73	243	316
2008/2009	2.355	1.828	333.4	68	265	333
2009/2010	2.438	2.158	406.4	98	308	406
8 PY ortalaması	2.177	1.780	351.4	88	264	352

**Kaynak:** Şeker Kurumu 2010 Faaliyet Raporu, NÜD satış verileri

\*Kota uygulaması öncesi son yıl verileri

Çizelge 6’da açıkça görüldüğü üzere, Kanun’un amacına uygun olarak, pancar şekeri arz-talep dengesi sağlanırken talebe karşı arza herhangi bir sınırlama getirilmemiştir. Nitekim kota uygulamasından önceki son yıl olan 2001/2002 yılında 1,614 ton olan pancar şekeri satışları, 2009/10 yılında 2,158 tona çıkarak % 34 artış göstermiştir. Diğer taraftan yıllık satış rakamlarının istisnasız her yıl belirlenen kota rakamının altında kalması, yani talebin kesintisiz karşılanması, fiili olarak pancar şekeri arzına herhangi bir kısıtlama getirilmediğini teyit etmektedir.

Kota uygulamasına mısır şekeri açısından bakıldığında, Kanun’da hedeflendiği gibi arzın sınırlandırıldığı net olarak görülmektedir. Kota başlamadan önceki son yıl 461 ton olan satış



rakamları, 2009/2010 yılında 406 bin ton ile en üst seviyeye çıkmış fakat 2001/02 yılına göre % 12 azalış göstermiştir.

Diğer dikkat edilmesi gereken nokta, kota uygulamasından önceki son yıl 148 bin ton gerçekleşen glukoz verilerinin, geçen süre içinde ilgili gıda sektörlerinin yıllık ortalama % 10 büyüme göstermesine rağmen, % 34 azalmış olmasıdır. Bilindiği üzere glukoz, gıda üretiminde şeker ikamesi değil, mutlaka kullanılması gereken fonksiyonel bir üründür. Bu nedenle glukoz, AB şeker rejiminde kota dışı, yani şeker tanımında yer almayan bir üründür. Kota dönemindeki % 34'lük satış azalışını, glukozun kayıt dışı üretilerek piyasaya sunulmasıyla açıklamak mümkündür. Yapılan piyasa araştırmalarında kayıt dışı bu miktarın yaklaşık 100 bin tona ulaştığı ortaya çıkmaktadır.

#### 1.4 Ülkemiz ve AB Şeker Rejimi Karşılaştırması

Ülkemizde nişasta bazlı şeker kotaları, glukoz ve fruktoz-glukoz içerikli tüm nişasta bazlı şeker türleri için ticari bazda tahsis edilmektedir. Ülkemizde, ülke ihtiyacına yetecek şeker miktarına göre ülke toplam kotası belirlenmekte ve bu toplam kotanın %10'una kadar olan kısmı NBŞ kotası olarak Şeker Kurulu tarafından tahsis edilmektedir. Şeker Kurulu tarafından tahsis edilen NBŞ kotası, Bakanlar Kurulu tarafından % 50 oranında arttırılıp, eksiltilebilmektedir. % 10 tahsis edilen glukoz dâhil olmak üzere, NBŞ kotasının % 50 arttırılmış hali ülke toplam kotasının (15/105) % 14,3'ü olmakta; bu değer, kuru madde bazında yaklaşık % 10.7'ye karşılık gelmektedir.

**Çizelge 7: Türkiye-AB Şeker Rejimleri Karşılaştırması**

	<b>AB (Şeker OPD si )</b>	<b>Türkiye (2001 Yasası )</b>
<b>Kota</b>	VAR ( glukoz kotaya dâhil değil)	VAR ( Mısır şekeri + glukoz tek kota )
<b>Kota Koyma Noktası</b>	ÜRETİM	SATIŞ
<b>Kota Ayırmaları</b>	Pancar ve kamış şekeriyle mısır şekeri ayrı kota	Mısır şekeri kotası pancar şekeri kotasına bağlı
<b>Kota Miktar Belirleme</b>	Kuru madde	Pancar şekeri kuru, mısır şekeri ticari ağırlık

Avrupa Birliği'nde (AB) ise fruktoz-glukoz içerikli mısır şekeri kuru madde bazında kota tahsis edilmekte, yine bir nişasta bazlı şeker türü olan glukozun üretim ve satışı serbestçe yapılmaktadır. AB'de, üye ülkelere referans bir dönemdeki fiili üretim, yani ham madde yeterliliği, kurulu kapasite ve talep verileri dikkate alınarak kota tahsisi yapılmaktadır. AB'de fruktoz- glukoz içerikli mısır şekeri kotasının, toplam kotanın belli oranında tahsis edilmediği ve AB'de tahsis edilen kotanın NBŞ kotası değil NBŞ'nin sadece bir türü olan fruktoz- glukoz içerikli mısır şekeri kotası olduğu dikkate alındığında, uygulanan NBŞ kotası oranından söz etmenin mümkün olmadığı görülmektedir. Ülkelerin mevcut üretimi dikkate alınarak kota tahsis edilmesi nedeniyle AB ülkelerinde, fruktoz- glukoz içerikli mısır şekeri kotası, şeker ve fruktoz-glukoz içerikli mısır şekeri üretim performansına bağlı olarak ülkeden ülkeye çok geniş bir aralıkta değişmektedir. Üretim/kota tahsisi yapılmaması, bu AB ülkelerinde pancar şekeri veya



fruktoz- glukoz içerikli mısır şekerinin kullanılmadığı ya da yasak olduğu anlamına gelmemektedir (Çizelge 7).

AB'de 2009/10 pazarlama yılında fruktoz- glukoz içerikli mısır şekeri toplam kotası; kuru madde bazında 690 bin ton, ticari bazda yaklaşık 920 bin ton, pancar şekeri toplam kotası ise 13 milyon 337 bin tondur. Fruktoz- glukoz içerikli mısır şekeri kotasının, fruktoz- glukoz içerikli mısır şekeri ve şeker kotası toplamı içindeki payı ülkeler bazında %0 ile %100 arasında değişiklik gösterirken; AB genelinde kuru madde bazında %4,9'a, ticari bazda yaklaşık 6,5'e karşılık gelmektedir. Ayrıca AB'de 4,5 milyon ton civarında glukoz, kota kapsamı dışında serbestçe üretilmektedir.

### 1.5 AB 27 Ülkelerinde Pancar ve Mısır Şekeri Üretimi Dağılımı(\*)

- Yedi AB ülkesinde (Estonya, İrlanda, Kıbrıs, Letonya, Lüksemburg, Malta, Slovenya) kota uygulaması yapılan her iki şeker türünün de üretimi yapılmadığı için ne beyaz şeker ne de fruktoz – glukoz içerikli mısır şekeri için kota tahsis edilmemektedir (Hem beyaz şeker hem de fruktoz – glukoz içerikli mısır şekeri kotası: % 0).
- Onbir AB ülkesinde (Avusturya, Çek Cumhuriyeti, Danimarka, Fransa, İngiltere, İsveç, Litvanya, Hollanda, Romanya, Finlandiya, Yunanistan) sadece beyaz şeker (sakaroz) üretimi yapılmakta ve beyaz şeker için kota tahsis edilmektedir (Beyaz şeker kotası: %100, fruktoz – glukoz içerikli mısır şekeri kotası: %0).
- Bir AB ülkesinde (Bulgaristan) sadece fruktoz – glukoz içerikli mısır şekeri üretilmekte ve fruktoz – glukoz içerikli mısır şekeri için kota tahsis edilmektedir (Beyaz şeker kotası: %0, fruktoz – glukoz içerikli mısır şekeri kotası: %100).
- Sekiz AB ülkesinde (Almanya, Belçika, İspanya, İtalya, Macaristan, Polonya, Portekiz\* ve Slovakya) hem beyaz şeker hem de fruktoz – glukoz içerikli mısır şekeri üretimi bulunmakta ve her iki şeker türüne de kota tahsisi yapılmaktadır (Beyaz şeker kotası: %32,37- 98,08; fruktoz – glukoz içerikli mısır şekeri kotası: %1,92- 67,63).

**(\* Portekiz genelinde her iki şeker türünün de üretilmesine karşın, fruktoz – glukoz içerikli mısır şekeri sadece Portekiz-Anakara'da, sakaroz ise sadece Portekiz-Azor adalarında üretilmektedir.)**

AB'de, 2006/2007'de şeker rejiminde reform yapılarak sektördeki verimsiz işletmelerin üretimden çekilmesi sağlanmış, şeker ve pancar fiyatlarında % 40 civarında indirim yapılmıştır. Bu suretle;

- 2006/2007'de beyaz şeker üretimi yapan ülke sayısı 22'den 19'a, fruktoz – glukoz içerikli mısır şekeri üretimi yapan ülke sayısı 15'ten 9'a düşmüş,
- Yunanistan, Fransa, İngiltere, Hollanda, Romanya, Finlandiya, İsveç fruktoz – glukoz içerikli mısır şekeri üretiminden çekilmiş,



- Bulgaristan, Letonya, Slovenya beyaz şeker üretiminden çekilmiş,
- Beyaz şeker AB toplam kotası 16,9 milyon tondan 13,3 milyon tona düşmüş,
- Fruktoz – glukoz içerikli mısır şekeri AB toplam kotası 687 bin ton KM (kuru madde)'den 690 bin ton KM'ye yükselmiş,
- Fruktoz – glukoz içerikli mısır şekerinin AB toplam kotası içindeki payı 3,90'dan 4,92'ye (glukoz hariç ve kuru madde bazında) yükselmiştir.  
AB'nin glukoz üretiminin yaklaşık 4,5 milyon ton olduğu, bu miktarın her yıl yaklaşık 60 bin tonunun ihraç edildiği, 4,44 milyon tonunun AB içerisinde kullanıldığı, kuru madde bazında 690 bin ton olarak belirlenen fruktoz – glukoz içerikli mısır şekeri kotasının ticari bazdaki karşılığının yaklaşık 920 bin ton olduğu, AB nüfusunun 501 milyon olduğu dikkate alındığında AB'de yılda kişi başına tüketilen nişasta bazlı şeker miktarı 10,7 kg olmaktadır.

AB uygulaması ile mukayese edilebilir gerçek oranı bulmak için mısır şekeri içinde yer alan glukozu çıkarıp, geriye kalan fruktozu da kuru madde bazına getirmek gerekir.

Çizelge : 6'da yer alan verilere göre 8 yıl ortalaması 264,000 mt fruktoz – glukoz içerikli mısır şekeri kotasının kuru madde karşılığı 198,000 mt (  $264,000 * \%75$  )'yi pancar şekeri kotası 2,177,000 mt ile toplayarak elde edilen 2,375,000 mt Türkiye A kotası içindeki payı ise %10.8'dir.

Diğer bir karşılaştırmada; 501 milyon nüfuslu AB topluluğunda glukoz ve fruktoz-glukoz içerikli toplam mısır şekeri tüketimi kişi başına ortalama 10.7 kg iken, aynı hesaplama 75 milyon nüfuslu ülkemiz için yapıldığında karşımıza, AB tüketiminin yarısından daha azına karşılık gelen kişi başı 4.7 kg tüketim miktarı çıkmaktadır.

## 2.ŞEKER TÜKETİMİ İLE SAĞLIK ARASINDA NASIL BİR İLİŞKİ VARDIR?

Şekerler saf karbonhidrattır ve yoğun enerji kaynağıdır. Kompleks karbonhidratlar (nişasta) ve lifler (posa) ise diğer karbonhidrat türleridir. Bazı posa öğeleri dışındaki tüm karbonhidrat türleri, insan vücudunda sindirim sırasında şekerlere dönüşür. Şekerler ve nişasta, diğer besinlerde de doğal olarak bulunur.

Diyette karbonhidrat azaltılınca, diyet proteinlerinin büyük kısmı glukozla çevrilmektedir. Bu nedenle öğünlerin içeriğinde karbonhidrat, protein ve yağdan gelen enerji sırasıyla % 55-60, % 10-15 ve % 25-30 olmalıdır. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) günlük enerji alımının% 10'unun şekerden gelmesi gerektiğini kabul etmektedir.

Ülkemizde, pancardan ve mısırdan elde edilen şekerlerin "besin değerleri" aynı olup, gramları yaklaşık 4,1 kcal'dir. İnsan vücudunda her iki şeker de aynı şekilde algılanır, sindirilir ve vücudun ihtiyacı olan enerjinin sağlanmasında kullanılır.





Sağlıklı yaşamın temeli “yeterli ve dengeli” beslenmedir. Tüm gıda ve içeceklerin “yeterli ve dengeli” tüketilmesi gerektiği tartışılmaz bir gerçektir. Tüm gıdalar gibi şekerin de yeterli miktarda alınması önemlidir.

Dünyada bugüne kadar yapılan araştırmalarda şeker tüketimi ile herhangi bir hastalık arasında doğrudan bir ilişkinin varlığı tespit edilememiştir.

Son günlerde kamuoyuna yansıtılan, bilimsel temeli olmayan çeşitli haberlere karşı Sağlık Bakanlığı Bilimsel Danışma Kurulu yaptığı açıklamayla konuya açıklık getirmiştir.

Sağlık Bakanlığı Bilimsel Danışma Kurulu, **“Yapılmış olan çeşitli araştırmalar neticesinde, fruktozun pankreas kanserine neden olduğunu kanıtlayacak ve kanserle ilişkilendirecek bir bilimsel kanıt bulunmamaktadır. Bu nedenle fruktozun pankreas kanseri yaptığı yönündeki iddialar uluslararası bilim camiasında kabul görmemiştir. Pankreas kanserine neden olan en önemli faktörlerin sigara, alkol ve obezite olduğu yapılan araştırmalarla kanıtlanmış olup bilim adamlarınca tartışmasız bir gerçek olarak kabul edilmektedir.”** açıklamasını yapmıştır (Ek-2).

Ulusal Beslenme Platformu da son dönemde medyada yer alan iddialar nedeni ile bir açıklama yaparak açıklamada **“Normal şekerde (çay şekeri) olduğu gibi, yeterli ve dengeli beslenme kuralları çerçevesinde glukoz ve fruktozdan oluşan Nişasta Bazlı Şekerlerin de normal miktarda tüketildiği takdirde insan sağlığına zararlı olduğuna dair henüz geçerli bilimsel kanıt ortaya konmamıştır. Ancak, diğer gıda maddelerinde de olduğu gibi, uzun süreli ve fazla miktarda tüketilmesi insan sağlığını olumsuz etkileyebilir.”** ifadesine yer vermiştir (Ek-3).



## EK-1 ABD BÜYÜKELÇİLİĞİ - MISIR ŞEKERİ HAKKINDA BASIN AÇIKLAMASI

4 ŞUBAT 2011

ABD hükümetinin şeker politikaları ile ilgili Türk basınında son günlerde bazı hatalı haberler yer almaktadır. Bu hususta bazı gerçekleri açıklığa kavuşturmak isteriz.

- Mısır şekeri, 1983 yılında gıda amaçlı tüketim için güvenli olarak sınıflandırılmış ve bu karar 1996 yılında yeniden teyit edilmiştir. ABD Gıda ve İlaç Dairesi (FDA) mısır tatlandırıcılarının durumunda herhangi bir değişiklik yapmamıştır.
- Amerikalı üreticiler diledikleri kadar mısır şekeri üretebilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nin mısır bazlı tatlandırıcıların üretimi için koymuş olduğu bir kota yoktur ve tedariki kontrol etmez. Üretim kotası olmadığı için, kotanın azaltıldığına dair iddialar da yanlışdır.
- Mısır şekeri tüketimi Amerika'da herhangi bir şekilde sınırlandırılmış ya da yasaklanmış değildir. ABD'de mısır bazlı tatlandırıcıların veya kalorik tatlandırıcıların (şeker katkılı) günlük tüketimine dair bir sınırlama getirilmemiştir.
- Amerika'daki gıda ve içecek üreticileri uygun gördükleri miktarda mısır şekeri veya diğer onaylı tatlandırıcıları kullanabilmektedir. Amerika'da üretilen bir gıda maddesinin içerebileceği maksimum mısır şekeri miktarı gibi bir sınırlama da söz konusu değildir.
- Amerikan halkı mısır tatlandırıcılarını tüketmektedir. Aslında, mısır şekeri tüketimi (piyasadaki toplam tatlandırıcıların yüzdesi olarak) Amerika'da dünyanın geri kalanından daha yüksektir. Mısır şekeri tüketimi Amerika'daki toplam kalorik tatlandırıcı tüketiminin yaklaşık %39'una tekabül etmektedir.
- 2009 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde 8,5 milyon ton mısır şekeri üretilmiş ve bunun 8,02 milyon tonu, yani %94'ü da yine Amerika Birleşik Devletleri'nde tüketilmiştir.
- Amerika Birleşik Devletleri'nde 2009 yılında kişi başı ortalama mısır şekeri tüketimi yıllık 22,7 kg olmuş, toplam mısır bazlı tatlandırıcıları 29,8 kg ve tüm kaynaklardan toplam tatlandırıcıları ise 59,2 kg olmuştur.
- Mısır şekeri, doğal bir hububat olan mısırdan elde edilmektedir. Hiçbir yapay veya sentetik bileşen ya da renklendirici içermediğinden, "doğal" teriminin kullanılması konusunda ABD Gıda ve İlaç Dairesi'nin şartlarına da uygundur.



## EK-2 SAĞLIK BAKANLIĞI,“NİŞASTA BAZLI ŞEKER”LE İLGİLİ BİLİM KURULU RAPORU

Son zamanlarda bazı medya kuruluşlarında, mısır şurubundan elde edilen ve früktoz olarak adlandırılan nişasta kaynaklı şekerin pankreas kanserine yol açtığı, insan vücudunda yağ şeklinde birikerek şişmanlamaya sebep olduğu ve şeker hastalığının ortaya çıkmasında rol oynadığı yönünde çeşitli haberler yer almıştır.İddiaları dile getiren kişiler, früktozun çikolata, gofret, şekerlemeler, gazlı içecekler ve benzeri gıda maddelerinin içine konmasının yasaklanması ve üretim kotasının düşürülmesi yönünde taleplerde bulunmuşlardır.

Konunun kamuoyu önünde tartışılarak vatandaşlarımızın tereddüt ve endişe içine düşmesine neden olması nedeniyle Sağlık Bakanlığı, iddiada bulunan kişileri ve konunun uzmanlarından oluşan bilim adamlarını bir araya getirerek ileri sürülen iddiaların bizzat sahipleri tarafından dile getirilmesini sağlamış, akabinde Bilimsel Danışma Kurulunu toplayarak konu hakkında gerekli incelemenin yapılarak neticenin kamuoyuna duyurulmasını talep etmiştir.Bilimsel Danışma Kurulu, iddia sahiplerinin ileri sürdükleri delilleri, nişasta kaynaklı şekerin insan vücuduna olan etkileri hakkında dünyada yapılmış olan bilimsel araştırmaları ve diğer ülkelerin bu konu hakkındaki uygulamalarını ayrıntılı olarak inceleyerek oluşturmuş olduğu görüşünü kamuoyu ile paylaşmak üzere bir basın toplantısı düzenlemeyi gerekli görmüştür.

Bilimsel kurulun konuyla ilgili olarak yapmış olduğu inceleme ve çalışmaların neticesinde oluşturmuş olduğu görüş ve tavsiyeleri şunlardır:

1. Yüksek fruktozlu mısır şurubu ya da nişasta bazlı şeker olarak gündeme getirilen früktoz, gıdalarda hiçbir zaman tek başına bulunmayıp, halk arasında şeker adıyla bilinen glükozla beraber yer almaktadır. Bahsedilen şeker cinsleri vatandaşlarımızın günlük olarak kullandığı çay şekerinin içinde de beraber bulunmaktadır.
2. Gıda maddelerinde beraberce bulunmalarından dolayı glukoz ve fruktozdan ibaret şeker ile nişasta bazlı şeker arasında insülin salgılanması ve tokluk duygusu veren hormonlar üzerindeki etkileri yönünden bir farklılık bulunmamaktadır.
3. Yapılmış olan çeşitli araştırmalar neticesinde, fruktozun pankreas kanserine neden olduğunu kanıtlayacak ve kanserle ilişkilendirecek bir bilimsel kanıt bulunmamaktadır. Bu nedenle fruktozun pankreas kanseri yaptığı yönündeki iddialar uluslararası bilim camiasında kabul görmemiştir. Pankreas kanserine neden olan en önemli faktörlerin sigara, alkol ve obezite olduğu yapılan araştırmalarla kanıtlanmış olup bilim adamlarınca tartışmasız bir gerçek olarak kabul edilmektedir.
4. Mevcut beslenme şeklimizde fruktozun, yalnız başına tüketilmesinin mümkün olmadığı, bu nedenle fruktozun insülin direnci ve şeker hastalığına yol açacağı yönündeki iddiaların da yeterli bilimsel kanıtlarla desteklenemediği görülmektedir.
5. Kişilerde obezite oluşmasının temel nedeni; vücuda alınan enerji ile harcanan enerji arasındaki dengenin bozulması ve harcanandan daha çok enerji alınmasıdır. Sadece nişasta bazlı şeker değil şeker olarak adlandırılan tüm maddelerin fazla miktarda tüketimi bu dengeyi bozarak obeziteye yol açmaktadır.
6. Gıdaların doğal yapısında bulunan şeker dışında, gıdaya üretim aşamasında eklenen şekerler ile çay şekeri olarak adlandırılan sakarozun toplam günlük alım miktarı, ihtiyaç duyulan günlük enerji miktarının % 10'unu geçmemelidir. Bu nedenle vatandaşlarımızın, günlük gıda ihtiyacını karşılarken sadece fruktoz içeren şekerli gıdalar değil içinde şeker içeren tüm gıdaların alımında dikkatli olmaları ve fazla tüketimden kaçınmaları büyük önem taşımaktadır.



7. Bu bilgiler ışığında, kamuoyunda tereddütlere neden olan fruktoz iddialarının bugün itibarı ile yeterli bilimsel zemini olmadığı anlaşılmıştır.

**Doç. Dr. Serdar Güler**

**Sağlık Bakanlığı Bilimsel Danışma Kurul Başkanı**



### **EK-3 ULUSAL BESLENME PLATFORMU KAMUOYU AÇIKLAMASI**

Son günlerde ülkemizde fruktoz ve nişasta bazlı şekerlerin insan sağlığını olumsuz yönde etkilediğine yönelik tartışmalar yazılı ve görsel basında sürdürülmektedir. Bu tartışmalarda doğru ile yanlış birbirine karıştırılmış ve halkımızın kafasında gereksiz şüpheler uyandırılmıştır. Toplum sağlığının korunmasında, sağlıklı ve dengeli beslenmenin yaygınlaştırılmasında ülkemize ve halkımıza karşı sorumluluğumuzun gereği olarak konuya ilişkin görüşlerimizi kamuoyunun bilgisine sunuyoruz.

#### **Şeker Nedir?**

Gıdalarda doğal olarak bulunan ve tatlı tadı veren glukoz, fruktoz ve sakaroz benzeri maddeler, topluca “şeker” olarak adlandırılırlar. Türkiye’de ticari ölçekte üretilmekte olan şekerler, şeker pancarından elde edilen “çay şekeri” sakaroz ile mısırdan elde edilen “mısır şekeri” fruktoz-glukoz karışımlarıdır. Ancak sakaroz da kimyasal olarak yarı yarıya glukoz ve fruktozdan oluşmaktadır. Gerek pancar şekerinin (çay şekeri) gerek mısır şekerinin 1 gramı vücuda 4 kilokalori enerji verir. Esasen çay şekeri (sakaroz) de vücuda alındıktan sonra midenin asitli ortamında ve bağırsaklarda inversiyona uğrayarak yarı yarıya glukoz ve fruktoza dönüşür. Böylece çay şekeri ile mısır şekeri tüketmek arasında bileşim itibarıyla herhangi bir fark olmadığı anlaşılmalıdır.

#### **Fruktoz Nedir?**

Fruktoz, çeşitli meyvelerde ve balda doğal olarak bulunan basit bir şekerdir. Özelliği sakarozla göre %30 daha tatlı olması ve vücutta emiliminin glukozdan daha yavaş gerçekleşmesidir. Doğal bir şeker olan fruktoz, meyvelerde yaygın olarak bulunması nedeniyle “meyve şekeri” olarak da adlandırılmaktadır.

#### **Nişasta Bazlı Şeker (NBŞ) Nedir?**

NŞB, mısırdan bulunan nişastanın işlenmesiyle elde edilen glukoz ve fruktoz içeren şekerler olarak tanımlanmaktadır. Mısırdan üretildiği için “mısır şekeri” veya “mısır şurubu” olarak da adlandırılmaktadır.

Türkiye’de iki çeşit mısır şekeri üretilmektedir. Fruktoz42 denilen mısır şekerinde fruktoz / glukoz oranı 42/58, Fruktoz55 denilen mısır şurubunda ise bu oran 55/45’dir. Doğal balın bileşiminde de fruktoz ve glukoz yaklaşık olarak yarı yarıya bulunmaktadır. Bilimsel açıdan değerlendirildiğinde, sakkarozun yani çay şekeri veya toz şekerin da %50’si fruktoz, %50’si de glukozdur. Görüleceği üzere, çay şekeri, “nişasta bazlı fruktoz şurubu” da denilen mısır şekeri ile hemen hemen aynı bileşime sahiptir.

#### **Nişasta Bazlı Şeker Tüketimi Kansere Neden Olur mu?**

Tıbbi bilimsel kaynaklara ve uluslar arası sağlık kuruluşlarının yaptığı değerlendirmelere göre nişasta bazlı şeker tüketiminin kansere neden olduğunu gösteren güvenilir bir klinik bilimsel çalışma bulunmamaktadır. Oysa konu ile ilgili çeşitli iddiaların aksine pankreas kanseri ile mısır şurubu tüketimi arasında kanıta dayalı, ciddi bir klinik araştırma bulunmamasına rağmen pankreas kanseri ile ilgili sigara, obezite, diyabet, kronik pankreatit gibi faktörlerin etkinliği üzerinde literatürde çok sayıda güvenilir bilimsel yayın bulunmaktadır.



## Mısır Şekeri veya Nişasta Bazlı Şeker Tüketimi, Obezite, Diyabet, İnsülin-Direnci, Karaciğerde Yağlanma Nedeni midir?

İnsanlarda, yüksek doz mısır şurubu (NBŞ) alımı ile riskli kişilerde vücut ağırlığı artışı, kanda trigliserit yüksekliği ve karaciğerde yağlanma gelişebileceği, kan şekeri değerini olumsuz etkileyebileceği yönünde farklı bilimsel çalışmalar bulunmaktadır. Ancak genel beslenme kurallarına uyarak diyetle mısır şurubu (NBŞ) alımı ile obezite, trigliserit birikimi ve insülin direnci gibi sağlık risk göstergeleri arasında bir bağlantı olduğunu gösteren geçerli bilimsel bir kanıt bulunmamaktadır. Ayrıca fruktozun glukoza göre glisemik endeksi düşük olması nedeniyle sağlıklı kişilerde diyabet oluşturma riski daha düşüktür.

Her gıda maddesinde olduğu gibi **günlük alım miktarı** önemlidir. Gereğinden fazla alınan her gıda maddesi vücuda zararlıdır. En sağlıklı olduğu düşünülen gıdaların bile gereğinden fazla tüketildiğinde insanlara zarar verebileceği, hastalıklara neden olabileceği artık bilinmektedir. Bu nedenle beslenme biliminde “**yeterli ve dengeli beslenme**” önem taşımaktadır. Burada aşırı enerji yüklü diyetle beslenen bireylerin şişmanlayacağı ve şişmanlığın da birçok kronik hastalığın habercisi olduğunu belirtmek gerekmektedir.

Deneyim ve birikimlerimize dayanarak ve uluslararası bilimsel araştırmaların değerlendirilmesi sonucunda bugün için fruktoz ve glukoz içeren nişasta bazlı şekerlerin normal tüketim miktarlarına uyulduğu takdirde yukarıda belirtilen hastalıklar arasında bir ilişki kurulamayacağı kanısındayız.

### Sonuç olarak;

1. Birey ve toplum sağlığının korunmasında yeterli ve dengeli beslenme ile fiziksel aktivite esastır.
2. Yeterli ve dengeli beslenme bireysel özelliklere dikkat edilerek, gıda çeşitliliği içerisinde enerji ve besin öğelerinin gerekli miktarlarda alınması ile sağlanır. Tüm besin öğelerinin yetersiz ya da fazla alınması insan sağlığını olumsuz etkiler.
3. Normal şekerde (çay şekeri) olduğu gibi, yeterli ve dengeli beslenme kuralları çerçevesinde glukoz ve fruktozdan oluşan nişasta bazlı şekerlerin de normal miktarda tüketildiği takdirde insan sağlığına zararlı olduğuna dair henüz geçerli bilimsel kanıt ortaya konmamıştır. Ancak, diğer gıda maddelerinde de olduğu gibi, uzun süreli ve fazla miktarda tüketilmesi insan sağlığını olumsuz etkileyebilir.
4. Yeterli ve dengeli beslenmenin gereği olarak, doğal besinlerimizle aldığımız şekerlerin dışında, tatlandırma amacıyla gıda ve içeceklerle dışarıdan eklenen her türlü şeker miktarının günlük kalori alımımızın %10'unu geçmemesine dikkat edilmesi hususu, sağlığın korunması açısından bugün için yapılabilecek en doğru öneridir.

Kamuoyunun bilgisine saygıyla sunarız.



### Ulusal Beslenme Platformu Yönetim Kurulu

Prof. Dr. Perihan Aslan  
Hacettepe Üniversitesi  
Sağlık Bilimleri Fakültesi  
Beslenme ve Diyetetik Bölümü

Prof. Dr. Mehmet Pala  
Prof. Dr. İlhan Yetkin  
Yıldız Teknik Üniversitesi  
Kimya Mühendisliği Bölümü  
Hastalıkları Bilim Dalı

Prof. Dr. H. Tanju Besler  
Hacettepe Üniversitesi  
Sağlık Bilimleri Fakültesi  
Beslenme ve Diyetetik Bölümü

Prof. Dr. Filiz Açıktur  
Haliç Üniversitesi Sağlık Bilimleri  
Yüksek Okulu, Beslenme ve Diyetetik Bölümü

Prof. Dr. M. Temel Yılmaz  
İstanbul Üniversitesi Tıp Fakültesi  
Endokrinoloji ve Metabolizma  
Hastalıkları Bilim Dalı  
Türkiye Diyabet Vakfı Başkanı

Gazi Üniversitesi Tıp Fakültesi  
Endokrinoloji ve Metabolizma

Prof. Dr. Artemis Karaali  
Yedi Tepe Üniversitesi  
Gıda Mühendisliği Bölümü



## ÇİKOLATA VE ŞEKERLEME SEKTÖRÜ

### GİRİŞ

#### 1. SEKTÖRÜN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Şeker ve şekerli mamuller denilince akla toz ve kesme şeker, pudra şekeri, sert ve yumuşak şekerlemeler, helva, lokum, sakız, bal ve çikolatalı ürünler gelmektedir.

Türkiye’de, şekerli ve çikolatalı mamuller sektörünün başlangıcı, yöreden sağlanan hammaddelerle küçük imalathanelerde lokum, helva ve akide şekeri gibi geleneksel Türk şekerlemelerinin üretimine dayanmaktadır. Cumhuriyetin ilanından kısa bir süre sonra, 1926 yılında Uşak’ta açılan ilk pancar şekeri fabrikası ile birlikte lokum, helva gibi ürünlerin üretiminde yavaş da olsa artış yaşanmaya başlamıştır. Bu artış ülkemizde açılan diğer şeker fabrikaları ile devam etmiş, buna paralel olarak geleneksel şekerleme ürünleri üretimi yapan atölye büyüklüğündeki işletmelerin sayısı da artmıştır. Aynı dönemlerde ülkemizin ilk çikolata fabrikası da hizmete girmiş ve tüketici çikolata ile tanışmıştır. 1986 yılında Adana’da kurulan ilk nişasta bazlı şeker fabrikası ile sektörün ihtiyacı olan hammadde üretiminde çeşitlilik, aynı zamanda da bir artış yaşanmıştır. Günümüzde ticaretin de serbestleşmesiyle birlikte, geleneksel olarak yapılan üretimin yanında, modern üretim teknolojilerinin de kullanıldığı bir sektör haline gelmiştir. 80’li yıllarla birlikte ticaretin gelişmeye başlaması, teşvik uygulamalarının artması doğal olarak yatırımların da artmasına neden oldu. Bu gelişmeler, sadece sektörümüzün değil ilişkili diğer sektörlerin de büyümesini sağladı. Bu sektörler arasında ham madde, yardımcı madde ve ambalaj malzemeleri üreten sektörleri sayabiliriz. Günümüzde, geleneksel üretim yöntemleriyle birlikte modern üretim teknolojisinin de kullanıldığı sektör, gıda sanayi içinde yer alan, üretiminde kullanılan hammaddeler, yardımcı maddeler ve ambalaj malzemeleri ile yan sanayisini de geliştiren önemli sektörlerden bir tanesi durumuna gelmiştir.

Lokum ve helva gibi geleneksel şekerli ürünlerimizle başlayan Türk çikolata ve şekerli mamuller sektörü, şekerli ve çikolatalı mamuller Türkiye’nin hemen hemen her ilinde ve ilçesinde üretilmekte, sektörde büyük, orta ve küçük işletmeler birlikte yer almaktadır. Daha çok İstanbul, İzmir, Ankara, Afyon, Konya, Kocaeli, Antep ve Samsun sektörün yoğun olarak yapıldığı illerdir.

Sektöre ait ürün yelpazesinin çok geniş olması, firmaların ekipmanlarında değişiklikler yaparak çeşitli ürünleri değişik zamanlarda üretebilmeleri ve fabrikalarda üretimin genelde 3 vardiya, küçük üreticilerde tek vardiya hatta mevsimlik üretim olması söz konusu olduğundan, ürün bazında üretici firma sayısını ve üretim kapasitesiyle ilgili rakamları kesin olarak tespit etmek oldukça güçtür.

Yabancı sermayeli yatırım teşvik belgesi almış firmaların da faaliyette bulunduğu sektörde, lokum, helva ve şekerleme üretiminin büyük bir bölümü küçük ölçekli işletmelerce, çiklet, çikolata ve çikolata mamullerinin tamamına yakını ise 50 ve daha fazla işçi çalıştıran işletmelerce gerçekleştirilmektedir.





Şekerlemeler genellikle eritme, pişirme, şekillendirme, soğutma ve ambalajlama işlemlerinden geçirilerek üretilmektedir. Modern üretim teknolojisi kullanan işletmelerde her ürün çeşidi için ayrı üretim hattı kullanılmakta, bu durum sabit yatırımların yüksek olmasını gerektirmektedir. Şekerli ve çikolatalı mamul satışlarının mevsimsel özellikler göstermesi özellikle kış aylarında ve dini bayramlarda talebin en yüksek seviyeye ulaşması nedeniyle, üretici firmalar stoklar için de önemli harcamalarda bulunmaktadır. Bu açıdan bakıldığında, şekerli ve çikolatalı mamuller sermaye yoğun bir işkolu olarak göze çarpmaktadır. Ancak, sektörün özelliği ve geleneksel üretimin emek gücüne dayanıyor olması nedeniyle, sektör sermaye ve emek yoğun bir sektör olarak ele alınabilmektedir.

Türkiye'nin 2010 yılı çikolata ve şekerleme üretimi yaklaşık 760 bin tondur. Ülkemiz, bu üretim miktarı ile dünya üretiminden yaklaşık %5 pay almaktadır. Pazarın yıllık değeri de yaklaşık 5 milyar TL civarındadır.

Türkiye Gıda ve İçecek Sanayii Dernekleri Federasyonu (TGDF)'nin TÜİK verilerinden derleyerek yaptığı 2010 yılı gıda ve içecek sektörü envanteri verilerine göre şekerleme ve çikolata üreten iş yeri sayısı 899 olup, sektördeki çalışan sayısı ise 20.176'dır. Bu sektörümüzün üretim kapasitesi 2.616.136 ton olup yaptığı üretimin değeri ise 4.605 milyon TL, satış cirosu ise 5.099 milyon TL'dir (Çizelge 1).

**Çizelge 1: Türkiye Çikolata ve Şekerleme Sektörü İşyeri Adedi, Üretim Kapasitesi, Üretim, Satış üretim, tüketim, ihracat ve ithalat rakamları**

Yıllar	İşyeri adedi	Üretim Kapasitesi (ton)	Üretim (Milyon TL)	Satış Ciroları (Milyon TL)	Çalışan sayısı
2006	873	1.307.709	3.308	3.442	18.123
2007	964	2.542.306	3.773	4.213	20.378
2008	899	2.616.136	4.605	5.099	20176

**Kaynak:** TÜİK, ŞEMAD verileri

Çikolata ve çikolatalı ürünler üretim ve tüketimi dünyada %2'ler seviyelerinde büyürken Türkiye'de bu rakamlar %10'lar seviyelerindedir. 2010 yılı üretimi 326.093 ton ve tüketim de 203.609 ton olmuştur. Dünyada ise yılda 6 milyon ton çikolata üretilmekte ve tüketilmektedir. Tüketim ve üretimin yüzde 40'ı Avrupa'nın elindedir. ABD'nin payı ise yüzde 30'dur.

Gelişmiş ülkelerle karşılaştırıldığında, Türkiye'de kişi başına şekerli ve çikolatalı mamuller tüketiminin oldukça düşük olduğu bilinmekle birlikte, son yıllarda tüketimin artmakta olduğu görülmektedir. Türkiye'nin genç bir nüfusa sahip olması ve mevcut tüketimin oldukça düşük bulunması nedeniyle, sektör ürünlerine olan talepte gelecek yıllarda düzenli artışlar olması beklenmektedir.

AB ülkelerinde ortalama kişi başına çikolata tüketimi 10 kilogramı buluyor. Özellikle İsviçre hem üretim, hem de tüketimde önde gidiyor. İsviçre'de yılda kişi başına tüketim 11kg, İngiltere'de ve İrlanda'da 10kg., Almanya'da 9 kg., Avusturya'da 6,2 kg., Rusya'da 3 kg., Türkiye'de 2,5 kg. dir.



**Çizelge 2: Türkiye Çikolata Üretim, Tüketim, İhracat Ve İthalat Rakamları**

Yıllar	Üretim	Tüketim	İhracat		İthalat		Dış Ticaret Dengesi
	Ton	Ton	Miktar (ton)	Değer(1000 US dolar)	Miktar (ton)	Değer(1000US dolar)	Değer(1000US dolar)
2006	253.811	161.421	105.445	241.714	13.055	58.484	183.230
2007	298.807	175.948	136.135	324.639	13.276	36.051	288.588
2008	301.917	188.265	128.959	355.512	15.307	41.537	313.975
2009	301.004	193.913	122.854	328.685	15.763	77.166	215.519
2010	326.093	203.609	138.544	364.537	16.060	89.227	275.310

**Kaynak:** TÜİK, ŞEMAD verileri

Türkiye'nin Çikolatalı mamul ihracatı 2010 yılında %11 oranında artarak 138.554 ton ve 364,537 milyon ABD doları olmuştur. Türkiye'nin ülkeler itibariyle çikolatalı ürünler ihracatı incelendiğinde geçen yıl ilk sırada yer alan Irak'a ihracat %1 oranında artarak 76,2 milyon dolara ulaştığı görülmektedir. Bu ülkeyi 38,2 milyon dolarla Cezayir, 17,5 milyon dolarla Libya, 13,5 milyon dolarla BAE, 10,9 milyon dolarla İsrail takip etmiştir. İsrail'in ardından 10,6 milyon dolarla Tacikistan 10,5 milyon dolarla Yemen 10,0 milyon dolarla Suudi Arabistan 8,9 milyon Dolarla Azerbaycan ve 8,8 milyon dolarla İran takip etmiştir. Çikolatanın beşiği kabul edilen Almanya, Belçika ve Avusturya gibi ülkelere de çikolata ihracatı yapılmakta olup bu ülkelere yapılan ihracat %1'ler seviyesindedir (Çizelge 2,3).

**Çizelge 3: Ülkeler Bazında Çikolata ihracatı**

Ülkeler	Çikolatalı Mamuller	
	Değer(1000 US dolar)	Oran (%)
Irak	76,253	20,9
Cezayir	38,295	10,5
Libya	17,582	4,8
BAE	13,581	3,7
İsrail	10,952	3,0
Tacikistan	10,572	3,0
Yemen	10,534	3,0
Suudi Arabistan	10,074	3,0
Azerbaycan	8,887	2,4
İran	8,817	2,4
Diğerleri	172.938	46,5
<b>TOPLAM</b>	<b>367,951</b>	<b>100,0</b>

**Kaynak:** İGEME verileri



2010 yılında çikolatalı mamul ithalatı 16.060 ton ve 78,199 milyon dolar olmuştur. İthalatın %38'i Polonya, %12'si Almanya ve %10'u İtalya'dan yapılmaktadır (Çizelge 2,4).

Çikolatalı mamul dış ticaret dengesine bakıldığında devamlı artı değer verdiği görülmekte olup 2010 yılında 275.310 bin dolar artı vermiştir.

**Çizelge 4: Ülkeler Bazında Çikolata İthalatı**

Ülkeler	Çikolatalı Mamuller	
	Değer(1000 US dolar)	Oran(%)
Polonya	34,225	38,3
Almanya	10,954	12,2
İtalya	9,688	10,8
Slovakya	7,004	7,8
Belçika	6,567	7,3
Bulgaristan	5,786	6,4
İsviçre	4,383	4,9
Hollanda	3,808	4,2
Şili	1,874	2,1
Fransa	1,539	1,7
Diğer	14.427	16.1
<b>TOPLAM</b>	<b>89,227</b>	<b>100,0</b>

**Kaynak:** İGEME verileri

Türkiye'nin 2010 yılında şekerleme üretimi 460.000 ton tüketimi 368.000 ton, ihracatı ise 102.991 ton ve 278.972milyon ABD doları olmuştur. Şekerli mamul ihracatında çikletin önemli bir yeri bulunmaktadır. 2010 yılında çiklet ihracatı 50 milyon dolar olmuştur. Çiklet ihracatının yapıldığı en önemli ülke Irak'tır. Bu ülkeye yapılan ihracat 2010 yılında 5,35 milyon dolar olmuştur. Bu ülkeyi 5 milyon dolarla Danimarka, 4,6 milyon dolarla Finlandiya, 2,6 milyon dolarla İran ve 2,5 milyon dolarla Fransa takip etmektedir (Çizelge 5).

Şekerli mamul ihracatının diğer önemli kalemleri 96 milyon dolarla sakızlı ve jöleli diğer şekerler, 67,7 milyon dolarla jöleli şekerler, 30,8 milyon dolarla kakao içermeyen şekerli mamuller, 15,4 milyon dolarla helva ve 15,3 milyon dolarla lokum ihracatı olmuştur(Çizelge 6)



**Çizelge 5: Türkiye Şekerli Mamul Üretim, Tüketim, İhracat ve İthalat Rakamları**

Yıllar	Üretim	Tüketim	İhracat		İthalat		Dış Ticaret Dengesi
	Ton	Ton	Miktar (ton)	Değer(1000 US dolar)	Miktar (ton)	Değer(1000 US dolar)	Değer(1000 US dolar)
2007			94.826	241.376	1.892	7.394	233.982
2008			102.188	287.851	4.060	16.628	271.223
2009			94.296	256.466	3.486	15.618	240.848
2010	460.000	368.000	102.991	278.972	2.373	10.074	268.898

Kaynak: TÜİK, İGEME verileri

**Çizelge 6: Türkiye'nin Şekerli ve Çikolatalı Mamuller İhracatı (M=Miktar: Ton, D=Değer: 1.000 US Dolar)**

Mamul	2007		2008		2009		2010	
	M	D	M	D	M	D	M	D
Ciklet	23.475	66.571	16614	59.840	10.989	37.721	13.990	50.117
Sakızlı şekerler	147	395	199	465	721	1.999	1.305	3.503
Jöleli şekerler	17.441	43.360	23.341	61.398	26.580	70.655	25.141	67.767
Sakızlı ve jöleli diğer şeker mamulleri	37.112	81.664	43.389	105.679	37.966	93.440	42.361	95.995
Helva	7.206	17879	6.451	20.229	4.830	14.504	5.426	15.435
Lokum	3.475	11.717	4.738	14.297	4.286	12.840	4.306	15.336
Kakao içermeyen diğer şekerli mamuller	5.970	19.790	7.528	26.097	8.924	25.307	10.462	30.819
Çikolata ve kakaolu mam.	136.135	324.642	128.958	355.486	122.835	328.641	137.256	364.537
<b>Toplam</b>	<b>230.961</b>	<b>566.018</b>	<b>231.218</b>	<b>643.491</b>	<b>217.131</b>	<b>585.107</b>	<b>240.247</b>	<b>643.509</b>

Kaynak: TÜİK, İGEME verileri

Türkiye'nin ülkeler itibariyle şekerli ürünler ihracatı incelendiğinde geçen yıl ilk sırada yer alan Irak'a ihracatın 34,1milyon dolara ulaştığı görülmektedir. Bu ülkeyi 20,1 milyon dolarla ABD, 17,8 milyon dolarla İngiltere, 14,4 milyon dolarla Almanya, 12,7 milyon dolarla Romanya takip etmiştir. Romanya'nın ardından 8,3 milyon dolarla Rusya, 8 milyon dolarla İsrail, 7,9 milyon dolarla İran, 7,2 milyon Dolarla Kazakistan ve 7,2 milyon dolarla Bulgaristan takip etmiştir (Çizelge 7).



**Çizelge 7: Ülkeler Bazında Şekerleme ihracatı**

Ülkeler	Şekerleme Mamulleri	
	Değer(1000 US dolar)	Oran(%)
Irak	34.152	12,2
ABD	20.113	7,2
İngiltere	17.793	6,4
Almanya	14.408	5,2
Romanya	12.751	4,6
Rusya Federasyonu	8.313	3,0
İsrail	8.020	2,9
İran	7.999	2,9
Kazakistan	7.274	2,6
Bulgaristan	7.210	2,6
Diğerleri	140.940	50,4
<b>TOPLAM</b>	<b>278.972</b>	<b>100,0</b>

**Kaynak:** İGEME verileri

2010 yılında şekerli mamul ithalatı 2.373 ton ve 10.074 milyon dolar olmuştur. İthalatın %22,2'i Hollanda, %16,6'sı Almanya ve %8,3'ü İspanya'dan yapılmaktadır (Çizelge 8).

Şekerli mamul dış ticaret dengesine bakıldığında devamlı artı değer verdiği görülmekte olup 2010 yılında 268.898 bin dolar artı vermiştir.

**Çizelge 8: Ülkeler Bazında Şekerleme İthalatı**

Ülkeler	Şekerli Mamuller	
	Değer(1000 US dolar)	Oran(%)
Hollanda	2.238	22,2
Almanya	1.675	16,6
İspanya	839	8,3
Polonya	750	7,4



<b>İngiltere</b>	723	7,2
<b>Belçika</b>	646	6,4
<b>Avusturya</b>	628	6,2
<b>Diğer</b>		25,7
<b>TOPLAM</b>	10.074	100,0

**Kaynak:** İGEME verileri

Türkiye ile AB arasında yapılan Gümrük Antlaşması kapsamında işlenmiş tarım ürünleri olarak kabul edilen şekerli ve çikolatalı ürünler, 1 Ocak 2007 tarihinden itibaren 1/2007 sayılı Türkiye AB Ortaklık Konseyi kararı gereği karşılıklı olarak tarife kontenjanı kapsamında vergi muafiyeti uygulamasına geçilmiştir. Kota kapsamı dışında kalan ithalat tarım payı itibarıyla vergiye tabi tutulmaya devam edilmektedir. Bu kapsamda AB yıllık olarak 5.000 ton 17.04.10 GTİP nolu çiklet, 10.000 ton 17.04.90 GTİP nolu şekerli mamul ve 5.000 18.06 GTİP nolu çikolatalı mamul a vergi muafiyeti uygulanmaktadır. Türkiye ise AB'den 1.000 ton 17.04.10 GTİP nolu çiklet, 2.500 ton 17.04.90 GTİP nolu şekerli mamul ve 7.000 18.06 GTİP nolu çikolatalı mamule vergi muafiyeti uygulanmaktadır.

Sektörün yaşadığı sıkıntıların başında hammadde temininde yaşadığımız sıkıntılar gelmektedir. Şeker fabrikalarının büyük bir bölümünün devletin elinde olması ve devlet tarafından belirlenen fiyatların dünya fiyatlarının üzerinde olması, sonuçta pahalı üretim yapılmasına ve dünya piyasasındaki rekabetçi konumumuzu yitirmemize neden olmaktadır. Çözümün ilk adımı, şeker fabrikaları özelleştirmelerinin bir an önce yapılmasıdır. Özelleştirme sonrasında da AB'nin uygulamakta olduğu reform süreci ülkemize de aynen uygulanmalı ve bu sayede sektördeki kota dahil tüm yasakçı ve korumacı uygulamalar kaldırılarak rekabetçi ve uluslararası anlaşmalara uygun bir pazar yapısı sağlanmalıdır. Türkiye'de şeker fiyatının dünya fiyatlarının çok üstünde olması, şeker önemli bir girdisi olarak kullanan şekerleme sektörünün rekabetçiliğine önemli ölçüde zarar vermektedir. Bu verimsiz yapı ve yüksek maliyetler doğal olarak ülkemizde şekerin ve şekerden üretilen ürünlerin kişi başına tüketim miktarlarının, gelişmiş ülkelere göre daha az gerçekleşmesine, dolayısıyla da sektörün büyümesine engel olmaktadır. Diğer yönden ülkemiz firmaları aleyhine haksız rekabete de konu olmaktadır. AB ile şekerli ürünler de dahil, bazı işlenmiş tarım ürünlerinde kota miktarlarında serbest ticareti devreye sokan anlaşma 2007 yılı itibarıyla yürürlüğe girmiştir. Dünya fiyatlarıyla üretilerek ülkemize ithal edilen ana girdisi şeker olan ürünlerle, yerli üreticiler haksız rekabet karşı karşıya gelmektedir. AB'nin Dünya Ticaret Örgütü'ne verdiği taahhütler çerçevesinde, 10.01.2009 tarihinden itibaren Afrika, Karayip, Pasifik ülkelerinden ithal edilecek kamış şekerine "0" gümrük uygulaması ile bu durum daha da anlam kazanmaktadır. Dünya fiyatlarıyla üretilerek ülkemize ithal edilen ana girdisi şeker olan ürünlerle yerli üreticilerin karşı karşıya gelmesi haksız rekabetin en net tanımıdır.

Şeker fiyatlarının çok yüksek olması ve kota ile belirleniyor olması bir başka sorunu da beraberinde getirmektedir. Oda şekerin yasal olmayan yollardan Türk şeker piyasasına sunulmasıdır. Yıllardır Türkiye'nin gündemini kaçak şeker işgal etmektedir. Şeker Kurulu'nun tespitlerine göre Türkiye'nin şeker ihtiyacı 3 milyon ton civarındadır. Hâlbuki Türkiye şeker Fabrikalarının ve özel şeker fabrikalarının ürettiği şeker miktarı ise 2.100.000 ton dur. Buna



göre, Türkiye'ye kaçak olarak kimi çevrelere göre en az 400-500 bin ton, kimi çevrelere göre de 1 milyon ton civarında kaçak şeker girmektedir. İran, Irak ve Suriye üzerinden Türkiye'ye giren kaçak şekerin boyutunu belirlemek tam mümkün değil. İran, Irak ve Suriye'de şeker üretimi için pancar ve şeker kamışı üretimi olmadığı için şeker bu ülkelere gümrük vergisiz veya çok düşük vergili olarak gelmektedir. Gelen şekerlerin kaçak oluşu Şeker kurusunu yaptırdığı analizlerle de sabittir. Çünkü yapılan analizler gelen şekerlerin %72'sinin kamış şekeri olduğunu göstermektedir. Kaçak şeker, haksız rekabet, haksız kazanç gibi olumsuzlukların yanında gıda güvenliğini tehdit etmektedir. Çünkü bu şekerlerin ne nerede üretildiği bellidir. Ne içinde neler taşıdığı bellidir ve nede hangi şartlarda taşındığı bellidir. Yani insan sağlığı için her türlü riski beraberinde taşımaktadır. Bu yüzden devletin bütün birimleri kaçak şekerle mücadele etmesi gerekmektedir.

Glukoz şekere alternatif bir ürün olmamasına rağmen kota kapsamındadır. Bu çarpık uygulama sonucunda kota ile karşılanamayan glukoz talebinin az bir kısmı ithalatla, geriye kalan kısmı ise kayıt dışı üretimle veya kaçak yolla karşılanmaktadır. Kısa vadede Şeker Kanunu'nda değişiklik yapılarak glukoz üretimi Kanun kapsamından çıkarılmalıdır. Uzun vadede de Türkiye Şeker Fabrikalarının özelleştirme süreci biran önce tamlanarak şeker rejimimiz AB benzeri bir yapıya kavuşturulmalıdır ve bu sayede sektördeki kota dahil tüm yasakçı ve korumacı uygulamalar kaldırılarak rekabetçi ve uluslararası anlaşmalara uygun bir pazar yapısı sağlanmalıdır. Bu kapsamda ülkemizdeki şeker fiyatlarının AB ile eşit seviyeye gelmesi için önlemler alınmalı, sektör rekabetçi bir yapıya kavuşturulmalıdır

Kayıt dışı ve sağlıksız üretim halk sağlığını tehdit etmektedir. Gıda güvenliğini tehdit eden bu durumun önüne ancak tüketicilerimizin bilinçli tercihler yapmaları vasıtasıyla geçebiliriz. Bu nedenle halkımızın ambalajlı, gıda güvenliği kriterleriyle üretilmiş ve Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı'ndan üretim izni almış gıdaları tercih etmeleri, hem kayıt dışının önlenmesi hem de halk sağlığının korunması açısından önem arz etmektedir. Bakanlığın denetim sonuçlarına baktığımızda 2010 yılında yapılan denetimlerde mevzuata aykırı üretim yapan işletmelerin arttığını görülmektedir. Özellikle bayramlarda aykırılık daha da artmakta açıkta satılan şekerleme ürünleri tavan yapmaktadır.

## 2. DÜNYA ŞEKERLİ VE ÇİKOLATALI MAMUL TİCARETİ

Dünya üretiminin önemli bir kısmı sınırlı sayıda çokuluslu şirketlerce gerçekleştirilmektedir. Dünya şekerli ve çikolatalı mamuller üretiminin yaklaşık %45'inin ilk 6 şirket tarafından gerçekleştirildiği tahmin edilmektedir. Son yıllarda çokuluslu şirketlerin üretimlerinde gelişmekte olan ülkelere ağırlık verdikleri, ürün ambalajlarını küçülterek fiyatları koruma içine girdikleri görülmektedir.

Sektörün 2009 yılında dünyada 160 milyar dolar satış rakamlarına ulaştığı tahmin edilmektedir. Bu tutarın %55'ini çikolatalı mamullerin, %31'ini şekerli mamuller, %14'ünü çikletler oluşturmaktadır (Çizelge 9).



**Çizelge 9: Dünya Şekerli ve Çikolatalı Mamuller Dış Ticareti (milyon US \$)**

		2005	2006	2007	2008	2009
Şekerli Mamuller	İhracat	6.173	6.545	7.423	8.388	7.814
	İthalat	6.338	6.592	7.469	8.113	7.568
Çikolatalı Mamuller	İhracat	12.592	14.134	16.922	19.320	18.155
	İthalat	12.428	13.678	16.378	18.716	17.453

Kaynak: ITC Trademap veritabanı, <http://www.trademap.org>

Şekerli ve çikolatalı mamuller dünya dış ticaretinin büyük bir kısmını gelişmiş ülkelerin kendi aralarında yaptığı ticaret oluşturmaktadır. Gelir seviyesi yüksek ülkelerde, kişi başına tüketilen şekerli ve çikolatalı mamuller de yüksek miktarlarda bulunmaktadır.

Sektörün dünya üretiminin ve ticaretinin büyük bir kısmı gelişmiş ülkelere gerçekleştirilmektedir. 2009 Yılında 25,9 milyar dolarlık şekerli ve çikolatalı mamul ihracatının %30'u şekerli mamul, %70'ini ise çikolatalı mamul oluşturmaktadır.

Dünya çikolatalı mamuller ihracatında en önemli ülkeler arasında yaklaşık %17,5'lik pay ve 3,18 milyar dolarlık ihracat ile Almanya, %12,3'lik pay ve 2,24 milyar dolar ihracat ile Belçika ve %7'lik pay ve 1,27 milyar dolarlık ihracat ile Hollanda yer almaktadır (Çizelge 10).

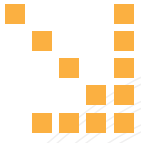
**Çizelge 10: Ülkeler İtibariyle 2009 Yılı Dünya Şekerli ve Çikolatalı Mamuller İhracatı (milyon US \$)**

Ülkeler	Şekerli Mamuller	Ülkeler	Çikolatalı Mamuller
Almanya	808	Almanya	3.180
Belçika	571	Belçika	2.240
Meksika	491	Hollanda	1.275
İspanya	424	Fransa	1.270
Çin	403	İtalya	1.189
Hollanda	395	ABD	935
Kanada	387	İsviçre	684
ABD	291	Polonya	683
Türkiye	256	Kanada	666
Polonya	236	İngiltere	572
<b>Dünya</b>	<b>7.814</b>	<b>Dünya</b>	<b>18.155</b>

Kaynak: ITC Trademap veritabanı, <http://www.trademap.org>

Dünya şekerli mamul ihracatında ise en önemli ülkeler arasında %10,3 lük pay ve 808 milyon dolar ihracat ile Almanya, %7,3 lük pay ve 571 milyon dolar ihracat ile Belçika ve %6,2'lik pay ve 491 milyon dolar ihracat ile Meksika yer almaktadır. Türkiye 256 milyon dolarlık şekerli mamul ihracatıyla dünya sıralamasında 9. sırada yer almaktadır.





Dünya ihracatçı ülkelerinin aynı zamanda ithalatçı olduğu görülmektedir. 2009 yılında 7,5 milyar şekerli mamul ihracatının %16'sını ABD, %7,5'ini Almanya, %6,4'ünü İngiltere gerçekleştirmektedir. Türkiye ABD'ye 22,6 milyon dolarlık şekerli mamul ihraç etmiştir (Çizelge 11).

**Çizelge 11: Ülkeler İtibariyle 2009 Yılı Dünya Şekerli ve Çikolatalı Mamuller İthalatı (milyon \$)**

Ülkeler	Şekerli Mamuller	Ülkeler	Çikolatalı Mamuller
ABD	1.233	Fransa	1.591
Almanya	570	Almanya	1.478
İngiltere	484	İngiltere	1.429
Fransa	345	ABD	1.409
Kanada	288	Hollanda	742
Hollanda	255	Kanada	684
Belçika	249	İspanya	557
İsveç	185	Belçika	532
Rus Fed.	167	İtalya	481
İtalya	159	Rus Fed.	459
<b>Dünya</b>	<b>7.569</b>	<b>Dünya</b>	<b>17.453</b>

**Kaynak:** ITC Trademap veritabanı, <http://www.trademap.org>

Dünya çikolatalı mamul ithalatının % 34'ünü % 9,1'pay ile Fransa, % 8,5'lik pay ile Almanya ve % 8'lik payları ile ABD ve İngiltere oluşturmaktadır.



## ÇAY SEKTÖRÜ

### GİRİŞ

#### 1.Çay Üretimini Dünya Ekonomisindeki Yeri:

Dünya üzerinde çay bitkisi, kuzey yarım kürede yaklaşık 42 enlem derecesinden, güney yarım kürede 27 enlem derecesine kadar olan kuşak üzerinde yetiştirilmektedir. Yağışın bol ve iklimin sıcak olduğu bölgelerde yetiştirilmesine rağmen dünyada çay üretiminin ekonomik olarak yapıldığı yerler sınırlıdır. Hindistan, Çin, Sri Lanka, Endonezya, Kenya ve Japonya çay bitkisinin yaygın olarak yetiştirildiği ve çay üretiminin yoğun olarak yapıldığı ülkelerdir. Bu ülkeler ve Türkiye ile birlikte 30'a yakın ülkede ekonomik düzeyde çay üretimi gerçekleştirilmektedir.

Çay yetişmesine etki yapan en önemli etken iklim ve topraktır. Yıllık sıcaklık ortalamasının 14 santigrat derecenin altına düşmemesi, toplam yıllık yağışın, 2000 mm den az olmaması ve aylara göre dağılımının düzenli olması, bağıl nem oranının ise en az %70 olması, çay bitkisinin normal gelişimi için gerekli olan koşullardır. Çay bitkisi kumdan kile değin değişen yapıdaki asit tepkimeli topraklarda yetişebilmektedir.

FAO 2009 yılı istatistiklerine göre; Dünya'da çay tarım alanları 3.014.909 hektara ulaşmıştır. Önemli çay üreticisi ülkeler arasında 2006-2009 yılları arasında Hindistan en çok tarım alanı azaltan ülke(85.611 He), Çin ise çay tarım alanlarını en çok artıran ülke (320.833 He) olmuştur (Çizelge 1).

**Çizelge 1: Dünya Çay Tarım Alanları (2009)**

ÜLKELER	ÇAYLIK ALAN(1000 Hektar)
ÇİN	1.438
HİNDİSTAN	470
SRİLANKA	222
KENYA	158
ENDONEZYA	107
VİET NAM	112
<b>TÜRKİYE</b>	<b>76</b>
Diğer Ülkeler toplamı	432
<b>Genel Toplam</b>	<b>3.015</b>

Kaynak: <http://faostat.fao.org>



Dünya'da çay üretimi 2008 yılında 3.749.780 ton'a ( siyah çay, yeşil çay ve diğer çay çeşitleri), 2009 yılında da 3.885 bin tona ulaşmıştır. 2000-2008 yılları arasında, sekiz yıllık süreç sonunda önemli çay üreticisi ülkelerde en yüksek kuru çay üretim artışı Çin (554 bin ton), en fazla üretim azalışı ise Hindistan'dadır (21 bin ton) (Çizelge 2).

Dünya'da çay ithalatı, hem çay üreticisi olan ülkeler, hem de çay üreticisi olmayan ülkeler tarafından yapılmaktadır. FAO'nun 2007 yılı verilerine göre, toplam çay ithalatı 1.464 bin ton'dur. İthalatta en büyük paya sahip ülkeler arasında sırasıyla AB-27 ülke(336 bin ton), Rusya (182 bin ton), Pakistan (112 bin ton), ABD(109 bin ton), Japonya (47 bin ton), Mısır (22 bin ton) ve Kanada (19 bin ton) yer almaktadır.

**Çizelge 2: Dünya Kuru Çay Üretimi (2009)**

ÜLKELER	MİKTAR(Bin Ton)
ÇİN	1.317
HİNDİSTAN	979
KENYA	314
SRİLANKA	290
<b>TÜRKİYE</b>	<b>198</b>
VİETNAM	175
ENDONEZYA	160
Diğer ülkeler toplamı	452
<b>Genel Toplam</b>	<b>3.885</b>

**Kaynak:** <http://faostat.fao.org>

Dünya da toplam ihracat miktarı ise 1.702bin tondur. 2007 yılı verilerine göre ihracatta en büyük paya sahip ülkeler arasında Kenya (374 bin ton), Sri Lanka (307 bin ton), Çin (292 bin ton),Hindistan (193 bin ton),Vietnam (114 bin ton), AB-27 ülke (92 bin ton), Endonezya (84 bin ton)ve Arjantin (76 bin ton) gibi ülkeler ilk sıraları almaktadır.

Re-export yapan ülkeler arasında en önemli tüketici ülke olarak 2007 yılında İngiltere (25 bin ton) yer almaktadır. Re-export dünya çaycılığında özellikle üretici ülkelerin birbirlerinin çaylarını harmanlamak suretiyle yada tüketici ülkelerin ithal ettikleri çayı yeniden harmanlayıp ihraç etme işlemidir.

Türkiye, çay tarım alanlarının genişliği bakımından, dünyada üretici ülkeler arasında **7. sırada**, kuru çay üretimi yönünden de **5. sırada**, yıllık kişi başına tüketim bakımından ise **4. sırada** yer almaktadır.



## 2. Çayın Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Gelişimi

Rize ili ve Borçka Kazasında Fındık, Portakal, Mandalina, Limon ve Çay yetiştirilmesine dair **407 Sayılı Kanun** 1924 yılında kabul edilmesi ile birlikte çay tarımı yasal güvenceye kavuşturulmuştur. Bu Kanuna göre başlatılan çay üretimi çalışmalarının yürütülmesinde Ziraat Umum Müfettişi Zihni Derin görevlendirilmiştir. Batum'dan 1937- 1940 yılları arasında çay tohumu ithal edilerek çay bahçesi tesisi çalışmalarına başlanmıştır.

Mart 1940 yılında çıkartılan 3788 Sayılı Çay Kanunu ile çay tarımı ve üretimi, girdi ve kredi sübvansiyonları ile önemli ölçüde desteklenmiş, ayrıca bahçe tesis edeceklere arazi vergisi bağışıklığı ve çay bahçesi ruhsatnamesi alma zorunluluğu getirilmiştir. Bu Kanun yayınlanmasından sonra çay tarım alanları hızla genişlemeye başlamıştır. 1960-1965 yılları arasında ise çaylık alan 214.000 dekar üretici sayısı ise 100.000'e ulaşmıştır.

İlk çay fabrikası, **1947 yılında, 60 ton/gün kapasiteli**, Rize Fener Mahallesinde, Merkez Çay Fabrikası adı altında işletmeye açılmıştır. Çay tarım alanlarının ve yaş çay yaprağı üretiminin artması çay işleme fabrikalarının sayısının da giderek artmasını zorunlu kılmış, 1973 yılında, kurulan yaş çay işleme fabrika sayısı 32'ye, 1999'da Çaykur'un yaş çay işleme fabrikası 46'ya ulaşmıştır.

1963 yılına kadar ithalat ile karşılanan iç tüketim talebi 1963 yılından sonra yurt içi üretim ile karşılanmaya başlanmıştır.

Türkiye'de çay tarımı ve sanayi faaliyetleri 1938-1948 yılları arasında Devlet Ziraat İşletmeleri Kurumunca, 1949-1973 yılları arasında ise Tekel Genel Müdürlüğü ve Tarım Bakanlığı işbirliği ile sürdürülmüştür. Çay tarımı ve sanayisinin ekonomik ve sosyal yönden daha etkin hale getirilmesi amacıyla **1971 yılında 1497 sayılı Çay Kurumu Kanunu** çıkarılmış, çıkarılan bu Kanun ile çay ile ilgili tüm faaliyetler, bir İktisadi Devlet Kuruluşu olarak kurulan Çay Kurumuna devredilmiş ve Çay Kurumu(ÇAYKUR)1973 yılında fiilen faaliyete geçmiştir.

1973 yılından 1984 yılına kadar ÇAYKUR, ülkenin tarım politikasına uygun olarak çay tarımını geliştirmek, kalitesini ıslah etmek ve işlenmesini teknik esaslara göre yürütmek, iç ve dış pazar isteklerine uygun ürün üretmek gibi konularda tekel konumunda faaliyetlerini sürdürmüştür.

1984 yılına kadar devlet tekeli altında sürdürülen çay işletmeciliği Aralık 1984 tarih ve3092 sayılı "**Çay Kanunu**" ile serbest bırakılmıştır. Kanununun 1. Maddesinde; gerçek ve tüzel kişilerin yaş çay işleme ve paketleme fabrikaları kurup işletebilecekleri, ihtiyaçları olan yaş çay yaprağını doğrudan üreticilerden satın alabilecekleri belirtilmiştir.

### 2.1 Çay Tarımı

Türkiye'de çay tarımı, olağan çay ekolojisinin (tropik ve subtropik iklim kuşaklarının) dışında, 42 kuzey enleminde, kuzey doğusu, soğuğu kesen Kafkas sıradağları, güneyi ve doğusu birden bire yükselen, yükseklikleri 3500 m'ye ulaşan ve denizden gelen nemli rüzgârların yağış bırakmalarına neden olan Kaçkar sıradağları ile çevrili, denize açık, kuytu bir iklimde yapılmaktadır.

Gürcistan Cumhuriyeti sınırından, Trabzon'un Araklı-Karadere sınırına kadar olan Karadeniz kıyı şeridi ve yer yer 30 km. içlerlere kadar giren ve yaklaşık 1000 m. yüksekliklere kadar uzanan yamaçlar, çay yetiştiriciliği için en elverişli bölge olması nedeniyle birinci sınıf çay bölgesi,



Araklı-Karadere'den başlayan Ordu'nun Fatsa ilçesine kadar uzanan bölge ise ikinci sınıf çay bölgesi olarak tanımlanmaktadır.

Türkiye, Gürcistan Cumhuriyeti, İran ve Japonya'da yaş çay ürünü, Mayıs-Ekim arasındaki 6 aylık süre içerisinde üç sürgün şeklinde zaman zaman sahil ve orta bölgelerde dördüncü sürgün hasat edilirken, diğer üretici ülkelerde bu süre 9 ila 12 ay devam etmektedir. Doğu Karadeniz Bölgesinde 767 bin dekar (50 bin dekar civarında da kayıtsız çaylık var ) çaylık sahada yaklaşık 201 bin üretici çay tarımı ile uğraşmaktadır. Yıllık yaş çay ürünü rekoltesi iklim ve tarımsal teknik önlemlere bağlı olarak 1.000 –1.350 bin ton arasında değişebilmektedir.

**Çizelge 3: ÇAYKUR ve Özel Sektör Tarafından Satın Alınan Yaş Çay Miktarları ve Oranları**

Yıllar	Satın Alınan Yaş Çay Miktarı				
	Çaykur (Bin Ton)	ÇAY ALIM ORANI %	Özel Sektör (Bin Ton)	ÇAY ALIM ORANI %	Toplam (Bin Ton)
2006	627	56	494	44	1.121
2007	659	58	487	42	1.146
2008	650	58	467	42	1.117
2009	594	54	510	46	1.104
2010	590	45	715	55	1.305

1985 yılında sektördeki toplam alımın %95'i ÇAYKUR, %5'i Özel Sektör tarafından yapılıyor iken, bu oran özel sektör fabrika sayısındaki artış paralelinde her yıl değişerek 2010 yılında % 45'i ÇAYKUR, % 55' i Özel Sektör tarafından gerçekleştirilmiştir (Çizelge 3).

### 2.1.1 Çay Tarım Alanlarının Ruhsatlandırılması:

Çay tarımı ruhsata bağlıdır. Çay Bahçeleri en son 93/5096 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile 1994 yılında ruhsatlandırılmıştır. Bu Karar ile hem mevcut ruhsatlı çay bahçelerinin yeniden ölçülmek suretiyle ruhsatları yenilenmiş hem de 1994 yılına kadar ruhsatsız olarak tesis edilen çay bahçelerine ilk defa ruhsat verilmiştir. Bu işlemler sonucunda 767 bin dekar ( 725 bin dekarı eski çaylık, 42 bin dekar yeni çaylık olmak üzere) çaylık alan tespit edilmiştir. 1994 yılından sonra da günümüze kadar yeni alanlar için ruhsatlandırma işlemi yapılmamıştır. Söz konusu Kararnamenin 6.maddesi ile de yeni çaylık tesisi yasaklanmıştır.



### 2.1.2 Çaylık Alanların Üreticilere Göre Dağılımı:

Çay tarımı bölgede çoğunlukla küçük aile işletmeciliği şeklinde yapılmaktadır. Çay üreticilerinin %75'i 0,-5.000 m<sup>2</sup> arasında,%22'si 5.000–10.000 m<sup>2</sup> arasında ve %3'ü 10.000 m<sup>2</sup> ve üzerinde çaylık alana sahiptir (Çizelge 4).

**Çizelge 4: Çaylık Alanların Üretici (Cüzdan) Sayısına Göre Dağılımı**

Alan Aralığı (Dekar)	Üretici (Cüzdan) Sayısı	Oranı (%)	Çaylık Alanı (Dekar)	Oranı (%)
0–0,49	2.569	1,27	905	0,12
0,5–0,99	10.615	5,24	7.973	1,05
1–1,99	41.379	20,43	59.194	7,80
2–4,99	97.555	48,18	313.756	41,36
5–9,99	43.304	21,39	285.528	37,64
10–14,99	5.732	2,83	66.475	8,76
15–19,99	1.024	0,51	17.090	2,25
20–24,99	226	0,11	4.925	0,65
25–99,99	90	0,04	2.794	0,37
<b>TOPLAM</b>	<b>202.494</b>	<b>100</b>	<b>758.641</b>	<b>100</b>

### 2.1.3 Çaylık Alanların İllere Göre Dağılımı:

Çaylık alanların % 65,6'sı Rize, %20,5'i Trabzon, %11,3' ü Artvin, % 2,6'sı ise Giresun ve Ordu illerinde bulunmaktadır (Çizelge 5).

**Çizelge 5: İllerin Çaylık Alan Ve Üretici(Cüzdan) Sayısı Dağılımı**

İli	ÇAYLIK ALAN (DEKAR)	%	ÜRETİCİ(CÜZDAN) SAYISI	%
Rize	497.848	65,6	125.693	62,1
Trabzon	155.196	20,5	48.294	23,8
Artvin	85.756	11,3	19.364	9,6
Giresun	19.727	2,6	9.099	4,5
Ordu	114	0	44	0,0
<b>TOPLAM</b>	<b>758.641</b>	<b>100</b>	<b>202.494</b>	<b>100</b>



#### 2.1.4 Çay Bahçelerinin Budanması:

Kaliteli kuru çay üretebilmek için, özellikle hammaddeyi oluşturan çay bitkisinin kalitesini iyileştirici tedbirlerin alınması gerekmektedir. Kaliteyi artırıcı tedbirlerin en önemlisi budama işlemidir.

Bu sebeple, çay bahçelerinin ıslahı ve kaliteli çay üretiminin temini amacıyla 1994 yılında 93/5096 sayılı Bakanlara Kurulu Kararı yürürlüğe konulmuştur. Bu Karar ile her yıl çay bahçelerinin 1/5 oranında budanması ve budamadan dolayı üreticilerin uğradıkları gelir kaybının tazminat olarak üreticilere ödenmesi amaçlanmıştır.

93/5096 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı, yaş çay yaprağının kalitesini artırmak ve çaylıkların gençleştirilmesi için önemli bir adım olmuştur. Uygulama süresi başlangıçta 5 yıl olan 93/5096 sayılı Kararnamenin süresi; bu projeden olumlu sonuç alınması üzerine 7.10.1998 tarih ve 98/11807 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile beş (5) yıl daha uzatılmıştır. 93/5096 sayılı Kararname, daha sonra 7.5.2001 tarih ve 2001/2493 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile değiştirilerek ödemelerle ilgili gerekli düzenlemeler yapılmıştır.

Çay tarımında budama nedeniyle yaşanan olumlu gelişmelerin devam ettirilmesi amacıyla 2004 yılında, 01.01.2005 tarihinden geçerli olmak üzere 2004/7758 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı yayımlanmıştır. Bu Karar ile bu defa çay bahçelerinin 1/5 yerine her yıl 1/7 oranında olmak üzere 7 yıl boyunca budanmasına başlanmıştır. Bu Kararın uygulama süresi de 2011 yılı sonunda sona erecektir. Bununla ilgili veriler Çizelge 6'da verilmiştir.

**Çizelge 6: 2006–2010 Yılı Çaylıkların 1/7 Oranında Budanması İle İlgili Bilgiler**

Yıllar	Toplam Alan ( Bin Dekar)	Budanması Gereken Alan (Bin Dekar)	Budanan Alan ( Bin Dekar)	Tazminat Tutarı (BİN TL)
2006	766	109	98	38.005
2007	766	109	100	44.844
2008	758	108	102	52.851
2009	758	108	102	56.540
2010	758	108	100	61.680

#### 2.1.5 Organik Çay Tarımı ve Üretimi Çalışmaları:

Doğu Karadeniz bölgesinin doğal şartları gereği, tarımında kimyasal mücadele yapılmaması nedeniyle üretilen kuru çaylarda pestisid kalıntısı bulunmamaktadır. Bu durum organik tarım için ciddi bir avantaj olduğundan ÇAYKUR tarafından Borçka Bölgesi alanı Muratlı Çay Fabrikası



hinterlandı ile Çamlıhemşin ve Rize Hemşin ilçe havzalarını organik çay tarımı yapılacak alan olarak belirlemiştir.

Avrupa Birliği aday ülkesi olan Türkiye, sürecin olumlu neticelenmesiyle birlik içerisinde siyah ve yeşil üretiminde olduğu gibi tek “Organik Çay” üreticisi üye ülke olacaktır.

Ayrıca özel sektör tarafından da organik çay üretim çalışmaları yapılmaktadır.

### 2.1.6 Yaş Çay Alımları ve Ödemeleri:

Çay sektöründe üretim ve tüketim dengesi uzun yıllar kurulamamıştır. Sektörde arz fazlası üretim sonucunda stok maliyetleri yükselmiş ve ÇAYKUR finansman açısından olumsuz yönde etkilenmiştir. Bu durum; üreticilerin yaş çay bedeli ödemelerinde gecikmelere sebebiyet vermiş ve yabancı kaynak kullanım ihtiyacını devamlı gündeme getirmiştir.

Sürgün dönemlerinin ilk günlerinde, sahil ve erkenci bölgelerde yaş çay hasat olgunluğuna diğer bölgelere göre, erken eriştiği için; bu dönemlerde üreticilerden kontenjan uygulanmadan yaş çay alımı yapılabilmektedir. Yaş çay alımlarının diğer bölgelerde de başlaması ve günlük alım miktarının işleme kapasitesine ulaşmasıyla birlikte alımlarda üreticilere kontenjan uygulamasına geçilmektedir. Kontenjanlı yaş çay alımlarında hiçbir zaman üreticilerden dekara 10 kilogramın altında alım yapılmamaktadır.

Sahil ve erkenci bölgelerde alımların tamamlanması ve alım miktarının işleme kapasitesinin altına düşmesiyle birlikte, alım yapılan bölgelerdeki üreticilerden satın alınan yaş çay miktarları da tekrar yükseltilmektedir. Bu şekilde, hem Kuruluşumuzun kapasitesi tam olarak kullanılmakta hem de bütün üreticilerimize eşit ve adil bir uygulama yapılması sağlanmış olmaktadır.

Çaykura ve özel sektöre ait çay fabrikalarının buldukları iller kapasite ve sayıları Çizelge 7’de verilmektedir.

**Çizelge 7: ÇAYKUR ve Özel Sektöre Ait Çay Fabrikalarının İllere Göre Sayı ve Kapasiteleri**

İller	Fabrikalar				Toplam	
	Çaykur		Özel Sektör			
	Sayı	Kapasite(ton/gün)	Sayı	Kapasite(ton/gün)	Sayı	Kapasite(ton/gün)
RİZE	34	4.767	183	6.701	217	11.468
TRABZON	8	1.180	26	1.225	34	2.405
ARTVİN	4	645	7	310	11	955
GİRESUN	1	165	12	480	13	645
ORDU	-	-	1	30	1	30
<b>TOPLAM</b>	<b>47</b>	<b>6.757</b>	<b>229</b>	<b>8.746</b>	<b>276</b>	<b>15.503</b>





### 3. YABANCI MENŞELİ ÇAYLAR

Çay sektörünü olumsuz etkileyen en önemli faktörlerden biri de Ülkemize giren yabancı menşeli çaylardır. Türkiye’de yılda yaklaşık 225 bin ton civarında çay tüketilmektedir. Bu miktarın 110-115 bin tonunu Çaykur çayları, 80-85 bin tonunu Özel Sektör çayları, 25-30 bin tonunu da yabancı menşeli çaylar oluşturmaktadır. Özellikle Güney Doğu Anadolu, Doğu Akdeniz ve Doğu Anadolu Bölgesi sınır illerinde yoğunlukla yabancı menşeli çaylar tüketilmektedir. Bu tüketilen miktarın genel tüketim içerisindeki payı %10-15 civarında olduğu halde, bu miktarın ancak %17’lik bölümü resmi ithalat yoluyla yurda sokulmaktadır (Yaklaşık olarak yılda 5.000 ton).

1996 yılına kadar çay ithalatında kg başına 3.00 USD fon ve %10 vergi alınırken Gümrük Birliği sürecini müteakip fonlar kaldırıldığından malın esas bedeli üzerinden %145 vergi alınması ön görülmüştür. %145 vergi oranına kadar, son beş yıllık ithal edilen çayların ortalama değerleri 2.00USD/kg.ın biraz üzerinde gerçekleştirildiğinden 2.00USD/kg.+%145 verginin toplamı daha önce uygulanan 3.00 USD/kg. fon+ %10 vergiye denk düşmektedir.

Ancak birim fiyata uygulanan asgari 2.00USD/kg’lık emsal değer, 1997’li yıllardan sonra Gümrük Giriş Beyanlarında kg. başına 30 cente kadar düşerek suistimale sebebiyet vermiş ve bu yıllarda çok miktarda yabancı menşeli çayın yurda girmesi sağlanmıştır.

Öte taraftan sınır kapılarından giren tırlar ile kişi başına getirilmesi gerekenin çok üzerinde çay girmiş ve girmeye devam etmektedir. Tüketilen yabancı menşeli çayların %90’ı vergisiz ve gayri resmi yollardan bu şekilde yurda sokulmaktadır. Yurda sokulan kaçak çaylara gümrük kapılarında el konulup gümrük depolarında stoklanan çayların TASİŞ Genel Müdürlüğüne ihaleyle satılması neticesinde elde edilen faturalar gösterilerek meşrulaştırılmaktadır.

Çay ithalatında bu süreçte meydana gelen bütün bu olaylar devletin ilgili makamlarına Çaykur tarafından yazılı olarak bildirilmiştir. Tedbirler alındıkça bu defa ithalattaki emsal değer olan bu emsal değerler her ay dünya çay borsalarından tespit edilerek Gümrük Müsteşarlığına ve Dış Ticaret Müsteşarlığına bildirildiği halde, ithalatçı firmalar gümrük mevzuatını ve gümrük idarelerini zorlayıp zaman zaman da mahkemeye düşük değerlerle çay ithalatı yapma girişiminde bulunmaktadırlar. Bu durum Türk çay sektörünü olumsuz etkilemekte ve vergi kaybına yol açmaktadır.

Tüm bu olumsuzlukların giderilmesi amacıyla, 21 Temmuz 2007 tarih ve 26589 sayılı Resmi Gazetede yayımlanan “İthal ve İhraç Edilecek Gıdaların Giriş ve Çıkış Kapılarının Tespit ve İlanına Dair Tebliğ’de Değişiklik Yapılması Hakkında Tebliğ’e” göre, çay ithalatında giriş kapısı olarak sadece Trabzon Gümrük ve Muhafaza Baş Müdürlüğüne bağlı Rize Gümrük Müdürlüğü belirlenmiştir.

Çaykur, yurda kaçak yollarla girerek çay sektörünü olumsuz etkileyen ve vergi kayıplarına neden olan yabancı menşeli çaylarla mücadelenin etkinliğini daha da artırmak amacıyla, Gümrük Müsteşarlığı ve ilgili kamu kurumlarıyla yakın işbirliğine giderek çalışmalarını aralıksız sürdürmektedir.



## GIDA KATKI MADDELERİ VE YARDIMCI MADDELER SEKTÖRÜ

### GİRİŞ

#### 1. SEKTÖRÜN TANIMI VE KAPSAMI

##### 1.1. Sektörün Tanımı

Gıda katkı maddeleri sektörü, endüstriyel anlamda gıda üretimi yapan tüm iş kollarına amaca yönelik katkı maddeleri, katkı maddesi karışımları ve yardımcı maddeler üreten sanayi dalıdır. Sektörde kullanılan katkı maddeleri ve yardımcı maddeleri çok geniş bir yelpaze yer almaktadır ve başlıca şu kategorilerde gruplandırılabilir;

- Asitlik Düzenleyiciler
- Topaklanmayı Önleyiciler
- Köpük Önleyiciler
- Antioksidanlar
- Koruyucular
- Stabilizörler
- Emülsifiye Edici Ajanlar
- Tatlandırıcılar
- Kıvam Arttırıcılar

Yukarıda belirtilen gruplarda yer alan katkı maddelerinin daha kolay ve anlaşılır şekilde regüle edilebilmesi için her birine verilmiş bir E Kodu mevcuttur ve verilen bu kod o katkı maddesinin yetkili kurumlarca onaylanmış olduğunun göstergesidir. Bu kodlama mekanizması Kodex Alimentarius Komisyonu tarafından oluşturulmuş ve güncellemeleri yine bu kurum tarafından yapılmaktadır.

##### 1.2. Sektör Ürünlerinin Tanımı

Sektör ürünlerini genel olarak üç başlık altında toplamak mümkündür. Bu başlıklar ve ürün gruplarının tanımları şu şekildedir;

- **Katkı Maddesi:** Katkı maddeleri tek başına gıda olarak tüketilemeyen ve/veya gıda ham ve yardımcı maddesi olarak kullanılamayan, tek başına besleyici değeri olan veya olmayan, üretim teknolojisi gereği kullanılan, işlem veya imalat sırasında kalıntı veya türevleri son ürünlerde bulunabilen, gıdanın üretilmesi, hazırlanması, tasnifi, işlenmesi, ambalajlanması, taşınması, depolanması sırasında gıda maddesinin tat, koku, görünüş, yapı ve diğer niteliklerini korumak, düzeltmek veya istenmeyen değişikliklere engel olmak amacıyla kullanılmasına izin verilen maddeleri ifade eder.
- **Yardımcı Maddeler:** Yarı mamül ve mamüller elde etmek için kullanılan hammadde ve katkı maddeleri dışında kalan maddelerin her birini ifade eder.
- **Katkı Maddesi Karışımı:** Katkı maddeleri ve yardımcı maddelerin ihtiyaçlar doğrultusunda, yukarıda belirtilen amaçlar ile birbirlerine farklı kompozisyonlarda ilave edilerek kullanılması durumudur.



### 1.2.1.Sektör Ürünleri

Gıda katkı maddeleri, yardımcı maddeler ve katkı maddeleri karışımlarının kullanıldığı sektör ürünleri çok geniş bir yelpazede bulunur. Bu sanayi kolları şu şekilde özetlenebilir; un ve unlu mamüller sanayi, et sanayi, süt ve süt ürünleri sanayi, gazlı içecekler ve meyve suyu sanayi, bisküvi, çikolata ve benzeri gıda sanayileri. Belirtilen katkı maddeleri ve yardımcı maddeler, ürünlerin üretiminde, vasıflarının iyileştirilmesinde ve düzenlenmesinde, endüstriyel üretim tekniklerine adapte edilmesinde, raf ömürlerini uzatarak katma değer verimliliklerinin artırılmasında, son ürünlerin daha iyi görünümde olmasının sağlanmasında kullanılmaktadır.

### 1.2.2.Sektör Hammaddeleri

Gıda katkı maddeleri, karışımları ve yardımcı maddelerin üretimi gıda sanayi tarafından genellikle kimyasal çevrimler yoluyla yapılır. Çoğunluğu bitkisel kaynaklıdır. Genel ürün grupları giriş bölümünde de aktarıldığı üzere antioksidanlar, asitlik düzenleyiciler, emülgatörler, koruyucular, renklendiriciler, aromalar ve tatlandırıcılardır.

## 2.SEKTÖRÜN GELİŞİMİ VE TEMEL GÖSTERGELER

### 2.1.Sektörün Gelişimi ve Ekonomideki Önemi

Gıda katkı maddeleri, karışımları ve yardımcı maddeler üretim sektörü dünya ölçeğinde olduğu gibi Türkiye’de de önemli bir sanayi koludur. Ülkemizde bu sanayi kolunda üretim veya ticari faaliyet göstererek aktif olan birçok uluslararası şirket bulunmaktadır. Sayısal anlamda faaliyet gösteren şirketlerin çokluğu ve faaliyet alanlarının sadece gıda katkı maddeleri ve yardımcı maddeleri olmamasından kaynaklı olarak sektörle ilgili veri temini zordur.

Türkiye ölçeğine bakıldığında özellikle geçtiğimiz 20 yıl içerisinde gıda katkı maddesi ve yardımcı maddeler sektöründe faaliyete başlayan şirket sayısında ciddi bir artış gözlemlenmektedir ve yatırımların özellikle son yıllarda arttığı söylenilebilir. Bununla beraber kayıt dışılık özellikle merdiven altı üretimi arttırmak da, bu da dolayısı ile haksız rekabeti tetiklemektedir.

### 2.2.Sektör Temel Göstergeleri

#### 2.2.1.Genel Yapı

Gıda katkı maddeleri sektörünü genelde ikiye ayırmak mümkündür.

##### 2.2.1.1.Katkı Maddesi/Katkı Maddesi Karışımları Sanayi

Katkı maddeleri sektörü kendi içinde değerlendirildiğinde sektörde kullanılan ürünlerin genelde ithalat yolu ile ülkeye girdiği görülür. İthalat yoluyla tedarik edilen ürünler genelde üç ana faaliyet koluna yönelik olarak işlem görür;

- Un katkı maddeleri



- Ekmek katkı maddeleri
- Pasta katkı maddeleri

İthalat yolu ile tedarik edilen ürünler, faaliyet kollarına göre yeniden üretime tabi tutulduklarında kullanılan prosesler ve ürünlerde kullanılan işlem yardımcı maddeleri hakkında çok sağlıklı istatistik veriler olmadığından ürünlerin toplamda kaç farklı üretici tarafından ve ne kadar üretildiği konusunda sağlıklı bir bilgiye ulaşmak mümkün olmamıştır. Derneğimiz ve ticaret odalarından elde edilen verilerle yaklaşık iki yüz adet katkı maddeleri ve katkı maddeleri karışımları üreten kuruluş olduğu tahmin edilmektedir. Bu üretim tesislerinin pek çoğunun kayıtdışı olarak çalıştığı ve ilgili kuruluşlardan yasal izinleri olmadan üretim yaptıkları bilinmektedir.

### 2.2.1.2.Yardımcı Maddeler Sanayi

Yardımcı maddeler sanayisini de kendi içerisinde ikiye ayırmak mümkündür; maya sanayi ve enzim sanayii.

#### 2.2.1.2.1.Maya Sanayi

Ülkemizin özellikle son yıllarda en çok gelişme gösteren sektörlerinden biridir. Türkiye son yıllarda maya ihracatında dünya ölçeğinde ilk üçte yer almakta ve konumunu her geçen gün biraz daha iyileştirmektedir. Şu an için ülkemizde dört farklı şirkete ait, yedi adet üretim tesisi bulunmaktadır. Bu üretim tesislerinde endüstriyel kullanıcılar ve son tüketiciler için sıvı, yaş ve kuru maya (instant ve aktif) üretimi yapılmaktadır.

#### 2.2.1.2.2.Enzim Sanayi

Türkiye’de kullanılan enzimlerin neredeyse tamamına yakını ithalat yolu ile ülkeye girmekte, küçük bir bölüm ülkemizde faaliyet gösteren bir üretici tarafından karşılanmaktadır.

### 2.2.2.Üretim-İthalat-İhracat

Çalışmanın önceki bölümlerinde yer yer değinilen üretim, ihracat ve ithalat bilgileri şu şekilde özetlenebilir. Üretim söz konusu olduğunda yapıyı iki ana başlık altında incelemek gerekir; ekmek mayası üretimi ve diğerleri. Ekmek mayası üretimi genelde ülkemiz kaynakları ile yapılırken, diğer ürünlerin üretimi ithalat yolu ile gelen gıda katkı maddelerinin kullanımı ile yapılmaktadır. Sınıflar halinde incelenirse;

#### **Ekmek Katkıları:**

Ülkemizde faaliyet gösteren değişik ölçekteki üreticilerin ürettiği ekmek katkı maddeleri üretim miktarı yaklaşık 23.000 ton/yıl civarında olup yıllar itibarı ile daha konsantre ürünlerin üretilmesi nedeniyle ve Türk tüketicisinin tüketim eğilimlerinin bir değişimi sonucu pazarda büyüme trendinin negatif olduğu söylenilebilir. Toplam üretimin yaklaşık 17.000 tonu iç piyasada tüketilmekte kalan miktar ihraç edilmektedir.



#### **Un Katkıları:**

Un katkı maddeleri genelde ekmeklik buğday ununun kalitesini iyileştirmek amacı ile enzim ve antioksidan madde karışımları olarak tanımlanabilir. Normal olarak katkı maddelerinin fırınlarda kullanılması gerekir ancak özellikle süne zararlısının ve mevsimsel değişimlerin buğday ve dolayısı ile un kalitesine etkisi minimize edilebilmesi için hazırlanan karışımlar un fabrikaları tarafından üretim aşamasında kullanılabilir. Uygulama esnasında yaşanan sıkıntılar nedeni ile kullanılan bu ürünlerin mutlaka etiket bilgisinde yer alması gerektiğine inanılmaktadır. Sektörün bu kısmında yer alan kayıtdışılık da üretilen toplam miktarın tahmin edilmesini zorlaştırmaktadır ancak üretim miktarının da 7.000 ton/yıl'dan az olmadığı tahmin edilmektedir. Son yıllarda gerçekleşen artışın özellikle geçtiğimiz 3-5 yılda çok ciddi büyüme gösteren un sanayinin ihracatının artması nedeni ile olduğu tahmin edilmektedir.

#### **Pasta Katkıları:**

Sektörde genelde katkı maddesi olarak değil farklı kombinasyonlarda bitmiş ürünlerin kullanılması söz konusudur.

#### **Ekmek Mayası:**

Çalışmanın önceki bölümünde de belirtildiği üzere ülkemizde ekmek mayası sektörünün çok ciddi şekilde geliştiği söylenilebilir. Şu an ülkemizde endüstriyel kullanıcılar ve son tüketiciler için sıvı, yaş ve kuru maya üretilmektedir. Toplam üretimin yaklaşık 180.000 ton civarında olduğu tahmin edilmektedir. Üretilen miktarın yaklaşık 100.000 ton'u iç piyasada tüketilmekte, kalan miktar ihraç edilmektedir.

### **2.2.3.İstihdam**

Katkı maddeleri ve maya sektöründe faaliyet gösteren üreticiler, üretilen ürünlerin tüketicilere ulaştırılması ile beraber değerlendirildiğinde istihdamın 12.000 kişi civarında olduğu tahmin edilmektedir.

## **3.DÜNYADA SEKTÖRÜN DURUMU VE GELİŞMELER**

### **3.1.Dünyada Sektörün Gelişimi**

Dünyada katkı ve yardımcı maddeler sektörünün ciddi anlamda gelişmiştir ve uluslararası dev şirketler bu konuda faaliyet göstermektedir. Globalizasyonun etkisi bu sektörde de kendini hissettirmiş, gıda katkı maddeleri sektörlerinin gelişimi dünya genelinde paralellikler ve yaygınlıklar göstermiştir. Özellikle kıt kaynakların etkin kullanımı söz konusu olduğunda katma değer daha yüksek, daha güvenli, daha dayanıklı ve israf edilmeden tüketilebilen ürünlerin üretimi ancak gıda katkı maddelerinin etkin ve doğru şekilde kullanımı ile mümkün olabilmektedir. Sektörel gelişimin, tüketici ihtiyaçlarının değişiminin sürekli olması sektörün kendisini sürekli yenilemesi gerekliliğini de beraberinde getirmekte ve sektörü rekabetçi stratejiler geliştirmek durumunda bırakmaktadır. Bir taraftan ürünler çeşitlenirken diğer taraftan kalitesi iyileşmekte, toplam kalite, iyi üretim teknikleri kendine sektörde daha çok yer bulmaktadır.



Sektör bir yandan ürünler bağlamında gelişirken diğer taraftan standardizasyon ve kontrol mekanizması da gelişmekte, üretilen ürünler FDA (Amerikan Food and Drug Administration) tarafından ciddi bir şekilde kontrol edilmektedir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO)'de benzer çalışmaları ve düzenlemeleri dünya çapında yönlendirmektedir.

### 3.2.AB ile İlişkiler

Özellikle son yıllarda gelişen Avrupa Birliği ilişkileri sektörde olumlu etkiler yaratmasına rağmen halen daha ülkemizin tarım politikalarından kaynaklı sıkıntılar devam etmektedir. Ülkemizde ve Avrupa birliğinde uygulanan regülasyonların minör de olsa farklılıkları ithalat ve üretim aşamalarında yaşanan zorlukları da beraberinde getirmektedir. Ülkemizdeki tarım alanlarının korunmasında sıkıntılar yaşanmakta ve sanayinin ihtiyacı olan tarım ürünlerinin temini her geçen gün daha da zorlaşmaktadır. Bu da sektörün gelişiminin önünü tıkamaktadır.

Ülkemizde üretilen ürünler ile Avrupa Birliği ülkelerinde üretilenler arasında teknoloji farklılıklarından kaynaklı kayda değer maliyet farklılıkları bulunmaktadır. Eskiye teknolojiler bir yandan maliyeti arttırırken diğer yandan verimliliği de düşürmektedir. Özellikle aldıkları doğrudan desteklerle ithalatçı konumdan ihracatçı konumuna geçen Avrupa Birliği ülkeleri, uygulanan mali destek programları ile rekabetçi konumlarını her geçen gün güçlendirmektedirler. AB'ye üye ülkelerin yararlandığı mali kaynaklardan yararlanabilmek için tüm kurum ve kuruluşlar istikrarlı bir program için mutabakat yapmalıdır.

### 4.SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜ

Gıda katkı maddeleri ve yardımcı maddeleri konusunda Türkiye'nin üretimi bugün önemli bir noktadadır. Özellikle Türk halkının tahıl grubu ağırlıklı beslenmesi sebebiyle katkı maddeleri ve yardımcı maddeler konusunda en gelişmiş sektör, ekmek ve unlu mamüller sektörüdür. Bu sektörün gelişmesinin önemli bir nedeni de özellikle son yıllarda artan likidite bolluğu ve gelişen ekonomi ile Türk üreticisinin daha çok farklı ülkeleri ziyaret etmesi, farklı teknolojiler ile tanışması ve bunları içselleştirmesi yatmaktadır. Fırıncılık sektörünün gelişmesine paralel olarak, özellikle bu sektöre yönelik katkı ve yardımcı madde üretimi yapan şirketler çoğunluktadır.

Özellikle son yıllarda ivmelenen AB'ye üyelik süreci ile bir yandan uyum yasaları tamamlanacak diğer yandan güçlenen altyapı neticesinde yabancı sermayenin Türkiye'de yapacağı yatırımlar artacak ve sonucunda sektör daha çok güçlenecek ve kendi gelişimi ile birlikte kendisine bağlı sektörlerin de gelişmesini sağlayacaktır. AB mevzuatına uyum dolayısı ile Gıda Kodeksleri ve Gıda Katkı Maddeleri ile ilgili mevzuat son yıllarda hızla çıkarılmış olup, bu mevzuat iyi denetlendiği takdirde sektörün gelişimi daha hızlanacaktır.

Türkiye gıda katkı maddeleri sektörünü değerlendirirken özellikle enzim karışımlarından oluşan katkı maddeleri sanayini başlı başına ele almak gerekmektedir. Bu noktada sorunları şu şekilde sıralamak mümkündür:



- Haksız rekabet: Kayıt dışı ekonominin parçası olarak belgesiz alış ve satışlardan dolayı yaratılan fiyat farkları nedeniyle oluşan haksız rekabet ve bir şekli ile bunun önüne geçilememesi,
- Yasalara aykırı üretim yapan ve merdiven altı olarak tabir edilen üretim yerlerinin varlığı ve kontrol dışı çalışmaları sanayinin sorunlarının temelini teşkil etmektedir.

Yukarıda belirtilen iki problemin geliştirilecek doğru kontrol mekanizmaları ile çözümlenmesi sektörün önünü ciddi şekilde açacak ve yatırımcıların sektöre yatırım yapmaya devam etmesinin en önemli nedeni olacaktır.

Hızla gelişen sanayi paralelinde tüketici gereksinimlerini karşılayacak biçimde mamul üretimini sağlamak, dayanıklılığı arttırmanın yanı sıra duyuşal özellikleri düzeltmek, üretilen ürünlerin besleyici değerini korumak ve işlenmesine yardımcı olmak gibi amaçlarla kullanılan katkı maddelerinin üretimi yoğun bir dikkat gerektirmektedir. Gıda güvenliği yaklaşımı, artık gıda üretim zinciri boyunca, yani birincil üretimden tüketiciye ulaşan son ürüne kadar tüm aşamaları kapsamaktadır. Katkı maddeleri üretimi modern analiz yöntemlerini, laboratuvarları, ileri teknolojiyi, bilgi birikimini gerektirmektedir. Gıdalarda kullanımına izin verilen katkı maddelerinin denetlenmesi önemli olup, katkıların gıda saflığında olmaları gıdalarda izin verilen sınırları aşmamaları ve taklit gıda yapımında kullanılmalarının engellenmesi gibi konularda denetim sağlanması gerekmektedir. Halen çeşitli kurumlara dağılmış yetkilerle gıda üretimi yürütölmeye çalışılmaktadır. Kuruluşlar arasında koordinasyon yetersizliğinden dolayı gıdaya ilişkin hizmetler yetersiz kalmaktadır. Bu durum tüketicinin yanılsaması, ekonomik kayıplara uğramasına ve gıda sanayinde haksız rekabetin doğmasına neden olmaktadır. Gıda maddesi üretiminden tüketimine kadar değişik safhalarda kayıplara uğramakta ve bu yüzden de milli gelirdede büyük kayıplar meydana gelmektedir. Tüm bunların giderilebilmesine fayda sağlanabilmesi için kontrol mekanizmasının verimli ve optimum şekilde çalışır hale getirilmesi elzemdir. Bir yandan sayısal anlamda artan kontrolörler özellikle bilgi ve birikim konusunda da desteklenebilirse hataya açık yerler tespit edilip düzeltilbilir ve sektörün önü açılabilir.

AB'ye üyelik sürecinde ölkemizin pazarda payını arttırabilmesi için yüksek kalitede standart ürün üretimini gerçekleştirmesi gerekmektedir. Ölkemizde halen gıda üretiminin önemli bir kısmı ilkel teknolojiye sahip tesislerde yapılmaktadır. Bu tür firmalar tamamen iç piyasaya yönelmekte ve aşırı rekabete yol açmaktadırlar. Maliyeti düşük olan bu işletmeler fiyat rekabeti ile kaliteli ürünü piyasadan dışlayabilmektedirler. Fiyat kırımları sonucunda da kalite bozulmaları ortaya çıkmaktadır.

Ölke ekonomisindeki iyileşmenin devamlılığına ve AB ile uyum sürecine bağlı olarak yeni pazarlar ortaya çıkmaktadır. Yüksek kapasiteli, gıda güvenliği esaslarını dikkate alan üreticilerin ayakta kalması, haksız rekabetin ortadan kalkması sebebiyle modern yatırımlar cazip duruma gelecektir. Gıda katkı maddelerine talep her geçen gün artmaktadır. Özellikle Orta Doğu ölkeleri, Kuzey Afrika ölkeleri, Balkanlar, Türki Cumhuriyetler ölkemizin bu konudaki ihracatı açısından potansiyel ölkelerdir.

Gerek sektörün karmaşık yapısı gerekse yabancı sermaye girişi ile ilgili yasal düzenlemelerin tamamlanmaması nedeniyle birçok gıda üretim sektöründe yabancı sermaye yatırımı henüz yeterli değildir. Diğer yandan, katma değeri düşük ürünlerin, özellikle düşük kapasiteli tesislerde üretimi, ürün maliyetinin yükselmesine neden olmaktadır.



Bu tip işletmeler hâlihazırda yüksek kapasiteli, modern işletmelerin sayısının az olması nedeniyle sektör içinde yer alabilmektedir. Bununla birlikte, ulusal ve uluslararası sermaye ile yakın zamanda kurulabilecek yüksek kapasiteli modern unlu mamul üretim tesisleri gerek üretim maliyetlerinin düşük olması gerekse özellikle AB regülasyonlarına uygun olmaları nedeni ile diğer işletmelerin kapanmasına neden olabileceklerdir. Benzer şekilde haksız rekabetin devlet tarafından kısa sürede önlenmemesi de üretimini her bakımdan kurallara uygun olarak yapan işletmeler için ileride ciddi tehdit oluşturabilecektir.

#### Sektörün Güçlü Yönleri:

- Özellikle kadınların çalışma hayatına aktif olarak katılması nedeniyle hazır, kolay hazırlanabilir ve dayanıklı gıdaya olan talebin çoğalması.
- Beslenme alışkanlarındaki değişiklikler ve tercih farklılıkları.
- Tahıl grubuna olan yüksek talebin sektörü olumlu etkilemesi.
- Mevzuat altyapısının hızla tamamlanıp AB'ye uyumlu hale getirilmesi.
- Modern ve yüksek kapasiteli üretim tesislerinin varlığı.
- Gelişen ihracat pazarlarına yakınlık, Orta Doğu, Kuzey Afrika, Türki Cumhuriyetler.

#### Sektörün Zayıf Yönleri:

- Kayıt dışılığın yarattığı haksız rekabet.
  - Yasadışı üretim yapan kuruluşların varlığı.
  - Denetim eksikliği.
  - Gıda kontrolü ve denetiminde yetkili kurumlar arasındaki koordinasyon eksikliği.
  - Kalitesiz üretim yapan kuruluşların varlığı.
  - Düşük kapasite ile çalışan küçük ölçekli işletmelerde maliyetlerin yüksekliği.
- KDV oranlarının yüksekliği ve ithalattaki vergi ve fonların yüksekliği.

#### Sektörün Fırsatları:

- AB'ye uyum ile yeni pazarların ortaya çıkması.
- Gıda katkı maddelerine olan talebin her geçen gün artma eğilimi.
- Özellikle Orta Doğu pazarında Türkiye'nin artan itibarı





### Sektörün Tehditleri:

- Gıda katkı maddeleri hakkında aleyhte kampanyalar yürütülmesi ve toplumun olumsuz şartlanmaları.

Talep daralmasından dolayı yaşanan global kriz.

## 5. SEKTÖRDE GELECEĞE YÖNELİK BEKLENTİLER

Dünyada ve ülkemizde ekonomik gelişmeye paralel olarak kişi başına gelirin artması, sanayileşme, kentleşme ve eğitim düzeyinin yükselmesi gibi nedenler toplumun beklentilerini yükselterek, daha iyi yaşama arzusunu güçlendirmektedir. Bir yandan ekonomik anlamda gelişen tüketiciler diğer yandan daha çok seyahat ederek, farklı ülkelere giderek, farklı kültürleri tanıma ve kendi görsel şemalarını geliştirme fırsatı bulmaktadırlar. Bu değişim bir yandan tüketilen ürünlerin çeşitliğinin bir yandan da kalitesinin artırılması baskısını üreticilerin omuzlarına yüklemektedir. Bununla beraber diğer yandan da nüfus artışının etkisiyle gıda maddelerine karşı toplumun talebi artmaktadır. Tüm bunlar bir arada değerlendirildiğinde hem miktar olarak daha fazla hem de daha kaliteli ve nitelikli gıda maddesi üretimi için katkı maddesine olan ihtiyaç artmakta ve kullanımı mutlak hale getirmektedir.

Gıda katkı maddelerinin, özellikle yanlış yöntemlerle kullanımından kaynaklanabilecek nedenlerle itham eden, tümünü birer zehir gibi gösteren, kamuoyunu tedirgin edici varsayımlarda bulunmak, kişisel görüşlerden öte bilimsel temellere dayanmamaktadır. Bilinmelidir ki; söz konusu maddelerin gıdalarda izin verilen düzeylerde kullanıldıklarında toksik etkilere neden olmaları söz konusu değildir. Bu düzeyler tüm dünyada Birleşmiş Milletler Teşkilatı'na bağlı WHO, FAO ve Gıda Katkı Maddeleri Uzmanlar Komitesi tarafından yürütülen ve uzun yıllar süren bilimsel ve tıbbi çalışmalar, detaylı toksolojik testler ve hayvan denemelerinden elde edilen bulgular dikkate alınarak hesaplanmaktadır. Diğer yandan bazı uluslararası örgütler de kullanımı önerilen katkı maddeleri yeniden incelenmekte ve insanlarda sağlık riski taşımadan kabul edilebilir günlük alım miktarları da belirtilerek Codex Alimentarius ve AB direktifi olarak yayınlanıp sürekli güncellemelerini yapmaktadır. Dünyadaki tüm gelişmiş ülkelerdeki yasa ve yönetmeliklerde öngörüldüğü gibi denetlenen katkı maddesi kullanımı gıda endüstrisinin önemli bir parçasıdır ve bu konumda olmayı sürdürecektir.

## 6. SEKTÖR STRATEJİLERİ VE POLİTİKALARI

### 6.1. Vizyon ve Misyon

#### Vizyon:

Beslenme gereksinimlerinin karşılanmasında kaliteli, sağlıklı, dayanıklı ve kolay hazırlanabilir gıda maddeleri üretmek üzere mamul gıda sanayine hizmet götüren bir sektör olmak.

#### Misyon:

Gıda katkı maddelerinin gıdalarda hilelendirme amacı dışında, sağlıklı ve kaliteli gıda üretimine yönelik olarak kullanımını sağlamak, katkı maddeleri kullanımının gerekliliği konusunda toplumu bilinçlendirmek.



## 6.2.Strateji ve Politikalar

Ülkemizde üretilen ürünün maliyeti ile AB ülkelerinde üretilen ürünlerin maliyeti arasında fiyat farklılıkları vardır. AB ülkeleri almış oldukları desteklerle ithalatçı konumdan, ihracatçı duruma gelmişlerdir. AB'nin mali kaynaklarından yararlanmak için tüm kurum ve kuruluşlar istikrarlı bir program için mutabakat yapmalıdır. Yapılacak bu mutabakat özellikle son yıllarda gelişim kaydeden un ve maya sektörü gibi sektörlerle kaldıraç etkisi yaratacak ve beraberinde tüm gıda katkı maddeleri sektörünün gelişmesine yardımcı olacaktır.

Türkiye'de modern ve yüksek kapasiteli üretim tesisleri kurulmuş olup, bu tesisler halen katkı maddeleri ve yardımcı maddelerin üretimine yönelik yatırım harcamalarına devam etmektedirler. Fakat merdiven altı ve kayıt dışı üretim yapan işletmeler haksız rekabete sebep olduklarından, düşük fiyatlarla ve faturasız olarak piyasaya girmektedir ve bu sektörde ciddi anlamda yatırım yapan şirketlerin yatırımlarını baltalamaktadır. Ayrıca bu tip şirketler Gıda Kodeksine uygun olmayan üretimler yaparak, toplum sağlığı sorunlarına neden olmaktadır. Bu sebeple sektörün lokomotifini olan şirketlerin yatırımları ve teknolojik gelişmelerin arzu edilen seviyeye ulaşması yavaşlamaktadır. Özellikle bu problemin ortadan kaldırılabilmesi için her platformda kontrol mekanizmasının kendisini geliştirmesi ve kontrol görevini en iyi şekilde yerine getirmesi gerekmektedir. Belgesiz alış ve satış nedeniyle yaratılan fiyat farkları, yasalara aykırı üretim yapan, merdiven altı tabir edilen üretim yerlerinin varlığı ve kontrol dışı çalışmaları sonucu oluşan haksız rekabet ve kayıt dışılık önlenmelidir.

Gıdalarda kullanımına izin verilen katkı maddelerinin denetlenmesi önemli olup, katkıların gıda saflığında olmaları, gıdalarda izin verilen sınırları aşmamaları ve taklit gıda yapımında kullanılmalarının engellenmesi gibi konularda denetim sağlanması gerekmektedir. Özellikle bu noktada hazırlanan regülasyonların kontrol mekanizması tarafından kontrol edilebilirliği sağlayacak şekilde hazırlanması elzemdir. Uygulamada yapılan ve kontrol mekanizması tarafından denetlenemeyen uygulamalar haksız rekabetin en önemli tetikleyicisi konumuna gelmiştir. Tüketicilere daha kaliteli ve güvenli gıda sunmak, üretici ve tüketicinin ekonomik menfaatlerini sağlamak, üretici ve tüketiciyi haksız rekabetten korumak için gıda kontrolü ve denetiminin doğru ve konuyu bilen uzmanlar tarafından yapılması zorunludur. Bu nedenle gıda hammaddesinin yetiştirilmesinden gıda tüketimine kadar geçen tüm aşamaları bilen çeşitli dallarda uzmanlaşmış teknik elemanların sorumlu olduğu Gıda İşleri Genel Müdürlüğü mutlaka kurulmalıdır.

Tüketiciler gıda katkı maddeleri konusunda yeterli bilgiye sahip değildir. Tüketicilerin bilinçlendirilmesi yönünde kampanyalar düzenlenmelidir.

AB'ye girme çabası içinde olan ülkemizin pazarda payını arttırabilmesi için sektör, yüksek kalitede standart ürün üretebilir hale gelmelidir.



## DİSTİLE ALKOLLÜ İÇKİLER SEKTÖRÜ

### GİRİŞ

#### 1. SEKTÖRÜN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

##### 1.1 Endüstri Yapısı

Ülkemizde alkollü içki üretimi, 1932 yılından 1941 yılına kadar İnhisarlar Genel Müdürlüğü, 1941 yılından 2003 yılında özelleştirilmesine kadar Tekel Genel Müdürlüğüne devlet monopolünde gerçekleştirilmiştir. 12.06.1942 tarihli ve 4250 sayılı “İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisar Kanunu” ile her türlü ispirto ve ispirotolu içkilerin üretimi, iç ve dış alım ve satımı, dağıtımı ve fiyatlandırılmasına ilişkin usul ve esasları düzenlemek görevi Tekel’e verilmiştir. Bu kanun gereği rakı devlet tekeli altına alınınca rakı üretimi yapan özel sektör rakı piyasasından çekilmek durumunda kalmıştır.

Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından 09.08.1991 tarihli ve 441 sayılı Bakanlığın Kuruluş ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (KHK) kapsamında yürütülen gıda kontrol hizmetleri, “Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesi”ne dair 28.06.1995 tarihli ve 560 Sayılı KHK’nin yürürlüğe girmesiyle yeni bir boyut kazanmıştır. 560 Sayılı KHK’ye dayanılarak hazırlanan ilk ürün tebliği 21.10.1995 tarihli “Distile Alkollü İçkiler Tebliği”dir. Söz konusu tebliğ, 16.03.2005 tarihinde yeniden düzenlenerek yayımlanmıştır.

Daha sonra 560 Sayılı KHK’nin 7’nci maddesine dayanılarak hazırlanan Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği, 16.10.1997 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Üretici ve tüketici menfaatleri ile halk sağlığını korumak, gıda maddelerinin tekniğine uygun ve hijyenik şekilde üretim, hazırlama, işleme, muhafaza, depolama, taşıma ve pazarlanmasını sağlamak üzere gıda maddelerinin özelliklerini belirlemek amacıyla hazırlanan Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği, gıdaların kalite ve hijyenle ilgili özelliklerini, katkı maddelerini, aroma maddelerini, pestisit ve veteriner ilaç kalıntılarını, gıda bulaşanlarını, ambalaj ve işaretleme, depolama ve taşıma kurallarını, numune alma ve analiz metotlarını kapsar.

Özelleşme sonrası tütün, alkol ve alkollü içkiler piyasasının düzenlenmesi amacıyla Tütün, Tütün Mamulleri, Tuz ve Alkol İşletmeleri Genel Müdürlüğü yeniden yapılandırılmıştır. Bu kapsamda Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu (TAPDK) kurularak 4733 sayılı “Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu Teşkilat ve Görevleri Hakkındaki Kanun”un çıkarılması 2002 yılında gerçekleşmiştir. Bu Kanunla; alkollü içkilerin iç ve dış ticareti, dağıtımı, depolanması, geri kazanımı, üretim tesislerinin kurulması, işletilmesi, proje tadilatı, kapatılması ve her türlü devir işlemleri ile 4250 sayılı Kanun’un uygulanmasına yönelik işlemlere ve tüm bu işlemlerin teknik kontrolüne ilişkin çalışmaları yürütme görevi Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu’na verilmiştir.

2001 yılında özelleştirme programına alınan Tekel, 2003 yılında yeniden yapılandırılarak bir şirket kurulmuş, bu şirketin de 27.02.2004 tarihli devir sözleşmesi ile özelleştirilmesinin ardından alkollü içkilerde devlet tekeli dönemi sona ermiştir.

Tarım ve Köyişleri Bakanlığı tarafından hazırlanan 5179 sayılı “Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun” 05.06.2004 tarihinde Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. 5996 Sayılı “Veteriner



Hizmetleri, Bitki Sağlığı, Gıda ve Yem Kanunu” nun 11.06.2010 tarihinde yürürlüğe girmesiyle gıda güvenilirliği şartları belirlenmiştir.

Ülkemizdeki toplam distile alkollü içki tüketiminin yaklaşık % 73’ünü karşılayan rakının, gerek üzüm ve anason girdileri nedeniyle ülkenin tarım ekonomisindeki rolü, gerekse ülkemizin dünya pazarına özgün ve geleneksel ürün olarak sunabildiği nadir ticari değerlerden biri olması nedeniyle “geleneksel üretim tekniği”nin korunması 4250 sayılı Kanun ile sağlanmıştır. Geleneksel Alkollü İçki Üreticileri Derneği’nin (GİSDER) Türk Patent Enstitüsü’ne müracaatıyla da 08.12.2009 tarihinde rakı için Coğrafi İşaret Tescil Belgesi alınmıştır.

### 1.1.1. İşletme Sayısı

Çizelge 1’de görüleceği üzere Türkiye’de distile alkollü içki üreten TAPDK’dan üretim izni belgesine sahip 7 şirkete ait 12 tesis mevcuttur.

**Çizelge 1: Türkiye’de Distile Alkollü İçki Üretim İznine Sahip İşletmeler**

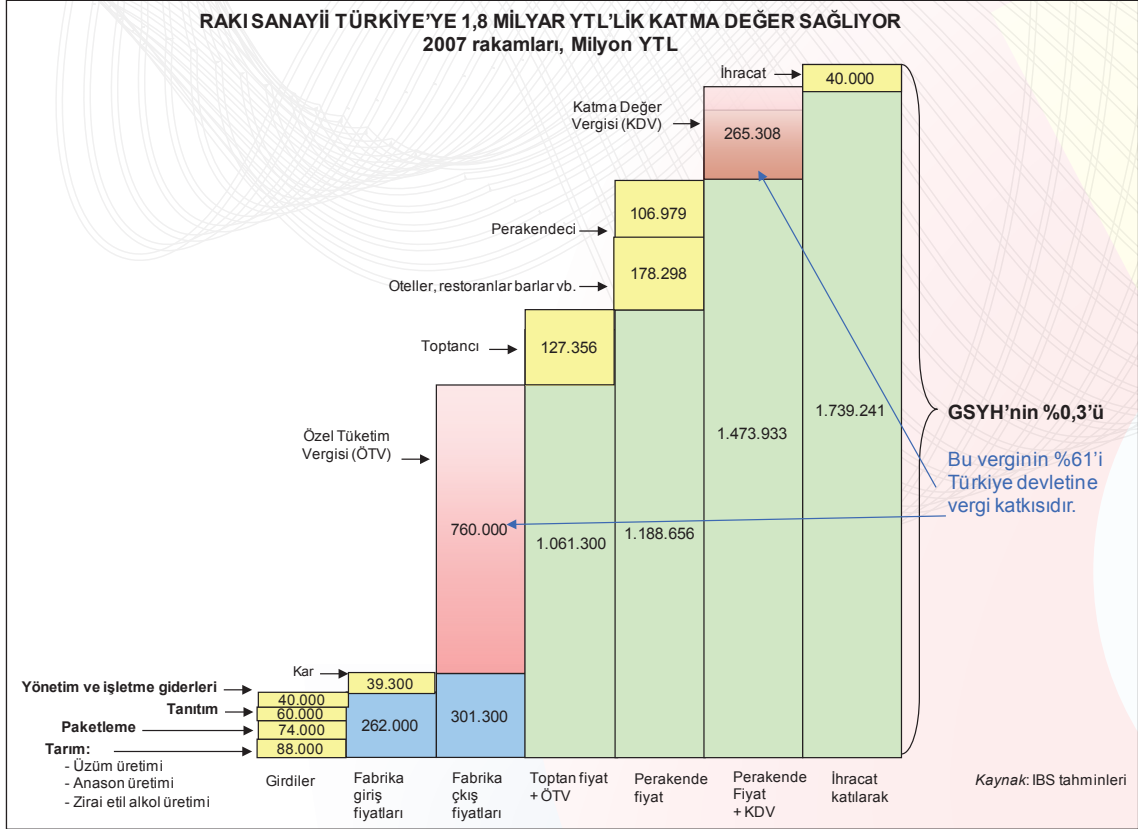
Distile Alkollü İçki Üreticileri	İşletme Sayısı				
	Rakı	Votka	Cin	Likör	TOPLAM
Alaşehir Alkollü İçkiler San. ve Tic. A.Ş.	1	-	-	-	1
Anadolu Alkollü Alkolsüz İçecekler İth. İhr. San. ve Tic. Ltd. Ş.	1	-	-	-	1
Antalya Alkollü İçecek San.ve Tic. A.Ş.	1	1	-	-	2
Elda İçecek ve Enerji Hiz.San. ve Tic. A.Ş.	1	-	-	-	1
İnfotex Tur. Sey. Tarım Gıda ve İçecek Mad. İmalat San. Tic. Ltd. Şti.	-	1	1	-	2
Mey Alkollü İçkiler San. ve Tic. A.Ş.	2	1 ( aynı işletmede votka, likör ve cin üretilmektedir.)			3
Allco İçecek San. ve Tic. A.Ş.	-	1	-	1	2
					<b>12</b>

**Kaynak:** TAPDK Alkollü İçki Üreticisi Firmalar Listesi (23.09.2011)



### 1.1.2. Ekonomide Yaratılan Katma Değer

Türkiye'deki distile alkollü içkiler pazarının lideri olan rakı, 2007 yılında rakı sanayiinin çeşitli oyuncularıyla ekonomiye 1,8 milyar YTL ile GSYİH'nin % 0,3'üne denk gelen bir katma değer sağlamıştır. Rakı sanayiinin 1,8 milyar YTL yarattığı katma değer, üretimden dağıtımına kadar ele alınan değer zincirindeki her aşamanın katkısını temsil etmektedir (Şekil 1 ve Çizelge 2).



Kaynak: IBS Research & Consultancy Raporu, 2008

Şekil 1: Rakı Sanayiinin Yarattığı Katma Değer



**Çizelge 2: Rakı Sanayinin 2007 Yılında Sağladığı Katma Değer**

RAKı SANAYİNİN KATMA DEĞERİ 2007		
	YTL'000	
	Katkı	Kümülatif
Tarım	88.000	
Ambalaj	74.000	
Tanıtım	60.000	
Yönetim ve işletme giderleri	40.000	
İç pazar satışları için fabrika üretimi – fabrika fiyatlarıyla		262.000
Üretici karı	39.300	
İç pazar satışları için fabrika üretimi – fabrika fiyatlarıyla		301.300
ÖTV	760.000	
ÖTV dahil toptancıya maliyeti		1.061.300
Toptancı payı, %12'lik brüt marj olarak	127.356	
Toptan satışlar, ÖTV dahil		1.188.656
Perakendeci satışları- %12 brüt marjla toplamın %75'i olarak		106.979
Lokanta/otel/bar satışları- % 60 brüt marjla toplamın % 25'i olarak	178.298	
Toplam		1.473.933
KDV	265.308	
Toplam, KDV dahil		1.739.241
İhracat için fabrika üretimi		40.000
Toplam Katma Değer		<b>1.779.241</b>
GSYİH payı		0,3 %

**Kaynak:** IBS Research & Consultancy Raporu, 2008



**Çizelge 3: Geçimini Rakı Sanayinden Sağlayan Nüfus**

GEÇİMİ RAKI SANAYİNE BAĞLI NÜFUS		
Sektör	Doğrudan Faydalananlar	Faydalanan Nüfus*
Damıtma	2.000	9.000
Tarım	51.000	255.000
Ambalaj	800	3.500
Toptan Dağıtım	9.048	40.714
Tanıtım	300	1.350
Restoranlar/Oteller/Barlar	52.192	234.864
Perakende sektörü	162.560	731.522
Toplam	277.900	1.275.950

**Kaynak:** IBS Research & Consultancy Raporu, 2008

Özetle; üretim, dağıtım ve tüketimin çeşitli evrelerinde rakı sanayi aşağıdaki katkıları sağlamaktadır:

- 278.000 kişiye iş sağlamaktadır ve böylelikle yaklaşık 1,3 milyon kişinin, diğer bir deyişle, Türkiye nüfusunun % 1,8'inin geçimini sağlamaktadır (Çizelge 3).
- 1,2 milyar TL düzeyinde vergi geliri sağlamaktadır ki bu rakam devletin vergi gelirlerinin %1'ine yakındır.
- Türkiye'ye yıllık 30 milyon Dolardan fazla ihracat geliri getirmektedir.
- Türkiye'ye yapılan dış kaynaklı yatırımları artırırken, tüketici standartlarının yükseltilmesinde de rol oynamaktadır. Üreticiler sürekli olarak ürün kalitesinin artırılması amaçlı yatırım yapmakta, bu amaçla yılda yaklaşık 30 milyon TL sarf etmektedirler.
- Ülkenin bir turizm merkezi olarak çekiciliğine ve turizm sektörünün ülkeye sağladığı yıllık 20 milyar Dolarlık döviz gelirin katkıda bulunmaktadır.

Ülkenin refahına büyük katkılar yapan rakı sanayi, aynı zamanda Türkiye'de Avrupa standartlarına göre daha yüksek vergilendirilmekte olup ulusal bütçeye vergi katkısı diğer tüm Avrupa ülkelerinde olduğundan daha fazladır.



## 1.2. Üretim

Distile alkollü içki sektöründe faaliyet gösteren 7 firma tarafından üretilerek piyasaya sunulan ürünlerin başında rakı gelmektedir. Ülkemizdeki toplam distile alkollü içki tüketiminin yaklaşık %73 ünü karşılayan rakının, gerek üzüm ve anason girdileri nedeniyle gerek ülkenin tarım ekonomisindeki rolü, gerekse ülkemizin dünya pazarına özgün ve geleneksel ürün olarak sunabildiği nadir ticari değerlerden biri olması nedeniyle “geleneksel üretim tekniği”nin korunması 4250 sayılı Kanun ile sağlanmıştır.

4250 sayılı Kanun ve 26.09.2002 tarih ve 24888 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren “Alkol ve Alkollü İçki Tesislerinin Haiz Olmaları Gereken Teknik Şartlar, Kurulmaları İşletilmeleri ve Denetlenmelerine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik” uyarınca, distile alkollü içki üretiminde “yeni teknoloji” uygulanmalı ve üretim tesisi “entegre tesis” olmalıdır (Çizelge 4).

Ülkemizde değişik kategorilerde ticari markalar ile piyasaya arz edilen distile alkollü içkiler söz konusu yönetmeliğe uygun olarak kurulan ve projelendirilen tesislerde ve 16.03.2005 tarih ve 25757 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe giren “Türk Gıda Kodeksi Distile Alkollü İçkiler Tebliği”ne uygun olarak üretilmektedir.

Sektörde kullanılan teknolojiyi, geleneksel üretim tarzına sadık kalınarak yenilik ve gelişmelerden yararlanılmış olarak tanımlamak mümkündür. Sektörün liberalize olması ile birlikte firmalar teknolojilerini önemli ölçüde yenilemişler, otomasyona dayanan kapalı sistemlere yönelik yatırım yapmışlardır.

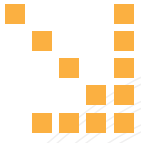
Ekonomik katkısının yanısıra, rakı geleneksel milli içki olarak Türk kimliğinde ve sosyal etkileşiminde önemli bir rol oynamaktadır. Ülkemizde çeşitli davranış ve gelenekler biçiminde yansımaları bulan özel bir rakı kültürü söz konusudur.

**Çizelge 4: Distile Alkollü İçkilerin Üretim Miktarları**

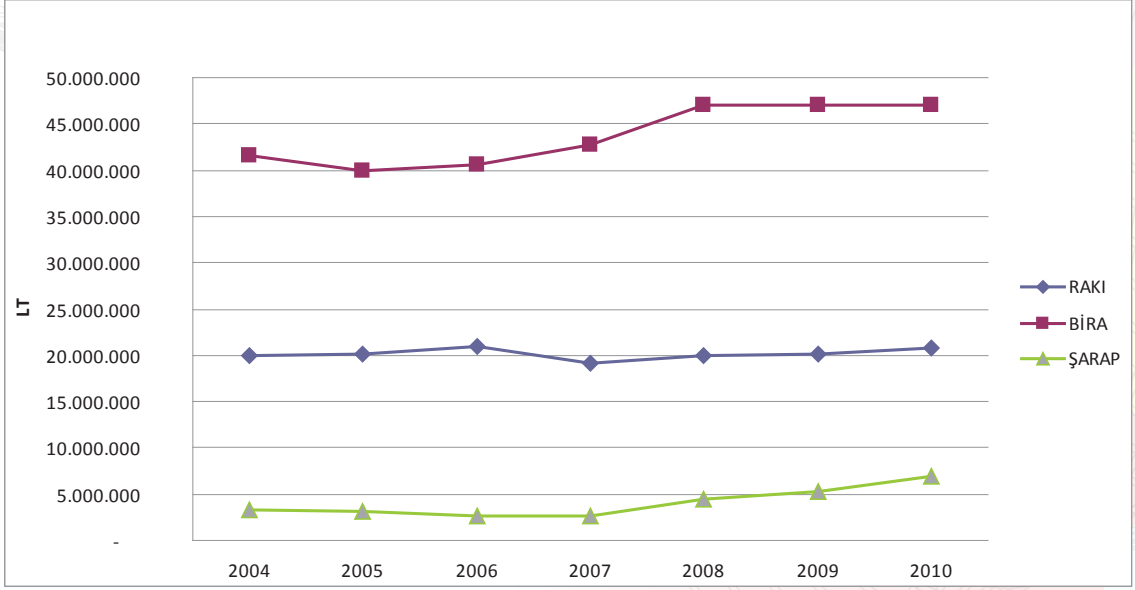
Distile Alkollü İçkiler	2006 yılı Üretim (litre)	2007 yılı Üretim (litre)	2008 yılı Üretim (litre)	2009 yılı Üretim (litre)	2010 yılı Üretim (litre)
Kanyak, Brendi	408.499	274.483	251.837	239.957	149.139
Viski	50.161	0	0	0	0
Rom	0	0	0	0	0
Ardıç Aromalı İçkiler, Cin	1.189.510	979.257	1.045.203	1.058.723	1.134.645
Votka	5.127.131	4.986.523	7.658.359	8.909.995	9.675.512
Likörler	424.435	328.759	819.100	627.164	782.099
Rakı	46.517.680	42.716.023	44.602.479	44.698.058	46.380.793
Diğer Distile Alkollü İçkiler	46.289	15.013	5.728	7.228	148
<b>TOPLAM</b>	<b>53.763.705</b>	<b>49.300.058</b>	<b>54.130.869</b>	<b>55.541.125</b>	<b>58.122.336</b>

Kaynak: TAPDK





Rakı, yıllardır alkollü içkiler vasıtasıyla tüketilen, alkol miktarı bakımından biradan sonra ikinci sırada gelmektedir (Şekil 2). Üretimin büyük bir bölümü yurt içinde tüketilmektedir.



Şekil 2: Türkiye’de Piyasaya Arz Edilen Alkollü İçki Miktarlarının LmA Olarak Karşılaştırması

Kaynak: TAPDK



**Çizelge 5: Distile Alkollü İçkilerin Perakende Satış Trendleri**

		Değer (1000) (TL)	Büyüme (oranı)
DİSTİLE İÇKİLER TOPLAMI	2007	1.436.091	
	2008	1.587.769	11%
	2009	1.721.025	8%
	2010	1.961.585	14%
RAKI	2007	1.104.061	
	2008	1.180.164	7%
	2009	1.256.289	6%
	2010	1.419.256	13%
VOTKA	2007	167.034	
	2008	225.436	35%
	2009	273.545	21%
	2010	321.693	18%
VİSKİ	2007	105.588	
	2008	122.452	16%
	2009	134.974	10%
	2010	164.277	22%
CİN	2007	34.699	
	2008	32.480	-6%
	2009	28.925	-11%
	2010	25.028	-13%
LİKÖR	2007	8.381	
	2008	9.555	14%
	2009	11.080	16%
	2010	11.119	0%

**Kaynak:** AC Nielsen Perakende Raporu, 2011



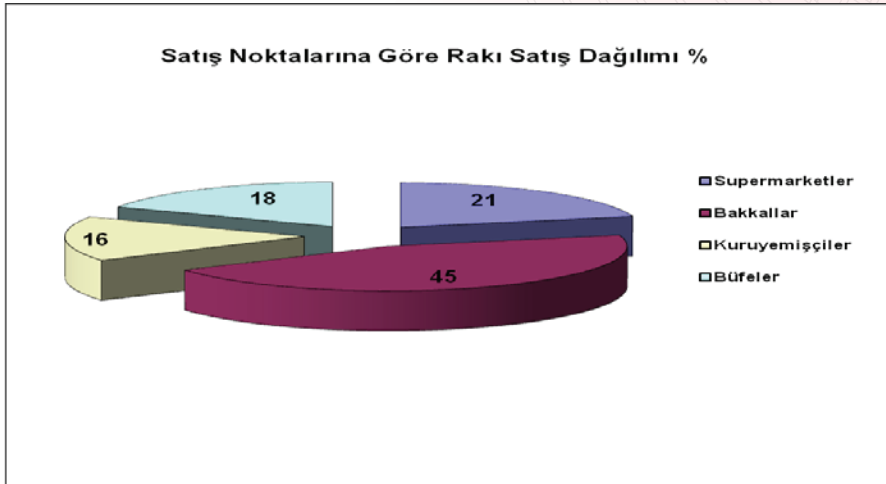
### 1.3.Tüketim

Türkiye’de distile alkollü içecek satışları 2010 yılında yaklaşık 2 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. Distile alkollü içki tüketimde en büyük pay geleneksel ürünümüz olan rakıya aittir. 2010 yılında pazar paylarına bakıldığında, viski tüketiminde artış olduğu görülmektedir. AC Nielsen 2011 verilerine göre, viski pazarının Türkiye’deki büyüklüğü 2009 yılında 135 milyon TL iken, bu rakam 2010’da 164 milyon TL’ye yükselerek % 22’lik değer büyümesi gerçekleşmiştir (Çizelge 5).

2010 yılı itibariyle distile alkollü içki satış değerinde % 14’lük bir artış gözlenmektedir. Cin pazar payında ise %13’ lük değer kaybı söz konusudur.

Türkiye’de distile alkollü içkilerin perakende satışını yapan geleneksel marketlerin (bakkal, kuruyemişiçi, büfe) sayısı son dönemde sabitken, süpermarketlerin sayısı hızla artmaktadır.

Gıdaların perakende satışını yapan noktaların % 29’u distile alkollü içki satmaktadır. Rakı bu perakende satış yerlerinin hemen hepsinde satılmaktadır.



**Şekil 3: Satış Noktalarındaki Rakı Satış Dağılımı**

**Kaynak:** AC Nielsen Perakende Raporu, 2011

Rakı satışlarının %45’ini gerçekleştiren bakkallar, rakının müşteriye ulaşmasında kilit rol oynamaktadır. Ancak, bakkallar bu konudaki paylarını rakı satışında ikinci büyük grup haline gelen süpermarketlere kaptırmaya başlamıştır. Bakkal ve süpermarketleri sırasıyla % 16 ve % 18’lük paylarla kuruyemişçiler ve büfeler izlemektedir (Şekil 3).



**Çizelge 6: Bazı Ülkelerde Bir Yılda Kişi Başına Tüketilen Saf Alkol miktarları**

Ülkeler	Saf Alkol Tüketimi (L)
Lüksemburg	15,5
Fransa	12,6
Macaristan	12,6
Avusturya	12,5
İrlanda	12,4
Danimarka	10,9
Almanya	9,9
Yunanistan	9,0
İsveç	6,9
Malta	5,3
<b>Türkiye</b>	<b>1,4</b>

**Kaynak:** WHO

Türkiye’de saf alkol tüketimi diğer ülkelerle karşılaştırıldığında düşük olduğu görülmektedir (Çizelge 6). Yetişkinlerin tüm alkollü içkileri kapsayan yıllık tüketimi Avrupa ortalamasından çok daha düşüktür.

#### 1.4. Dış Ticaret

##### 1.4.1 İhracat

**Çizelge 7: Distile Alkollü İçkilerin 2006-2010 yılları İhracat Verileri**

Alkollü İçkiler	2006 yılı İhracat (litre)	2007 yılı İhracat (litre)	2008 yılı İhracat (litre)	2009 yılı İhracat (litre)	2010 yılı İhracat (litre)
Kanyak, Brendi	1.588	739	697	17	0
Viski	16.867	949.616	0	0	0



Rom	0	0	0	0	0
Ardıç Aromalı İçkiler, Cin	42	4.720	2.986	252	0
Votka	29.160	78.668	152.009	116.978	29.340
Likörler	4.798	11.886	13.322	2.389	3.327
Rakı	2.337.516	2.731.018	2.711.534	2.456.330	2.382.388
Diğer Distile Alkollü İçkiler	773	2.100	546	0	0
TOPLAM	2.390.744	3.778.747	2.881.094	2.575.966	2.415.055

**Kaynak:** TAPDK

2010 yılında nihai ürün olarak 46.380.793 litre rakı üretilmiş, bunun 2.382.388 litresi ihraç edilmiş ve iç pazara sunulan miktar 43.998.405 litre olmuştur. Özelleştirmeden günümüze geçen sürede Almanya ve Kuzey Kıbrıs başta olmak üzere ihracat artmıştır. 2006 yılı TAPDK verilerine göre üretimin %5'i ihraç edilmiştir. 2007 yılında ihraç edilen oran üretimin % 6'sına ulaşmıştır (Çizelge 7).

#### 1.4.2 İthalat

TAPDK verilerine göre votka ve viski distile alkollü içki ithalatının yaklaşık dörtte üçünü oluşturmaktadır. Likörler %9, konyak ve brendi %7, rom %6 pay ile votka ve viskiyi izlemektedir (Çizelge 8).

**Çizelge 8: Distile Alkollü İçkiler 2006-2010 yılı İthalat Verileri**

Alkollü İçkiler	2006 yılı İthalat (litre)	2007 yılı İthalat (litre)	2008 yılı İthalat (litre)	2009 yılı İthalat (litre)	2010 yılı İthalat (litre)
Konyak, Brendi	190.239	241.641	230.644	175.042	330.214
Viski	1.550.487	1.433.995	1.671.075	2.544.165	2.465.679
Rom	165.419	200.398	251.192	313.223	457.714
Ardıç Aromalı İçkiler, Cin	249.975	166.220	189.414	202.773	363.606
Votka	1.269.409	992.345	1.150.075	1.455.560	2.105.776
Likörler	414.417	321.024	465.606	573.659	705.671
Rakı	0	0	0	0	0
Diğer Distile Alkollü İçkiler	138.342	135.020	204.087	268.988	397.928
TOPLAM	3.978.288	3.490.643	4.162.093	5.533.410	6.826.588

**Kaynak:** TAPDK

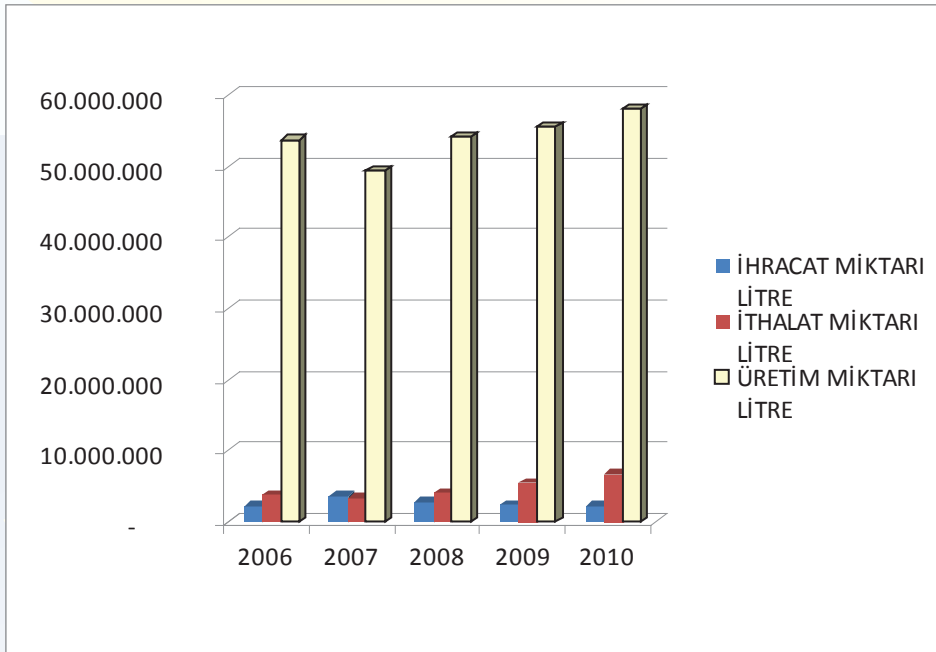


Çizelge 9 ve Şekil 4'den de izleneceği üzere; ülkemizde 2010 yılı itibariyle distile alkollü içkilerin ihracat miktarında düşme, ithalatında ise artış gözlenmektedir.

**Çizelge 9: Türkiye Distile Alkollü İçki Üretimi, İhracatı ve İthalatı**

Yıllar	Üretim Miktarı Litre	İhracat Miktarı Litre	İthalat Miktarı Litre
2006	53.763.705	2.390.744	3.978.288
2007	49.300.058	3.778.747	3.490.643
2008	54.130.869	2.881.094	4.162.093
2009	55.541.125	2.575.966	5.533.410
2010	58.122.336	2.415.055	6.826.588

Kaynak: TAPDK

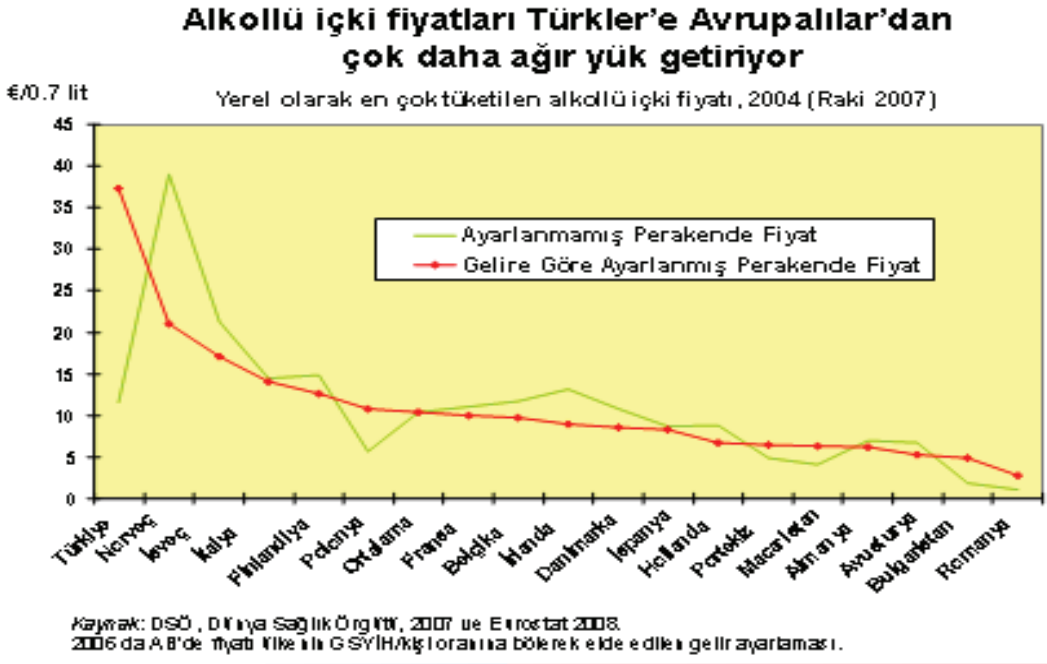


**Şekil 4: Yıllar İtibariyle Litre olarak İhracat ve İthalat Miktarı**



### 1.5 Fiyatlar

Avrupa'da satışa sunulan distile alkollü içkilerin fiyatı ile rakının Türkiye'deki satış fiyatı karşılaştırıldığında, rakı Türk tüketicisi için pahalı bir içkidir. Rakı fiyatları, Avrupa'nın belli başlı ülkelerinde en fazla tüketilen alkollü içki fiyatları sıralandığında rakının altıncı en pahalı alkollü içki olduğu görülmektedir. Bu mutlak değerler bazındaki görünümdür. Ayrıca Türklerin Avrupalılara nazaran düşük olan gelir seviyesi dikkate alındığında, rakı maliyetinin, diğer herhangi bir ülkede en fazla tüketilen alkollü içkininkinden çok daha yüksek olduğu ortaya çıkmaktadır (Şekil 5).



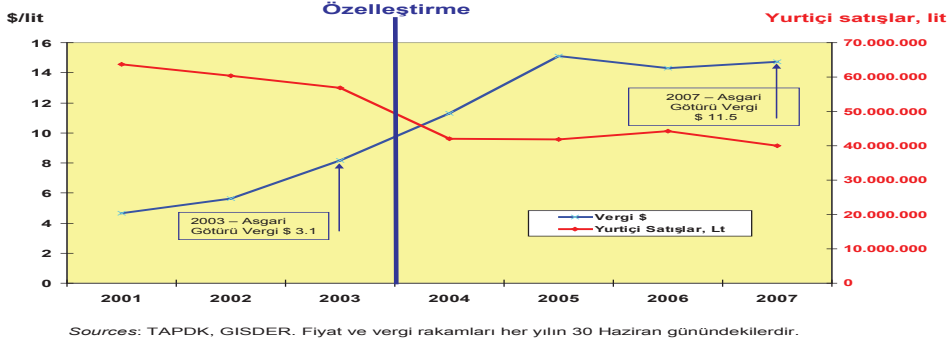
**Kaynak:** IBS Research & Consultancy Raporu, 2008

### Şekil 5: Rakıda Fiyat Karşılaştırması

Rakı satışlarının fiyat değişikliklerine hassas olduğu Şekil 6'nın tetkikinden anlaşılmaktadır. 2002 ile 2007 yılları arasında rakı fiyatlarında ABD Doları cinsinden yaşanan %179'luk artışın nihai üründe yurt içi satışlarda %34'lük, üretimde ise 60 milyon litreden 40 milyona 20 milyon litrelik düşüşleri beraberinde getirdiği görülmektedir.



**Verginin 4 kat atması satışların yarıya inmesine neden oldu**



**Şekil 6: 2001-2007 Yılları Arasında Rakı Satış Miktarları**

**Kaynak:** IBS Research & Consultancy Raporu, 2008

Bu düşüşün başlıca sebebi son beş yılda rakı üzerindeki vergi yükünün artmasıdır. Türkiye halihazırda bu konuda Avrupa’da en yüksek vergi uygulayan ülkelerden biridir. Türkiye’de uygulanan özel tüketim vergisi, Avrupa Birliği’nde uygulanan alkollü içkiler vergileri ortalamasının neredeyse iki katıdır. Bu durum, fert başına gelir bakımından Avrupa’nın üçte biri seviyesindeki ortalama Türk tüketicisinin üzerindeki vergi yükünün Avrupadaki tüketicilere nazaran çok daha fazla olduğunu göstermektedir.

Özel tüketim vergisi rakı sanayi ile ilgili vergiler arasında en önemli unsuru teşkil etmektedir. Bu vergi 2007 yılında rakı üreticilerinin devlet bütçesine ilgili faaliyetlerinden kaynaklanan tüm vergilerle yaptıkları katkının yaklaşık % 63’ünü oluşturmuştur. Çizelge 10’da rakı üreticilerinin devlete verdiği vergiler gösterilmektedir (Rakı üreticilerinin ödediği sosyal güvenlik katkıları çizelge dışında tutulmuştur).

**Çizelge 10: Alkollü İçki Sektörünün Kamuya Aktardığı Kaynaklar**

2007 YILINDA VERGİ KATKISI			
	Vergi Gelirleri		YTL Milyon
	Toplam	Rakıdan	Toplamdaki Payı
Özel Tüketim Vergisi	39.111	760	1,9%
Katma Değer Vergisi	43.285	265	0,6%
Gelir Vergisi	34.447	15	0,04%
Kurumlar Vergisi	13.751	14	0,1%
Toplam, diğer vergiler dahil	152.832	1.212	0,8%

**Kaynak:** IBS Research & Consultancy Raporu, 2008

Maliye Bakanlığı 2007 Yıllık Raporu ve IBS’nin GISDER rakamları üzerindeki değerlendirmesi. Burada GISDER üyesi şirketlerin rakı dışı faaliyetleri kapsam dışıdır. Satışların %25’ini oluşturan





restoranlar vb. nin uyguladığı %60'lık marj düşünülerek katma değer vergisine %15'lik bir marj dahil edilmiştir.

Distile alkollü içki fiyatlarında yıllar itibariyle seyreden artışın önemli bir nedeni özel tüketim vergisi oranlarındaki artıştır. 2010 yılında alkollü içkilerden 1,223,055.000 TL ÖTV geliri elde edilmiştir.

### 1.5.1. Özel Tüketim Vergisi

12.06.2002 tarihli Resmi Gazete'de yayımlanan 4760 sayılı Özel Tüketim Vergisi Kanunu ile yüksek alkollü içkilerde ÖTV oranı % 212 olarak belirlenmiş, bu oran 2003/5141 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile %275,6 olarak yeniden tespit edilmiştir. 14.10.2003 tarih ve 2003/6258 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile asgari vergi uygulamasına geçilmiştir. Bu düzenlemeye göre, distile alkollü içkilerde ÖTV uygulamasında, diğer alkollü içkilerde olduğu gibi, oransal olarak hesaplanan ÖTV tutarı esas olmakla beraber bu tutarın belirlenen asgari vergiden düşük olması halinde asgari vergi tutarının ödenmesi gerekmektedir. Böyle bir düzenlemede artış oranının tam olarak belirlenebilmesi mümkün değildir. Alkollü içkilerde ÖTV uygulamasında; 14.3.2004 tarihli ve 2004/6992 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı ile AB direktiflerinde öngörülen vergileme sistemine uyumlu hale getirmek amacıyla, asgari vergi tutarların belirlenmesinde farklı kriterler belirlenmiş, bu kapsamda yüksek alkollü içkilerde içerdiği alkolün bir litresi için maktu ÖTV tutarı belirlenmiştir. Distile Alkollü İçkilere Uygulanan Özel Tüketim Vergisi Artışları Çizelge 11'de verilmiştir.

**Çizelge 11: Distile Alkollü İçkilere Uygulanan Özel Tüketim Vergisi Artışları**

Ürünler	03.01.2005	08.04.2006	14.04.2009	31.12.2009	28.10.2010	13.10.2011
	Asgari Maktu Vergi Tutarı (TL/L)	Asgari Maktu Vergi Tutarı (TL/L)	Asgari Maktu Vergi Tutarı (TL/L)	Asgari Maktu Vergi Tutarı (TL/L)	Asgari Maktu Vergi Tutarı (TL/L)	Asgari Maktu Vergi Tutarı (TL/L)
Kanyak/Brendi	45.2683	51.3660	50.00	55.0	71.50	87.95
Viski	58.1395	70.9260	60.00	66.0	85.80	105.8
Cin	33.2500	41.4230	40.00	44.0	57.20	70.35
Votka	33.2500	41.4230	40.00	44.0	57.20	70.35
Likör	46.4000	56.9940	55.00	60.50	78.65	96.74
Rakı	28.3809	35.8480	36.00	39.60	51.48	63.48



### 1.5.2 Avrupa Birliği'nde Özel Tüketim Vergisi

Avrupa Birliğinde alkollü içkilerden alınan ÖTV 92/83/EEC ve 92/84/EEC sayılı iki farklı Direktifle düzenlenmiştir.

Alkol ve alkollü içkilerden alınan uyumlaştırılmış ÖTV sisteminde beş farklı kategori bulunmaktadır;

- 1- Bira; malt ve karışık biralar, alkol oranı % 0.5'ten fazla olmalıdır,
- 2- Şarap; sadece taze üzümünden yapılan şarap (köpüklü ve köpüksüz),
- 3- Bira ve şarap dışında mayalı diğer içkiler, (örneğin meyve şarapları),
- 4- Ara ürünler, % 1.2 ve % 22 arasında alkol derecesine sahip, bira ve şarap dışında kalan içkiler,
- 5- Etil alkol- saf alkol ve yüksek alkollü içkiler.

AB mevzuatı, içki kategorisi bazında yalnızca "minimum vergi" tutarını belirlemiştir. Genel özellik; her ülkenin, kendi ürettiği ürünlerde, göreceli olarak düşük, ithal ettiği ürün sınıflarında ise yüksek ÖTV uygulamasıdır. Alkol ve alkollü içkilerin vergilendirilmesi konusunda üye ülkelerin vergi oranları arasında farklılıklar bulunmaktadır. Bu farklılıklar iklim koşullarına veya geleneksel nedenlere dayandırılmaktadır. Örneğin; kuzey ülkelerinde alkollü içkilere daha yüksek vergi oranları uygulanırken, Akdeniz ülkelerinde daha düşük oranlar uygulanmaktadır. Yunanistan'da şarap üzerine tüketim vergisi bulunmazken, Almanya'da sadece köpüklü şarap üzerinden vergi alınmakta Lüksemburg'da ise sadece ithal şarap üzerine vergi konulmaktadır. 92/84/EEC sayılı direktifle alkol ve alkollü ürünlerin minimum vergi oranları belirlenmiştir. Bu çerçevede dört adet minimum oran bulunmaktadır:

- Birada hektolitreye veya hektolitreye plato derecesi başına 1.87 € veya 0.748 €,
- Şarap ve bira ve şarap dışındaki mayalı diğer içkilerde hektolitreye başına sıfır oranlı vergi,
- Ara ürünlerde hektolitreye başına 45 Euro,
- Etil alkolde hektolitreye başına 550 Euro, uygulanmaktadır.

AB üyesi ülkelerde alkollü içkilere uygulanan ÖTV oranlarını daha iyi irdeleyebilmek için, alkollü içkilerin hammaddesi olan ve saf alkol olarak bilinen etanolün ÖTV oranlarının da incelenmesi gerekir. Çünkü ürünlerdeki etanolün ÖTV miktarı da hesaplanmaktadır. Örneğin İsveç'te şaraptan litre başına 2 Euro ÖTV alınırken, alkol üzerinden ise litre başına 51 Euro alınmaktadır. % 10 alkol içeren şarabın ÖTV yükü sadece 2 Euro değil, buna ilaveten % 10 alkolün içerdiği 5,1 Euro da ilave edilecektir. Böylece şarabın ÖTV yükü litre başına 7 Euro'ya çıkmaktadır.



## 2. SWOT ANALİZİ

### GZFT (Güçlü Yanlar-Zayıf Yanlar ve Sorunlar-Fırsatlar-Tehditler) Analizi

#### Güçlü Yanlar

- Geleneksel ürün çeşitliliği,
- Hammadde zenginliği,
- Ülkemizin geleneksel kültür yapısı nedeniyle alkolizm riskinden uzak olması ve bunun sonucu olarak sektörün sağlıklı gelişmeye açık olması,
- Sektörde faaliyet gösteren firmaların yeni teknoloji kullanmaları,
- Tüketicinin kalite bilincinin artması, kalite ve çeşit hakkında daha özenli davranmaya başlaması,
- Ucuz işgücü.

#### Zayıf Yanlar ve Sorunlar

- Alkollü içkiler piyasasında "kaçakçılık, izinsiz üretim, piyasaya sahte ürün arzı ve piyasaya vergisi ödenmemiş ürün arzı" şeklindeki kayıt dışı faaliyetler,
- Mevzuat ve denetim yetersizliğine bağlı olarak tüketici ve kayıtlı üretici haklarının korunamaması ve haksız rekabetin önlenememesi,
- Milli içkimiz rakının dünya piyasasında korunması için gereken düzenlemelerin yapılmamış olması,
- Alkollü içki sektörüne ait ilgili yasaların AB mevzuatına uygun hale getirilmemesi.
- Mevzuatla reklam ve tanıtımlara kısıtlamalar getirilmesi,
- Ülkemizde fikri ve sınaî hak ihlalleri ve marka sahteciliğinin son yıllarda hızlı artması, mahkeme sayısının azlığı nedeniyle davaların uzun sürmesi,
- Hammadde üreticilerinin desteklenmemesi,
- Vergi oranlarının yüksek olması.
- Bütçe açığını kapatmak için, alkollü içkilere yapılan yüksek ÖTV zamlarının sahtecilik ve kaçakçılığı tetikleme,
- Kayıt dışılığın sektörde kayıtlı firmalar açısından haksız rekabet yaratması,
- Kayıt dışılığı engellemeye yönelik öncelikle etil alkolün izlenmesi ile başlayarak distile alkollü içkilerin takibini sağlayacak bir denetim sistemi eksikliği,
- Piyasa gözetim ve denetim mekanizmalarının tam olarak kurulamamış olması,
- Sektöre ilişkin kurum ve kuruluşlar arasında koordinasyon eksikliği,
- Ülkemiz ürünlerinin uluslar arası düzeyde yeterli tanıtımının yapılamaması.

#### Fırsatlar

- Distile alkollü içki sektöründe tüketicinin kalite bilincinin artması,
- Turizm sektöründe yaşanan olumlu gelişmeler,
- Artan ürün kalitesi ve çeşitliliğine bağlı olarak ihracat potansiyelinin mevcut olması,
- Ülkenin otantik hammadde zenginliği sahip olması,



- Farklı bir pazarlama konusu olarak ele alınarak oluşturulacak ülkemiz distile alkollü içki pazarlama stratejisi,
- Rakının ulusal düzeyde Coğrafi İşaret Tescili olarak koruma sağlanması.

### **Tehditler**

- Distile alkollü içki sektöründe kayıt dışılığın fazla olması,
- Tarım sektöründeki kayıt dışılık,
- Vergi oranlarının sıklıkla arttırılması,
- Yerel yönetimlerin açık içki satışını belirli alanlarla sınırlandırarak, yasaklamaya yönelik uygulamaları,
- Ekonomik anlamda her kesime hitap edebilecek farklı fiyatlarda ürün ithali karşısında, piyasada mevcut ve yeni giren üretici firmaların rekabet gücünün zayıf olması,
- Turizmde “herşey dahil” sisteminden dolayı kalitesiz ürünlerin ithal edilmesi ve kayıtdışı faaliyet riskini arttırması,
- Alkolü içkilerin internetten sipariş ile satışının yapılmasına yönelik yasal engellerin bulunması.



## BİRA SEKTÖRÜ

### GİRİŞ

#### 1. SEKTÖRÜN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

##### 1.1 Endüstri Yapısı

Sektörün tarihçesi incelendiğinde, iki özel sektör kuruluşunun ( Efes Pilsen ve Türk Tuborg ) piyasaya girdiği 1969 yılına kadar, bira üretiminin devlet tekelinde yürütüldüğü görülmektedir. Efes Pilsen ve Türk Tuborg'un devreye girmesiyle Türk bira pazarı köklü ve olumlu bir değişikliğe uğramış, uygulanan modern üretim teknolojisi ve pazarlama teknikleriyle pazar, mamul kalitesi ve ambalaj çeşitlendirmesi bakımından gelişmiş ülke standartlarına ulaşmıştır. Gelişmeler sonucunda, halen 7 özel kuruluş sektörde etkinlik göstermektedir.

Öte yandan, Gümrük Birliği ertesinde (31 Aralık 1995) , devlet eliyle sınırlı düzeyde yapılan ithalat belirli aşamalar sonucunda tamamen serbest hale getirilmiştir.

Coğrafi dağılım itibarıyla bakıldığında, Efes Pilsen'in Adana, Ankara, İstanbul, İzmir ve Kırklareli'nde, Türk Tuborg'un İzmir'de, Süral Holding'in Antalya'da, Park Gıda'nın Tekirdağ'ında, Elif Turizm'in Antalya 'da, İstanbul Gıda'nın Kocaeli'nde ve Feza Turizm'in Antalya'da fabrika veya üretim tesisleri bulunmaktadır.

Derneğimizi de kurmuş olan Efes Pilsen ve Türk Tuborg, İstanbul Menkul Kıymetler Borsasına kote edilmiş olarak üretim ve pazarlama yapmakta, tamamen saydam bir biçimde etkinlik göstermekte, kısacası " kayıt içi " çalışmaktadırlar.

Tesislerin yakın bir zamanda kurulmuş olması, araç gereç, tesis teknolojisi ve eleman niteliğinin yüksek olması, kullanılan teknolojinin güncel ihtiyaçlara cevap vermesine ve kaliteli bira üretimine yol açmaktadır.

##### 1.1.1 İşletme Sayısı

Çizelge 1'de görüleceği üzere, Türkiye'de bira üreten tesis / fabrika sayısı 11, sektörde üretilen marka sayısı ise 37'dir.

**Çizelge 1: Türkiye'de Bira Üreten Tesis ve Marka Sayısı**

Bira Üreticisi	Tesis / Bira Fabrika Sayısı	Marka Sayısı
Efes	5	17
Tuborg	1	8
Park Gıda	1	1
Süral Holding	1	1
Elif Turizm	1	4
İstanbul Gıda	1	3



Feza Turizm	1	3
TOPLAM	11	37

### 1.1.2 Ekonomide Yaratılan Katma Değer

Bira satışıyla yaratılan katma değerın sektörel dağılımı Çizelge 2’de gösterilmektedir.

**Çizelge 2: Bira Satışıyla Yaratılan Katma Değer (Milyon Euro)**

Katma Değer	2009	2010
Bira Sektörü	336	371
Tedarik Sektörleri	146	165
Turizm ve Eğlence Sektörü	178	180
Perakende Sektörü	103	102
Toplam	763	818

Katma değerın sektörel dağılımına baktığımızda, bira sektörünün doğrudan yarattığı ve dolaylı olarak da, tedarik, perakende ve turizm/eğlence sektörlerinin yarattıkları katma değer dikkate alınmalıdır. Bilindiği üzere, üretim değeri ile satın alınan girdi (mal ve hizmet) maliyetlerinin arasındaki fark katma değer olarak tanımlanmaktadır. Ekonomik terminoloji de ise, emek, sermaye ve girişim gibi üretim faktörlerinin getirilerinin toplamı olarak da tanımlanabilir. Ayrıca, katma değer vergisi uygulaması da, katma değerın önemli bir kavram olduğunu göstermektedir.

2010 yılında, bira sektöründe ve bağlantılı olarak tedarik, perakende ve turizm/eğlence sektörlerinde istihdam edilen personel 818 milyon Euro’luk katma değer yaratmıştır. Yaratılan bu katma değerın 371 milyon Euro’luk kısmı bira sektöründen, 165 milyon Euro’luk kısmı tedarik sektörlerinden, 180 milyon Euro’luk kısmı turizm ve eğlence sektörlerinden ve 102 milyon Euro’luk kısmı da perakende sektöründen sağlanmıştır. Bira üretimi ve satışıyla 2010 yılında yaratılan toplam katma değer, 2009 yılı düzeyinin % 7 üzerindedir.

Bira üretimi ve satışıyla yaratılan toplam katma değerda bira sektörünün payı % 45 ‘tir, oysa toplam istihdamdaki pay ise, yalnızca % 4,5’tur. Bunun önemli bir nedeni, bira sektöründeki iş gücü verimliliğinin diğer sektörlerden daha yüksek olmasıdır.

Kamu Gelirlerine bira sektörünün katkıları Çizelge 3’de gösterilmiştir.

**Çizelge 3: Bira Sektörünün Kamuya Aktardığı Kaynaklar**

Kamu Gelirleri	2009 ( milyon Euro )	2010 ( milyon Euro )
ÖTV	555	824



## TÜRKİYE GIDA VE İÇECEK SANAYİ MECLİSİ SEKTÖR RAPORU 2011

KDV- Turizm ve Eğlence Sektörü	106	127
KDV- Perakende Sektörü	249	283
Sosyal Güvenlik Katkı Payları	277	261
Kurumlar Vergisi	40	40
Diğer Vergiler	40	50
Toplam	1267	1585

### **Kaynak:** Anket bilgileri

ÖTV ve KDV, bira sektöründe ve bira ile bağlantılı diğer sektörlerde ( tedarik, perakende ve turizm/eğlence ) çalışanların ücret gelirlerinden alınan gelir vergileri ile işçi ve işverenlerin sosyal güvenlik katkı payları devletin önemli gelir kaynaklarını oluşturmaktadır. Devletin diğer gelirleri arasında kurumlar vergisi, emlak vergisi, çevre temizlik vergisi, ilan ve reklam vergisi, damga vergisi, TAPDK Bandrollü Ürün İzleme Sistemi bandrol ve kodlama bedelleri TAPDK Satış İzin Belgesi Bedeli, yakıt vergisi, ambalaj vergisi ve motorlu araçlardan alınan ÖTV hasılatı gibi diğer vergiler de yer almaktadır.

Devletin 2009 ve 2010 yıllarında bira sektörü kanalıyla elde ettiği hâsılat, 2010 yılında toplam gelir olarak 1,6 milyar Euro'ya ulaşmıştır. Bu tutar devletin 2009 yılındaki tahmini gelirlerinin % 25 üzerinde gerçekleşmiştir. Bununla birlikte, söz konusu tahminlerin anket bilgilerindeki verilere dayalı olduğu dikkate alınmalıdır.

Böylece, Türkiye'de üretilen her 1.000 hl biradan, devletin 0,12 milyon Euro gelir elde ettiği ifade edilebilir. AB ortalamasına yakın olan bu meblağ, satın alma standardına göre GSYH tutarı Türkiye'ye benzeyen ülkelerinkinden yüksektir. Mutlak rakamlarla Türkiye'de bira üretim ve satışından sağlanan devlet geliri, alkolü içkilerin yüksek oranda vergilendirildiği İrlanda, Finlandiya ve İsveç'te sağlanan devlet gelirine yakın düzeydedir.

Bira Şirketlerinin Mal ve Hizmet Alımı; Şirketler, Çizelge 4'de gösterildiği gibi, 2009 yılında yaklaşık 345 milyon Euro, 2010 yılında ise 381 milyon Euro tutarında mal ve hizmet satın almışlardır. En büyük harcama kalemleri tarımsal ürünler, medya pazarlama ve iletişim ile ambalaj ve şişelemedir. Mal ve hizmetler %93 oranında yurt içinden sağlanmaktadır.

**Çizelge 4: Bira Sektörünün Piyasadan Alığı Mal ve Hizmetler**

Sektör	2009 ( milyon Euro )	2010 ( milyon Euro )
Tarım ürünleri	70	72
Altyapı	21	20
Ambalaj ve şişeleme	102	109
Ekipman ve imalat	18	20



Nakliye ve depolama	12	13
Medya, pazarlama ve iletişim	91	112
Diğer hizmetler	30	35
Toplam	344	381

Tarımsal ürün ve hammadde harcamaları bira şirketlerinin toplam harcamalarının değer olarak %19'unu oluşturmaktadır. Tahminlerimize göre, 2010 yılında tarımsal ürünler için, 58 milyon Euro'luk kısmı Türkiye'de olmak üzere, yaklaşık 72 milyon Euro tutarında harcama yapılmıştır. Tarımsal girdiler içinde en önemli hammadde maltlık arpa olup, sanayide kullanılan arpanın % 70'i bira üretiminde tüketilmektedir.

Bira üretiminde kullanılan tarımsal ürünler 2010 yılı itibariyle Çizelge 5'de gösterilmektedir.

**Çizelge 5: Bira Sektöründe Tarımsal Ürünler**

Tarımsal ürün	Bira üretimindeki tüketim miktarı	Türkiye'de toplam üretim miktarı
Arpa	158.500 ton	6.5 milyon ton
Malt	112.000 ton	Bilinmiyor
Şerbetçiotu	600 ton	Bilinmiyor
Şeker ve şurup	22.300 ton	2.1 milyon ton
Maya	95 ton	212 milyon ton
Pirinç	20.000 ton	447.500 ton
Diğer	400 ton	Bilinmiyor
Su	34.494.400 hl	Bilinmiyor

## 1.2 Üretim

Türkiye bira piyasasına iki büyük firma hakimdir. Anadolu Efes Biracılık ve Malt Sanayi A.Ş.(Efes )ve Türk Tuborg Bira ve Malt Sanayi A.Ş. ( Tuborg )bira pazarının % 99'unu ellerinde tutmaktadırlar. Söz konusu iki firmanın Türkiye 'de 6 fabrikası bulunmaktadır. Ayrıca, Türkiye pazarında faal olan ve daha küçük ölçekli üretim yapan 5 üretici firma daha vardır.





Türkiye bira pazarında, çoğu Efes ve Tuborg tarafından olmak üzere 37 farklı marka ile bira üretilmektedir. 2010 yılında Türkiye 'de toplam bira üretimi 2009 yılındaki seviyesini % 0,6 oranında ( 59.246 hl ) aşarak, yaklaşık 10.278,536 hl 'ye ulaşmıştır.

Ülkemizdeki bira firmaları, bira üretim ve satışının yanı sıra, bira hammaddesi olarak kullanılan tarımsal ürünlerin yetiştirilmesi, toptan bira satışı, taşınması ve dağıtımı, şişeleme ve ambalajı ile malt üretimi ve satışı gibi bira ile doğrudan bağlantılı yan etkinliklerde de bulunabilmektedirler. Bu arada, bazı bira şirketleri de açık noktalar ( biranın açık olarak tüketilebildiği mekanlar ) işletmektedirler.

Diğer taraftan, 2006-2010 yılları itibariyle Türk bira piyasasında sağlanan üretim Çizelge 6'da gibi gelişmiştir.

**Çizelge 6: 2006-2010 Yılları İtibariyle Türk Bira Üretimi**

Yıllar	Üretim Miktarı ( hl )
2006	8.019,810
2007	8.439,209
2008	9.244,384
2009	10.219,290
2010	10.278,536

### 1.2.1 Mevcut Kapasite ve Kapasite Kullanım Oranı

Bira sektöründeki tesis sayısı, kapasite, üretim ve kapasite kullanım oranları Çizelge 7'de verilmiştir.

**Çizelge 7: Bira Sektöründeki Tesis Sayısı, Kapasite, Üretim, Kapasite Kullanma Oranı**

Yıl	2006	2007	2008	2009	2010
Kapasite (hl )	12.007.680	12.007.680	12.917.680	14.321.320	14.321.320
Tesis Sayısı (Adet )	10	10	10	11	11
Üretim ve İhracat Toplamı( hl )	8.749.482	9.060.624	9.980.499	11.207.423	11.355.869
Kapasite Kullanımı%	72	75	77	78	79



### 1.3 Tüketim

Türkiye’de, bira tüketimi 2006-2010 yılları itibariyle Çizelge 8’de ki gibi gelişmiştir.

**Çizelge 8: 2006-2010 Yılları İtibariyle Türk Bira Tüketimi**

Yıllar	TüketimMiktarı ( hl )
2006	7.308,736
2007	7.826,222
2008	8.514,090
2009	9.235,081
2010	9.215,003

Türkiye’de 2010 yılında yaklaşık 9.2 milyon hl bira tüketilmiştir. 2009 yılına göre tüketim% 0,22 oranında azalmıştır. Türkiye’de kişi başına bira tüketimi AB ortalamasının çok altındadır. Nitekim 2009 yılında Türkiye’de kişi başına bira tüketimi 12,7 litre iken, AB-27 ortalaması 75,3 litredir (Çizelge 10,11). Türkiye’de kişi başına saf alkol tüketimi de diğer ülkelerdekinden hayli düşüktür. Örneğin, OECD Sağlık Verilerine göre hazırlanan Çizelge 9’da bazı ülkeler ile Türkiye saf alkol tüketimi bakımından kıyaslanmaktadır.

**Çizelge 9: Bazı Ülkelerin Saf Alkol Tüketimleri**

Ülkeler	Saf Alkol Tüketimi ( Litre )
Lüksemburg	15,5
Fransa	12,6
Macaristan	12,6
Avusturya	12,5
İrlanda	12,4
Danimarka	10,9
Almanya	9,9
Yunanistan	9
İsveç	6,9
Malta	5,3
<b>Türkiye</b>	<b>1,4</b>



**Çizelge 10: Bazı Ülkelerde Kişi Başına Göre Bira Tüketimi Verileri (Litre-2009)**

Ülkeler	Kişi başına bira tüketimi ( nihai ürün ) ( litre )	Biradan alınan kişi başına saf alkol tüketimi
Çek Cumhuriyeti	159,3	7,6
Almanya	109,6	5,4
Avusturya	106,2	5,1
İrlanda	91,0	5,0
Finlandiya	87,7	4,1
Polonya	85,0	4,3
Litvanya	83,4	3,7
Belçika	81,0	4,4
Romanya	81,0	3,8
İngiltere	75,8	3,5
AB-27	75,3	3,5
Bulgaristan	67,0	3,8
Macaristan	65,0	3,3
Letonya	62,9	2,9
Norveç	55,0	2,6
İsveç	52,3	2,6
<b>Türkiye</b>	<b>12,7</b>	<b>0,7</b>

Türkiye’de, 2007-2010 döneminde kişi başına tüketim trendine bakıldığında bira tüketiminin 2007 yılı seviyesine gerilediği görülmektedir.



**Çizelge 11: Türkiye 2007-2010 Yıllarında Kişi Başına Bira Tüketimi**

Türkiye	2007	2008	2009	2010
Kişi Başına Bira Tüketimi ( litre )	12,0	12,9	12,7	12,4

### 1.3.1 Türkiye Bira Pazarı Verileri

Türkiye'nin 2009 ve 2010 yıllarına ait üretim, üretim değeri, tüketim, ihracat, ithalat miktarları Çizelge 12'de verilmektedir.

**Çizelge 12: Türkiye Bira Pazarı Verileri**

Temel Bilgiler	2009	2010
Üretim	10.219.290hl	10.278.536hl
İhracat	988.133hl	1.077.333hl
İthalat	3.925hl	13.800hl
Tüketim Miktarı	9.235.081hl	9.215.003hl
Üretim Değeri	681 milyon Euro	752 milyon Euro
Tüketim Harcamaları	2,3 milyar Euro	2,7 milyar Euro
Bira Şirketleri	7	7
Tesis / Fabrika	11	11

### 1.4 Dış Ticaret

#### 1.4.1 İthalat – İhracat

Türk bira piyasasında, ihracat firmalarımız bakımından önem taşımakta ve gelişme göstermektedir. Buna mukabil, ithalat düşük seviyelerde gerçekleşmekte ve özellikle turizm sezonunda ülkeye gelen yabancıların olası tercihlerine göre şekillenmektedir. Bu arada, ilgili firmaların izinleri çerçevesinde yabancı markaların iç piyasada üretilmesi ve pazarlanması da bu kapsamda ele alınabilir.

İhracat ve ithalatın, 2006-2010 yıllarında gelişimi Çizelge 13'de gösterilmektedir.



**Çizelge 13: Türkiye Bira İhracatı ve İthalatı**

Yıllar	İhracat Miktarı ( hl )	İthalat Miktarı ( hl )
2006	729.672	18.598
2007	621.415	8.428
2008	736.115	5.821
2009	988.133	3.925
2010	1.077.333	13.800

Bu çerçevede, ihracat, değer olarak 2009 yılında 44.416,794 Euro ve 2010 yılında 51.617,521 Euro düzeyinde gerçekleşmiştir. Aynı şekilde ithalat, 2009 yılında 704.320 Euro, 2010 yılında ise 1.019,581 Euro düzeyinde gerçekleşmiştir.

Diğer taraftan, Türk bira pazarında karşılaşılan bir diğer özellik de pazarın dışa açık olmasıdır. Tıpkı, birçok ülkede yerli bira tercih edilmekle birlikte Avrupa menşeli biralarda Dünyada tercih edilen biralarda arasında yer almaktadır. Bu olgu, Türk biralarda bakımından da geçerlidir. Nitekim Polonya Avrupa'nın önemli bira üreticisi olmasına rağmen, Çizelge 14'de gösterildiği şekilde, Türkiye'den daha az bira ihraç etmektedir.

**Çizelge 14: Bazı Ülkelerde İhracatının Toplam Üretim İçindeki Payı (%)**

Ülkeler	İhracatın Toplam Üretimdeki Yaklaşık Payı ( % )
AB ( 27 Ülke )	17
İrlanda	15
İngiltere	12
İsveç	11
<b>Türkiye</b>	<b>10</b>
Letonya	8
Litvanya	5
Polonya	4
Macaristan	2,5

Türkiye'de bira ithalatı diğer ülkelere göre çok düşük seviyede seyir etmektedir. 2010 yılında yaklaşık 13.800 hl bira ithal edilmiştir. Bu seviye, 2009 ithalatının 3,5 katı kadardır. 2009-2010



döneminde ise ithalat%44 oranında artarak 1 milyon Euro'ya yükselmiştir. İthalatın tüketim içindeki payına bakıldığında da Türkiye'nin payı çok düşüktür (Çizelge 15).

**Çizelge 15: Bazı Ülkelerde İthalatının Tüketim İçindeki payı (%)**

Ülkeler	İthalatın Tüketimdeki Yaklaşık Payı ( % )
İrlanda	35
İsveç	20
İngiltere	17,5
AB ( 27 Ülke )	15
Letonya	11
Litvanya	8
<b>Türkiye</b>	<b>Çok düşük seviyededir</b>

#### 1.4.2 Dış Ticaret Dengesi

Yukarıda belirtilen son 5 yıllık ihracat ve ithalat verilerinin incelenmesinden, bira sektöründe dış ticaret fazlası verildiği görülmektedir. Nitekim 2009 yılında ihracat 43.712,474 Euro, 2010 yılında ise, 50.597,940 Euro fazla vermiştir. Burada kanımızca asıl önemli olan, üretimin ihracata ayrılan bölümünün artırılması ve ihracatın toplam üretimdeki % 10'luk payının en az AB ülkelerinde olduğu gibi % 17-% 20 düzeylerine çıkarabilmektir.

#### 1.5 İstihdam

Bira üretim ve satışının istihdama etkisi Çizelge 16'da gösterilmektedir.

**Çizelge 16: Bira Üretiminin İstihdama Katkısı\***

İstihdam	2009	2010
Bira şirketlerinde doğrudan istihdam	2.300	2.400
Biranın tedarik sektörlerindeki istihdama etkisi	13.580	13.570
Biranın turizm ve eğlence sektöründeki istihdama etkisi	30.000	28.500
Biranın perakende sektörlerindeki istihdama etkisi	9.800	9.100
<b>Biranın toplam istihdama etkisi</b>	<b>55.680</b>	<b>53.570</b>

( rakamlar yuvarlanmıştır. ) \*



2010 yılında Türkiye’de bira üretimi ve satışıyla bağlantılı olan toplam iş sayısı, 2009 yılındakine göre %3,8 azalarak, yaklaşık 53.570’e gerilemiştir. Toplam istihdamın 2400’ü bira sektöründeki (2009’a göre % 2,4 artış), 13.570’i tedarik sektörlerindeki (2009’a göre % 0,6 azalış), 28.500’ü turizm ve eğlence sektöründeki (2009’a göre % 4,8 azalış) ve 9.100’ü perakende sektörlerindeki (2009’a göre % 6,7 azalış) işlerden oluşmaktadır.

Çizelge 17’de, bira üretim ve satışının toplam istihdama etkisi gösterilmektedir.

**Çizelge 17: Bira Üretim ve Satışının Toplam İstihdama Etkisi (%)**

	2009	2010
Doğrudan etki /bira üreticileri	%4	%5
Dolaylı etki / tedarikçiler	%24	%25
Turizm ve eğlence sektörü	%54	%53
Perakende sektörü	%18	%17

Bira sektöründe **doğrudan** istihdam edilen personel sayısı, 2009 yılında 2.300 iken, 2010 yılında 2.400’e yükselmiştir. Kıyaslama yapılan ülkelere bakıldığında, bira şirketlerinin doğrudan istihdam ettikleri kişi sayısı seviyesi en düşük Letonya’da ( 1.700 ), en yüksek ise, İngiltere’de ( 13.900 ) yer almaktadır.

1.000 hektolitre bira üretiminin doğrudan yarattığı istihdam sayısına bakıldığında, Türkiye’de 0,25 istihdam yarattığı görülmektedir. Oysa Letonya’da bu veri 1,25 düzeyindedir. Ancak, bu karşılaştırma Türkiye’de işgücü verimliliğinin Letonya’dakinden daha yüksek olduğunu da göstermektedir. Buna mukabil, Finlandiya ve Bulgaristan’daki bira şirketlerinde çalışan kişi sayısı yaklaşık Türkiye’deki ile aynı olmasına rağmen, bu ülkelerde 1.000 hl üretim ile, Finlandiya’da 0,55, Bulgaristan’da ise 0,64 istihdam yaratılmaktadır.

Bira sektörünün tedarik kuruluşlarında **dolaylı** istihdam etkisi Çizelge 18’de gösterilmektedir.

**Çizelge 18: Bira Sektörünün Tedarik Kuruluşlarında Dolaylı İstihdam Etkisi**

İstihdam	2009	2010
Tarımsal üretim	8.600	8.200
Altyapı	80	70
Ambalaj ve şişeleme	1.600	1.600
Ekipman, imalat ve diğer sınai faaliyetler	200	200
Nakliye ve depolama	300	300



Medya, pazarlama ve iletişim	1.900	2.200
Diğer hizmetler	900	1.000
<b>Bira kaynaklı toplam istihdam sayısı</b>	<b>13.580</b>	<b>13.570</b>

Bilindiği üzere, bira sektörü sağladığı dolaylı istihdam ile de ekonomiye önemli katkılarda bulunmaktadır. Bira şirketlerinin üretim ve satış etkinlikleri çeşitli kaynaklardan satın alınan mal ve hizmetlerle gerçekleştirilmektedir. Bu mal ve hizmetler arasında, maltlık arpa, enerji, nakliye hizmetleri ve geniş bir yelpazeye yayılan endüstriyel ürünler ve hizmetler yer almaktadır. Bira sektörünün 2009 yılında tedarik sektörlerindeki istihdam etkisi %0,6 oranında azalarak 2010 'da 13.570'e gerilemiştir. Göreceli olarak bakıldığında, en çok yeni iş medya, pazarlama ve iletişim sektörlerinde yaratılmıştır. 2010 yılında dolaylı istihdam etkisi, tarım sektöründe 8.200 (2009'a göre % 5,5 azalış), medya, pazarlama ve iletişim sektöründe 2.200 ( 2009'a göre % 15 artış ), ambalaj ve şişeleme sektöründe 1.600 (2009 daki ile aynı), diğer hizmet sektörlerinde 1.000 (2009'a göre % 11 artış), nakliye ve depolamada 300 (2009 daki ile aynı), ekipman ve imalat sektöründe 200 (2009 daki ile aynı ) ve alt yapı sektöründe 70 (2009'a göre %13 azalış) istihdam olarak gerçekleşmiştir.

Türkiye'de 2009 ve 2010 yılları itibariyle temel tedarik sektörlerinde dolaylı istihdam etkisi Çizelge 19'da gösterilmektedir.

**Çizelge 19: Bira Sektörünün Temel Tedarik Sektörlerinde Dolaylı İstihdam Etkisi**

	2009	2010
Hammadde ve tarımsal ürünler	%63	%60
Ambalaj Sanayi	%12	%12
Medya, pazarlama ve iletişim	%14	%16
Diğer hizmetler	%7	%8

Diğer ülkelerle kıyaslırsak, Türkiye'de bira üretim ve satışının tedarik sektörlerindeki dolaylı istihdam etkisi ortalama düzeydedir. Örneğin, 1.000 hl bira üretimiyle Türkiye'de tedarik sektöründe 1 kişiye istihdam, İsveç'te ise 1,5 kişiye istihdam yaratılmaktadır. Aynı şekilde, İrlanda'da 1,4, İngiltere'de 1,2, Finlandiya'da 1'e çok yakın, Romanya'da 0,8, Polonya ve Macaristan'da 0,6, Bulgaristan'da 0,5, Letonya'da ise 0,4'ün biraz üzerinde kişiye istihdam yaratılmaktadır.

Bira sektörünün perakende ve turizm/eğlence sektörlerinde dolaylı istihdam etkisi önemli seviyelerde gerçekleşmektedir. Örneğin, 2009 yılında turizm ve eğlence sektöründe faaliyet gösteren umuma açık bar, lokanta ve benzer işletmelerdeki toplam işlerin yaklaşık 30.000'inin bira satışıyla, diğerlerinin ise, gıda, şarap, distile alkollü içki, kahve-çay ve benzeri diğer yiyecek ve içecek satışlarıyla bağlantılı olduğu söylenebilir. 2010 yılında ise, bira satışıyla bağlantılı





olan istihdam sayısı, bira tüketimindeki azalışa paralel biçimde %4,8 oranında düşmüş ve 28.500'e gerilemiştir.

Turizm ve eğlence sektöründe satılan her 1.000 hl 'lik bira ile İngiltere 'de 6 kişiye istihdam yaratılırken, Türkiye'de ise 3 kişiye istihdam yaratılmaktadır. Aynı şekilde Bulgaristan'da 3 kişiye çok yakın, Romanya'da 2,5, İsveç ve Finlandiya'da 2'ye çok yakın, Polonya'da 1,5, Letonya'da ise 1'e yakın kişiye istihdam yaratılmaktadır.

2009 yılında, Türkiye perakende pazarında bira satışıyla bağlantılı olduğu kabul edilen istihdam sayısı yaklaşık 9.800 iken, bu rakam 2010 yılında, %6,7 oranında azalarak, 9.100'e gerilemiştir. Türkiye'de her 1.000 hl'lik bira satışıyla perakende sektöründe 1 kişiye istihdam yaratılmaktadır. Bu sayı, diğer ülkelere göre düşüktür. Nitekim İngiltere'de 1.000 hl'lik bira satışıyla 3,5 kişiye istihdam yaratılmakta, İsveç'te 2,2 kişiye, Romanya'da 2,1 kişiye, Letonya'da 2 kişinin biraz altında, Polonya'da 1,5'a çok yakın kişiye istihdam yaratılabilmektedir.

Bununla birlikte, bira satışlarının perakende sektöründeki istihdam etkisi, Türkiye'de oldukça yüksektir. Nitekim Türkiye en büyük 10 bira üreticisi ülke arasında 4. sırada yer almaktadır. Çizelge 20'de ülkeler ve istihdam yaratılan kişi sayıları gösterilmektedir.

**Çizelge 20: Bira Sektörünün Perakende Sektöründe İstihdam Etkisi**

Ülke	Bira satışının perakende sektöründe istihdam etkisi -2009 ( kişi )
Polonya	23.900
Almanya	17.300
İngiltere	12.900
<b>Türkiye</b>	<b>9.800</b>
Romanya	8.100
İspanya	5.700
İtalya	5.300
Fransa	5.200

## 2. SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ

### 2.1 Bira sektörünün güçlü yönleri

- Bira sektöründe kullanılan teknolojik seviyenin, bilgi düzeyinin ve nitelikli personel sayısının yüksek olması,
- Bira sektörünün kayıt içinde çalışması ve vergi kaçağı olmaması,
- Ürün çeşitliliği ve kalitesi bakımından uluslararası standartların yakalanmış olması,



- Sektörün saydam bir yapıya sahip olması ve büyüklükleri, pazarlama dahil çeşitli etkinlikleri ve personel yapısı hakkında doğru bilgi ve istatistiğe sahip olunması,

## 2.2 Bira sektörünün zayıf yönleri

- Türkiye'nin arpa yetiştiren bir ülke olmasına rağmen, kaliteli biralık arpanın sektörün ihtiyaçlarına cevap verebilecek biçimde üretilmemesi ve dünya piyasalarından ithal zorunluluğunun bulunması,
- Ülkemizde kişi başına bira tüketiminin düşük olması. Örneğin, 2009 yılında kişi başına tüketim 12,7 litre düzeyinde gerçekleşmiştir.
- Reklam, tanıtım ve bilgilendirme kısıtlamaları nedeniyle genel promosyon ve tüketici kampanyalarının hiç ya da yeterli ölçüde yapılamaması.

## 2.3 Bira sektöründeki fırsatlar

- Türk dış ticaret rejiminin serbestleştirilmesine paralel olarak tüketicinin kalite bilincinin artması, kalite ve çeşit hakkında daha özenli davranmaya başlaması.
- AB ile Gümrük Birliği'nin gerçekleştirilmesi ve işletilmesi, bu bağlamda çeşitli ülkelerle yapılan serbest ticaret anlaşmalarının sayıca ve uygulama alanı itibarıyla artması, böylece Türkiye'de ürün çeşitliliğine gidilmesinin yanı sıra ihracat için yeni imkânların sağlanması ve ihracat potansiyelinin olması.
- Ülkemizin turizm potansiyelinin büyümesi ve gelen turist sayısının artmasının yanı sıra çeşitli faktörler nedeniyle kent nüfusunun artmaya başlaması.
- Türk bira sektörünün yabancı ülkelerde yatırım yapmaya başlaması ve uluslararası yatırım ve ticarete söz sahibi olması.

## 2.4 Bira sektöründeki tehditler

- Hafif alkollü bir içki olan ve dünyada böyle tanınan biranın, Türkiye'de olumlu bir ayrıma tabi tutulmaması ve distile /yüksek alkollü içkilerle her konuda aynı kategoride ele alınması.
- Bira sektörüne uygulanan Özel Tüketim Vergisinin sık bir biçimde değiştirilmesi ve vergi oranının yüksek belirlenmesi,

Nitekim 2003 yılında itibaren Özel Tüketim Vergisi bira üreticileri bakımından 8 yıl içinde 8 kez arttırılmıştır (Çizelge 21).

### Çizelge 21: Bira Sektöründe Özel Tüketim Vergisi Artışları

- 08/01/2003% 30 artış
- 14/10/2003 %161 artış
- 14/03/2004 %16 artış
- 01/02/2005 %50 artış



- 26/08/2005 %1 artış
- 14/04/2009 %9,2 artış
- 31/12/2009 %35 artış
- 28/10/2010 % 25,7 artış

Böylece, 2003 yılı başına göre, bira sektöründe toplam vergi artışı % 952 düzeyinde gerçekleşmiştir.

2010 yılındaki son artışla birlikte, Türkiye AB üyesi Finlandiya ile birlikte en yüksek ÖTV uygulayan ülke konumuna gelmiştir. Bir diğer ifadeyle, % 5 alkol içeren 1 hl biranın ÖTV'si 111 Euro seviyesine yükselmiştir. Öte yandan, AB üyesi ülkelerde aynı bira için ödenen vergi 25 Euro düzeyindedir. Kısacası, Türkiye'deki ÖTV AB'de uygulanan verginin 4 katından dahi fazladır.

Bu gelişme sonucunda 50 cl 'lik şişelerdeki tüketici fiyatı yaklaşık 2, 80 TL düzeyine ulaşmış olup, bu miktarın 1,10 TL'si ÖTV olarak Hazineye intikal etmektedir. Diğer bir ifadeyle, tüketicinin ödediği paranın % 55 'i vergi olarak tahsil edilmektedir.

- Bira sektörünün de reklam, tanıtım ve bilgilendirme konularında distile/yüksek alkollü içkilerle aynı kategoride ele alınması ve aynı zorluklara tabi kılınması.
- Yerel yönetimlerin açık içki satışı konusundaki sınırlandırmaları ve hatta yasaklamaları ve bu çerçevede ruhsat belgesi yenilenmesinde karşılaşılan sorunlar.
- Diğer alkollü içki sektörlerinde özellikle şarap sektöründe karşılaşılan kayıt dışılığın, bu ürünlerin düşük fiyatlarla pazarlanmasına yol açması ve bu sürecin de, bira sektörü bakımından haksız rekabet doğurması.

### 3. YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR

#### 3.1 Genel Teşvik Sistemi ve Uygulamaları

14.07.2009 tarihli ve 2009/15199 sayılı Bakanlar Kurulu Kararnamesi ile yürürlüğe konulan Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Karar bu kararın uygulanmasına ilişkin Yatırımlarda Devlet Yardımları Hakkında Kararın Uygulanmasına İlişkin Tebliğ (Tebliğ No:2009/1) 28.07.2009 tarih ve 27302 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanmıştır.

Bira üretimine yönelik yatırımlar; teşvik edilemeyecek veya teşviki belirli şartlara bağlı yatırım konuları kapsamında yer almamakta olup, teşvik kapsamında girmektedir.

Teşvik sistemi ana hatlarıyla iki bölüme ayrılmaktadır:

#### 1-Genel teşvik sistemi



## 2-Bölgesel teşvik sistemi

### 3.2 Teşvik Belgeli Yatırımlara Sağlanacak Destek Unsurları

Bira üretimine yönelik yatırımlardan, komple yeni yatırım ve tevsî yatırım cinsleri bölgesel teşvik sisteminden yararlanamazlar. İstanbul il sınırları dışındaki tüm yerlerde yapılacak sabit yatırım tutarı 2 milyon TL. üstündeki modernizasyon amaçlı bira üretimine yönelik yatırımlar bölgesel teşvik sisteminin sağladığı desteklerden yararlanabilir.

Bira üretimine yönelik yatırımların tamamı (komple yeni yatırım, tevsî, modernizasyon yatırım cinsleri) genel teşvik sisteminin sağladığı desteklerden yararlanabilir.

#### Yatırım Cinsleri:

**Komple yeni yatırım:** Mal ve hizmet üretimine yönelik olarak ana makine ve teçhizat ile yardımcı tesisleri içeren, gerektiğinde arazi-arsa, bina-inşaat harcamalarını da ihtiva eden, yatırımın yapılacağı yerde aynı üretim konusunda mevcut tesisi veya altyapı bütünlüğü bulunmayan yatırımlardır. Ayrıca, mevcut tesislerde makine ve teçhizat ilavesi nedeniyle kapasite artışının %100'ü geçmesi halinde bu yatırımlar yeni yatırım sayılır.

**Tevsî:** Mevcut bir yatırıma ilave üretim hattı veya makine ve teçhizat ilave yapılması suretiyle üretim miktarının artırılması veya yeni bir yatırım hüviyeti taşımayan, mevcut üretim hattında yer alan makine ve teçhizatların bir bölümünün kapasite açısından ve işlevsel olarak üretim akışındaki diğer makine ve teçhizatlarla uyum içinde olmadığı durumlarda makine ve teçhizatların değiştirilmesi veya yenilerinin ilave edilmesi ve genişleme yapıldıktan sonra mevcut tesis ile alt yapı müşterekliği oluşturarak bir bütün teşkil eden, aynı işletmede aynı mal ve hizmetin kapasitesini en fazla %100'e kadar artırmaya yönelik yatırımlardır.

**Modernizasyon:** Mevcut tesislerin üretim hatlarında, gelişen teknoloji sonucunda teknik ve/veya ekonomik ömrünü tamamlamış makine ve teçhizatlara teknolojiye uygun parçaların eklenmesi veya mevcut bir aksamın gelişmiş bir modeli ile veya makine teçhizatın yenileri ile değiştirilmesini, tesiste eksik kalmış yatırım harcamalarının tamamlanmasını, nihai ürünün doğrudan kalitesinin yükseltilmesini veya modelinin değiştirilmesini içeren yatırımlardır.

### 3.3.Genel Teşvik Sistemi ile İlgili Uygulamalar

1-Gümrük vergisi muafiyeti

2-KDV istisnası

Bölgesel Teşvik Sisteminin Sağladığı Destekler:

1-Gümrük vergisi muafiyeti

2-KDV istisnası

3-Vergi indirimi

4-Sigorta primi işveren hissesi desteği

5-Yatırım yeri tahsis (yalnızca kalkınma düzeyi düşük illerde yapılacak yatırımlar için)



6-Faiz desteği (yalnızca kalkınma düzeyi düşük illerde yapılacak yatırımlar için)

**BİRA ÜRETİMİNE YÖNELİK SAĞLANAN DESTEKLER:**

Maltlık arpa ve maltı üretiminde hammadde olarak kullanan sanayicilere (bira üreticilerine), Avrupa Birliği ile varılan ikili anlaşma çerçevesinde (22.12.2006 tarihli ve 2006/11439 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı\*), Çizelge 22’de belirtilen dönemlerde anlaşma konusu ürün miktarı ile sınırlı olmak üzere **sıfır gümrük vergisi oranı ile ithalat imkânı sağlanmıştır.**

\*BKK, 30.12.2006 tarihli ve 26392 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmış ve 27.07.2010 tarihli ve 27654 sayılı Resmi Gazete’de Bakanlar Kurulu Kararı ’nda (BKK) yapılan değişiklikler yayımlanmıştır.

**Çizelge 22: Avrupa Birliği Menşeli Bazı Tarım Ürünleri İthalatında Uygulanan Tarife Kontenjanları Listesi**

Tarife Kontenjanı Kod No	G.T.İ.P.	Madde İsmi	Tarife Kontenjanı Dönemi	Tarife Kontenjanı Miktarı	Bir Defada Talep Edilebilecek Azami Tarife Kontenjanı Miktarı	Tahsisat Yapılacak Firma Türü	Tahsisat Yöntemi
AB031	1003.00.90.0 0.12	Maltlık arpa	01.09-31.05	<b>49.500 Ton</b>	49.500 Ton	T	TTY
AB037	11.07	Malt (kavrulmuş olsun olmasın)	01.01-31.12	<b>500 Ton</b>	50 Ton	Ü,T	EOTY

Tarife Kontenjanı: Belirli bir dönem itibariyle gümrük vergisinde ve/veya diğer mali yüklerde indirim yapılan ya da muafiyet sağlanan ithalatın miktar veya değerini ifade eder.

Tahsisat yapılacak firma türü:

T: Tüketim performansı olan sanayicileri,

Ü: Üretim performansı olan sanayicileri ifade eder.

Tahsisat Yöntemi:

TTY : Talep toplama yöntemi ile tarife kontenjanının tahsis edileceğini ifade eder.

EOTY : Başvuru sırasına göre eşit oranda tarife kontenjanının tahsis edileceğini ifade eder.



### 3.4 KOBİ Teşvik Sistemi ve Uygulamaları

Bira sektörü itibarıyla KOBİ teşvik sistemi ve uygulamaları bulunmamaktadır.

## 4. SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER

18 yaş üzeri nüfusun içinde alkollü içecek tüketen nüfusun oranının gerilediği görülmektedir. Tüketicilerin içecek tercihleri değişme göstermektedir. Farklı seçenekler veya kokteyller popüler olmaya başlamıştır. Örneğin, votkanın enerji içeceği veya meyve suyu gibi diğer içeceklerle karıştırılmasıyla hazırlanan içki karışımlarının tüketiminde artış trendi gözlenmektedir. Bu arada alkollü içki tüketenlerin toplam nüfustaki payı 2008 'de % 44 iken, 2010 'da % 39 'a gerilemiştir.

İçilen alkollü içecek çeşitlerinde bir artış olduğu, tüketicilerin ortalama 3,8 içki çeşidi tükettiği ve yüksek alkollü içecekleri içme oranının arttığı tespit edilmiştir.

Sektörde, alım ve satımlarda da yabancı sermaye yatırımı gözlemlenmektedir. Örneğin son olarak Diageo, Mey içki T.A.Ş.'yi satın almıştır.

Sektörde süpermarket kanalına kayış gözlemlenmektedir. Süpermarket sayısı artarken, geleneksel kanal nokta sayıları azalmaktadır.

İthal biralar kategorisinde de özellikle süpermarket kanalında hem premium hem de ucuz biralar raflardaki yerini almaktadır. Özellikle alkollü içeceklerde fason üretimin yasaklanmasıyla süpermarketlerin diğer kategorilerde büyüyen market markalı ürünlerinin yanına bira kategorisi için ucuz ithal markalar ikame ettikleri görülmektedir.

## 5. SEKTÖRDE DIŞ PİYASALARDAKİ DURUM

- Çin'deki bira satışları dünyanın neredeyse dörtte birini oluşturmaktadır.
- Küresel anlamda satılan tüm bira çeşitlerinin % 90'ını lager bira tipi oluşturmaktadır.
- Miktersal açıdan Asya kıtası (% 30'dan fazla), ciroasal açıdan ise Doğu Avrupa kıtası ( % 25 civarı ) bira paylarının en yüksek olduğu coğrafi bölgeleridir.
- Dünyadaki toplam bira satışlarının % 61'i, ilk 10 bira üreticisinden gelmektedir.
- Alkollü içecekler üzerinde yasal kısıtlamalar artmaktadır.
- Sektörde satın alma ve birleşmelerin sayısı artmaktadır. Özellikle Diageo gibi ağır alkollü içki üreten global şirketlerin özellikle Güney Afrika'da satın almalar yaptığı görülmektedir.
- Dünya bira üretiminde Avrupa 1 numaralı üreticidir. Avrupa'yı 393 milyon hektolitreye ile Çin Halk Cumhuriyeti ve 234 milyon hektolitreye ile ABD izlemektedir. (Avrupa Birliği bira endüstrisi hakkında 8. Madde kapsamında geniş bilgi verilmektedir. )

## 6. DİĞER SEKTÖRLER VE YAN SANAYİ İLE İLİŞKİLER

Bira sektörünün mal ve hizmet alımları ve bira üretiminde kullanılan tarımsal ürünler konularında raporun başında ayrıntılı bilgi verilmiştir.

## 7. SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI

### 7.1 Temel Strateji, Amaç ve Politikalar



Genel olarak, diğer bütün sektörlerde olduğu gibi, genelde bira sektörünün temel amacı kendi gelişmesini, üretimini, ihracatını, kısacası büyümesini arttırmak, bu amaçla uygun bir ortamın varlığını sağlamak ve bu ortamı korumak, bira sektörü için gerekli rekabet ortamının tesisine katkıda bulunmak, sektörel bazda üyelerinin hak çıkarlarını savunmak, tüketicileri bilgilendirmek, uluslararası gelişmeleri izlemek ve bunlardan yararlanmak ve sektörde genel olarak kalitenin geliştirilmesini ve böylece uluslararası piyasalarda önemli bir paratöner olma niteliğini geliştirmektir.

## 7.2 Bira Mevzuatı

Zamanın Tarım ve Köy İşleri Bakanlığının koordinatörlüğünde, sektör temsilcilerinin ve ilgili kamu kurumlarının temsilcilerinin katılımıyla“ Gıda Kodeksi –Bira Tebliği“hazırlanmış ve söz konusu taslak Resmi Gazete’de 7 Temmuz 2006 tarihi itibarıyla yayımlanarak, aynı tarihte yürürlüğe girmiştir.

Tebliğin amacı, biranın tekniğine uygun ve hijyenik şekilde üretim, hazırlama, işleme, muhafaza, depolama, taşıma ve pazarlamasını sağlamak üzere özelliklerini belirlemektir.

Tebliğ kapsamında; malt, şerbetçiotu, ekstrakt maddeleri, bira, alkolsüz bira, aromalı bira ve Avrupa Biracılık Komitesi tarafından yayınlanan biranın renginin değerlendirilmesinde kullanılan EBC ölçü birimine yer verilmektedir.

Tebliğe göre, bira hacmen alkol miktarına göre;

- Alkolsüz bira
- Düşük alkollü bira
- Bira
- Yüksek alkollü bira

olarak 4 çeşittir.

Aynı şekilde, renklerine göre de, biralar ;

- Açık renkli
- Koyu renkli
- Siyah

olarak 3’e ayrılırlar.

Ayrıca, katkı maddeleri, işleme ve işlem yardımcıları, bulaşanlar, pestisit kalıntıları, hijyen, ambalajlama, etkileme ve işaretleme, taşıma ve depolama, numune alma ve analiz metot esasları, Avrupa Birliği Komisyonuna bildirim, tescil ve denetim gibi konular da Tebliğ tarafından düzenlenmiştir.

Diğer taraftan, bira sektörünün iki ana hammaddesi olan Malt ( TSE 4369, Aralık 1984 ) ve Şerbetçiotu ( TSE 2738, Nisan 1977 ) standartları da mevcuttur.



### 7.3 Bira Denetimi

Söz konusu Tebliğ kapsamında üretilen bira ve üretimde kullanılan katkı maddeleri, aroma veren maddeler, çeşitli asit ve tuzlar, bulaşanlar, pestisit kalıntıları ve hijyen gibi konularda uyulması gereken kurallar, örneğin ;

- Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği Gıda Katkı Maddeleri Bölümü,
- Yönetmeliğin Gıda Aroma Maddeleri Bölümü,
- Yönetmeliğin Pestisit Kalıntıları ve Bulaşanlar Bölümleri,
- Yönetmeliğin Gıda Hijyen Bölümünde,

yer almaktadır.

Bu arada, ambalajlama, etiketleme ve işaretleme gibi konular da anılan Yönetmeliğin Ambalajlama, Etiketleme ve İşaretleme Bölümüne uygun olmalıdırlar.

Tebliğ kapsamındaki ürünleri üreten ve satan işyerleri, Gıdaların Üretimi, Tüketimi ve Denetlenmesine Dair Kanun Hükmündeki Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanunun hükümlerine göre tescil ve denetime tabi tutulurlar.

Öte yandan, Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu (TAPDK), 4733 sayılı Kanun ile 15.04.2008 tarih ve 26848 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan 4733 sayılı Kanunda değişiklik yapılması hakkındaki 5752 sayılı Kanun ve diğer Kanunlarla Kuruma verilengörevleri yerine getirmek ve yetkileri kullanmak üzere kamu tüzel kişiliğini haiz, idari ve mali özerkliğe sahip olarak kurulmuştur.

Görevlerinden biri, bira dahil alkollü içkilerin iç ve dış ticareti, dağıtımı, depolanması, geri kazanımı; üretim tesislerinin kurulması, işletilmesi, proje tadilatı, kapatılması ve her türlü devir işlemleri ile 4250 sayılı Kanunun uygulanmasına yönelik işlemlere ve tüm bu işlemlerin teknik kontrolüne ilişkin çalışmaları yürütmektir.

### 7.4 Kayıtdışılık

Türkiye'de, alkollü ürünler sektöründeki firmaların da kabul ettiği şekilde, bira sektörü dışında yaygın bir kayıtdışılık sorunu mevcuttur. Özellikle, şarap üretiminde ve pazarlanmasında bu sorun önemli boyutlara varmıştır. Tahmin edilebileceği üzere, kayıtlı ekonomi içinde yer alan, üretim ve pazarlamasını saydam biçimde gerçekleştiren bira üreticileri söz konusu kayıt dışılık sorunu nedeniyle haksız rekabetle karşı karşıya kalmaktadırlar. Zira kayıt dışılık imalatın çok düşük fiyatlarla pazarlanmasına da imkan vermekte ve ucuz fiyatlı şarap mamulleriyle bira sektörünün rekabeti mümkün olmamaktadır.

Nitekim, alkollü içkiler sektöründe kayıt dışılık sorununu gidermek ve böylece Devlet gelirlerinde olması gereken artışı sağlamak amacıyla, Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığınca "Ürün Takip Sistemi" uygulaması başlatılmış ve alkollü ürünler bakımından bandrol, bira bakımından da barkod uygulaması getirilerek, üretim ve pazarlamanın her evresi denetim altına alınmak istenmiştir. Burada temel amaç, etkin bir piyasa gözetim ve denetim sisteminin kurulmasıdır.





Sektörümüz, Dünya’da bira üretim ve pazarlamasında başvurulmamasına rağmen, kendi bakımından da denetimin uygulanması için getirilmeye çalışılan yeni sistemin eksiksiz yürütülmesini teminen, barkod sistemine itiraz etmemiştir.

Bu arada, barkod uygulamasında çok seri üretim yapılan bira sektöründe şişe kapaklarına özel bir makine ile numaralar konulmaktadır. Sistemin ilk uygulama döneminde kullanılmakta olan mürekkepten kaynaklanan sorunlar nedeniyle üretimde kesintiler yaşanmıştır. Bu çerçevede, üretici firma tesislerinde “ Çok Fazla Tanımsız Kod “ hatasıyla karşılaşmış ve yapılan müdahalelerde genellikle “ Kafa Temizleme “ ve “ Püskürtme Ayarı “ ile çözüm getirilmiştir. Ancak, üretimin durması ve sorumlu firma tarafından müdahale ertesi üretimin tekrar başlatılması arasında geçen sürede, örneğin 2008 yılının ilk 7 aylık döneminde toplam 11.935.074 litre üretim kaybı yaşanmıştır. Son zamanlarda ise, kullanılmakta olan mürekkebin değiştirilmesi sonucunda karşılaşılan arıza sayısında düşme görülmektedir.

Bu bağlamda, Maliye Bakanlığı Gelir İdaresi Başkanlığı tarafından yayımlanan Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkilerde Bandrollü Ürün İzleme Genel Tebliği;

- Seri No: 1 /1 7 Mart 2007 tarih ve 26465 sayılı Resmi Gazete,
- Seri No: 2 /15 Haziran 2007 tarih ve 26553 sayılı Resmi Gazete,
- Seri No: 3 /18 Ağustos 2007 tarih ve 26617 sayılı Resmi Gazete,
- Seri No: 4 / 7 Mart 2008 tarih ve 26809 sayılı Resmi Gazete,
- Seri No: 5 /23 Aralık 2008 tarih ve 27089 sayılı Resmi Gazete,
- Seri No: 6 /7 Kasım 2009 tarih ve 27399 sayılı Resmi Gazete’de,

Yayımlanmış ve rejim şekillendirilmiştir.

## 7.5 Tüketicinin Bilinçlendirilmesi

Biranın diğer alkollü içkiler karşısındaki en büyük avantajı düşük alkol içermesidir. Nitekim düşük alkollü biralarda % 0,5 -% 3, standart birada % 3-% 6, yüksek alkollü birada ise % 6-%10 oranında alkol bulunmaktadır. Yüksek alkollü biralarda dahi diğer alkollü içkilere oranla daha az alkol ihtiva etmektedirler.

Dünyadaki genel gidişe bakılırsa, özellikle alkolün zararlı etkilerinin azaltılmasını amaçlayan Dünya Sağlık Örgütü’nün çalışmaları, tıpta kaydedilen gelişmeler ve araştırmalar en yararlı olanın alkol tüketiminde “ölçülülük” ve “sorumluluk” kriterlerine uyulması olduğunu göstermektedir. Özellikle bira ilanlarında “ölçülü tüketin ve tüketimde sorumlu olun” sloganları sürekli olarak kullanılmaktadır.

Belli aralıklarla İspanya’da yapılmakta olan birayla ilgili tıp kongresinde ölçülü bira tüketiminin sağlık üzerindeki olumlu etkileri Dünya kamuoyuna duyurulmaktadır. Her toplantı ertesi yayımlanan raporlardan sonuncusu (2008) Derneğimizin web sitesinde ([www.biramalt.com](http://www.biramalt.com)) İngilizce ve Türkçe olarak yer almaktadır.

Çok özetle, belgede 2008 yılına kadar bilim çevreleri tarafından yayımlanmış olan araştırmaların sonuçlarına değinilmekte ve bu kapsamda 142 bilimsel makaleye yer verilmektedir. “ Sorumluluk ve ölçülü tüketim” sayesinde içicilerin kronik kalp hastalığı, kolesterol düzeyleri,



insülin direnci, şeker hastalığı, çeşitli kalp ve damar rahatsızlıkları, “ne kadar ve hangi sıklıkla içilmesinin yararlı ya da zararlı olabileceği, diye obezite sorunu, kemiklerin güçsüzleşmesi, zihinsel gerileme, parkinson hastalığı, safra taşları, genel yaşlanma gibi sorunlar ve rahatsızlıklar karşısındaki durumları irdelenmekte ve biradaki vitaminler ve antioksidanların koruyucu etkileri, mineraller ve yıllar boyunca bitkisel ilaç olarak kullanılan şerbetçiotunun yararları vurgulanmaktadır.

Öte yandan, gerek Avrupa Biracılar Konfederasyonu gibi çatı kuruluşları, gerekse Konfederasyona üye 27 AB ülkesi tarafından “hamilelik ve alkol”, “alkollü araba kullanmak” ve “ilaç kullanılırken alkolün olası zararları” gibi konularda da ilgili kişileri uyarmak bakımından özel dosyalar hazırlanmaktadır. Bu arada, kişilerin sağlık durumları ve alkolden etkilenme oranları farklılıklar gösterdiği için, yapılması gerekenin doktorlara danışarak “hangi sıklıkta ve ne kadar” içki kullanılmasının zararlı olmayacağını tespitinin önem taşıdığına dikkat çekilmektedir.

Bira sektörünün tüketicileri bu yönde bilinçlendirmesi kamu sağlığı bakımından da önemlidir.

## 7.6 STK'ların güçlendirilmesi

Bilindiği üzere, serbest pazar ekonomisi ve demokrasinin gelişmesine bağlı olarak öncelikle batı toplumlarında sivil toplum kuruluşları oluşmaya başlamış ve bugün ekonomik ve sosyal hayatın vazgeçilmez unsurları olarak gündemde yerlerini almışlardır. Toplum içindeki farklı çıkar grupları, üreticiler, tüketiciler genelde dernekler çerçevesinde örgütlenerek birbirlerine karşı ve devlete karşı temsil ettiği çıkar gruplarının savunmasını yürütmeye çalışmaktadırlar. Bu çerçevede, her çıkar grubu ekonomik ve sosyal hayat içindeki rollerini üretim, tüketim, ticaret, sosyal gelişmeler, o çıkar grubunun varsa katkıları vb konularda kaydettikleri gelişmeleri topluma ve diğer çıkar gruplarına duyurmak üzere örgütlenir ve etkinliklerde bulunurlar.

Örneğin, Avrupa Birliği Komisyonu'nun bulunduğu Brüksel'de her sektörü temsilen çeşitli konfederasyonların, federasyonların veya derneklerin yer aldığı ve Komisyon'un çalışmalarının yakından izlenerek temsil ettikleri çıkar grupları bakımından bu çalışmaların etkilenmeye, yönlendirilmeye çalışıldığı, böylece ilgili çıkar grubunun menfaatlerinin korunmasının amaçlandığı görülmektedir.

Bu bağlamda, Derneğimizde 2003 yılında kurulmuş olup, amacı, bira ve malt üretimi veya pazarlaması yapan üyelerinin sorunları ile ilgilenmek ve bunlara çözüm önerileri geliştirmek, sektörel bazda üyelerinin hak ve menfaatlerini savunmak, sektörün gelişimini sağlayacak rekabet ortamının tesisine katkıda bulunmak, tüketicileri bilgilendirmek, uluslararası gelişmeleri izleyerek sektöre ilişkin yeni bilgileri üyelerine iletmek ve kalitenin geliştirilmesine yönelik çalışmalarda bulunmaktır.

Bu arada, Dernek, merkezi Brüksel'de bulunan Avrupa Biracılar Konfederasyonu'nun (Brewers of Europe) aktif bir üyesi konumundadır. Bu Federasyonun Genel Kurul ve Genel Sekreterler toplantılarına iştirak edilmektedir.



## 8. SEKTÖRÜN AB UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA VE AB İLE KARŞILAŞTIKLARI UYUM SORUNLARI

Türkiye – Avrupa Birliği ilişkilerinde alkollü içkiler bakımından pazara giriş sorunları dikkate alındığında aşağıdaki konularla karşılaşılmaktadır.

- a- Alkollü içkilerde gümrük kıymeti değerlendirmesi
- b- Alkollü içkilerde vergilendirme
- c- Alkollü içkilerde lisans uygulaması
- d- Karşım alkollü içkilerin piyasaya sunulması
- e- Alkollü içkilerde bandrol uygulaması
- f- Alkollü içkilerin etiketlenmesi
- g- Alkollü içkilerin reklamı

Bu çerçevede bira sektörüyle ilgili olarak özellikle lisans uygulaması, barkod uygulaması etiketleme ve alkollü içkilerin reklamı gibi konuların incelenmesinde yarar görülmektedir.

Nitekim alkollü içki ithalatında zamanın Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı tarafından “Kontrol Belgesi” TAPDK tarafından ise “Uygunluk Belgesi” düzenlenmesini şikayet konusu kılan Avrupa Birliği Komisyonu, uygulamanın ticaretin önünde teknik bir engel yarattığını ve ticareti olumsuz etkilediğini belirtmiş, söz konusu ithal lisansı uygulamalarının yürürlükten kaldırılmasını talep etmiştir. Bu talep üzerine, 2008 yılında, Resmi Gazete’de yayımlanan “Alkol ve Alkollü İçeceklerin İç ve Dış Ticaretinde İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelikte Değişiklik Yapılmasına Dair Yönetmelik “ uyarınca, alkollü içki ithalatından “Uygunluk Belgesi” şartı kaldırılmış ve yerine “Alkollü İçki Bildirimi” şartı getirilmiştir. Bu arada, Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı tarafından “Kontrol Belgesi” düzenlemesi sürdürülmeye devam edilmiş ancak anılan uygulamanın ticareti kısıtlama amacı taşımadığı ve yalnızca insan, hayvan ve bitki sağlığının korunması amacıyla yürütüldüğü belirtilmiştir. Öte yandan, Avrupa Birliği Komisyonu’nun tekrar karşı çıkması nedeniyle, bu yıl içinde yapılan toplantı da, Kontrol Belgesi uygulamasının yılsonuna kaldırılması yönünde çalışmaların sürdürüldüğü de Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı yetkililerince ifade edilmiştir.

Alkollü içki sektöründe kayıt dışılığı önlemek amacıyla Maliye Bakanlığı tarafından uygulamaya konulan “Bandrollü Ürün İzleme Sistemi” kapsamında bira sektöründe barkod uygulaması başlatılmıştır. Bu konuda Türkiye – AB arasındaki sorun, bandrol veya barkod uygulamasının yerli imalatçıların tesislerinde sorumlu firmanın araç ve gereçleri kullanılarak yapılmakta olduğu, buna karşın yabancı kaynaklı alkollü içkilerinde aynı sisteme uymaları gerektiğinden bandrol veya barkod uygulamasının ya seçilmiş yetkili uygulayıcı firmanın İstanbul, İzmir, Mersin ‘deki tesislerinde ya da imalatçı yabancı firmaların kendi ülkelerindeki tesislerde yapılması gereğidir. Bu sürecin, AB bira imalatçısı ve ihracatçıların aleyhine maliyet farkının doğmasına yol açtığı AB Komisyonunca belirtilmektedir. Çizelge 23’de bu fark açıkça görülmektedir.



**Çizelge 23: Barkod Uygulamasının Yerli Ve Yabancı Firmalar Bakımından Maliyet Farkı**

Ürünün Cinsi	2009 Birim Fiyatı (TL)	2010 Birim Fiyatı (TL)
Yurt içinde üretilen alkollü içki ürünlerine, üreticilerin kendileri tarafından, kendi üretim tesislerinde, seri üretim hattında ya da manuel olarak uygulanan <b>bandrollerin</b> birim fiyatı	0,03750	0,03973
İthal edilen alkollü içki ürünlerine, yurt dışı üretim mahallerinde ithalatçıların kendi imkânlarıyla uygulayabilecekleri <b>bandrollerin</b> birim fiyatı	0,03750	0,03973
İthal edilen alkollü içkilere, Yetkili Firmanın İstanbul, İzmir ve Mersin'deki tesislerinde <b>bandrol uygulanmasının</b> birim fiyatı	0,20960	0,22203
Yurt içinde üretilen şişe ve kutu ambalajlı bira ürünlerine, üreticilerin kendileri tarafından, kendi üretim tesislerinde, seri üretim hattında uygulanan <b>kodların</b> birim fiyatı	0,00207	0,00220
İthalatçıların, ithal edecekleri şişe ve kutu ambalajlı bira ürünlerine, yurt dışı üretim mahallerinde ithalatçıların kendi imkânlarıyla uygulayabilecekleri <b>kodlanmış etiketlerin</b> birim fiyatı	0,00493	0,00523
İthal edilen şişe ve kutu ambalajlı bira ürünlerine Yetkili Firmanın İstanbul, İzmir ve Mersin'deki tesislerinde <b>kodlanmış etiket</b> uygulanmasının birim fiyatı	0,26230	0,27800

Diğer taraftan, sistemi yürütmekte olan Sigma Assan firmasının sözleşmesi 2012 Şubat ayında sona erecek olup, AB Komisyonu yeni firma seçimi ve yeni uygulamalarla birlikte eleştirilerinin dikkate alınmasını beklemektedir.

Alkollü içkilerin etiketlenmesi sırasında uygulanan esasların Kontrol Belgesinin alınmasını daha da güçleştirdiğini öne süren AB Komisyonu etiketleme alanında Türkiye'nin yazılı bir kılavuz hazırlaması gerektiğini savunmaktadır.

Etiketleme konusunda, biralara ilişkin özel etiketleme kuralları, 07.07.2006 tarihli ve 26221 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "*Türk Gıda Kodeksi – Bira Tebliği (Tebliğ No: 2006/33)*" kapsamında yer almaktadır., Bu Tebliğ, "Teknik Mevzuatın ve Standartların Türkiye ile Avrupa Birliği Arasında Bildirime Dair Yönetmelik" kapsamında Avrupa Birliği Komisyonu'na bildirilmiştir.

Avrupa Birliği Komisyonu alkollü içkilerin reklamlarına kısıtlama getirilmesinin, yerli üreticiler lehine ayırmıcılığa yol açtığını savunmaktadır. Bu konuda görüşlerine başvuru TAPDK yetkilileri Komisyon iddialarını kabul etmemişler ve somut örnekler verilmesi halinde daha sağlıklı araştırmalar yapıp gerekli değerlendirmeleri yapabileceklerini ifade etmişlerdir.



### 8.1 Bira Sanayinin AB Bira Sanayiiile Karşılaştırılması

\*Avrupa bira sektöründe dünyadibir numaralı üreticidir. Avrupayı 393 milyon hektolitire ile Çin Halk Cumhuriyeti ve 234 milyon hektolitire ile ABD izlemektedir.

\*Avrupa'da 3.733 bira üreticisi bulunmaktadır. Almanyasınırları içinde en fazla bira üreticisi ( 1.330 ) bulunduran ülkedir. Onu, İngiltere (667), İtalya (272 , İsviçre (270), Avusturya (173), Belçika (135), Fransa (132), Çek Cumhuriyeti (128), Danimarka (120) izlemektedir.

\* Avrupalı biracılar yılda 427 milyon hektolitire bira üretirler.

\*Yaklaşık olarak üretimin % 17'si (72 milyon hektolitire) Avrupa içinde ve Avrupa dışında ihracata konu kılınır.

\*Avrupa'da yıllık bira tüketimi yaklaşık 394 milyon hektolitire ve 124 milyar Euro'dur. ( KDV dahil )

\* 43 milyon hektolitire bira ithal edilmekte, bu ithalatın bir kısmı AB ülkeleri arasında bir kısmı da AB dışındaki ülkelere gerçekleştirilmektedir.

\* Yaklaşık olarak tüketimin %40'ı barlar, restoranlar gibi açık tüketim noktalarında gerçekleştirilmektedir. Bu miktar Euro olarak toplam bira satışlarının % 72'si değerindedir.

\* Ülkeler itibariyle ihracata bakıldığında; Hollanda üretiminin % 62'sini, Belçika %5 8'ini, İrlanda %51'ini, Danimarka % 45'ini, Lüksemburg % 28'ini, Portekiz % 25'ini, Almanya ise % 15'lik Avrupa ortalamasının biraz altında kalarak ihracat gerçekleştirmektedir.

\*Tüketimin ithalat içindeki payı dikkate alındığında ise, Lüksemburg % 43, Malta % 41, İtalya %34, Fransa % 32, İsveç %24, Hollanda % 19, İngiltere %18 oranında tüketimini ithalat yoluyla karşılamaktadır. Bu konuda da Almanya % 13'lük Avrupa ortalamasının altında kalmaktadır.

\* Bira üretimi ve pazarlanması Avrupa'da 2,5 milyon kişiye iş yaratmıştır. Bu miktarın yaklaşık %6'sı doğrudan bira üreticileri tarafından sağlanmıştır. Dolaylı olarak % 15oranında iş sunum sektörü tarafından sağlanmakta, perakendecilikte % 6 oranında iş yaratılmakta, buna mukabil açık noktalarda ise % 73 oranında iş temini söz konusu olmaktadır.

\*Doğrudan ve dolaylı olarak Avrupa'da yaratılan toplam bira sektörü katma değeri yaklaşık 59 milyar Euro'dur. Avrupa bira sektörünün verimlilik oranı çok yüksektir.

\*Avrupa'da Katma Değer Vergisi, ÖTV, Gelir Vergisi, Sosyal Güvenlik katkıları vb. toplam devlet gelirlerinin 57 milyar Euro'ya ulaştığı tahmin edilmektedir. En büyük katkı Katma Değer Vergisinden gelmekte, ÖTV ise 11.2 milyar Euro düzeyi ile önem taşımaktadır.

\* Avrupa bira sektöründe karşılaşılan önemli gelişmeler şu şekilde sıralanabilir;

- Yükselen üretim maliyetleri,
- Ekonomik yavaşlama( krizin doğurduğu tüketim azalması ),
- Muhtemel vergi değişikliklerinin doğurduğu belirsizlik,



- Daha yüksek vergi yükü,
- Bira maliyetinin artması nedeniyle tüketimin şekillerinin değişmesi ve açık noktalardan kapalı noktalara kayması.

## 8.2 Özdenetim Sistemi

Bilindiği üzere, Gümrük Birliği'nin kurulması ertesinde faaliyete geçen ve halen ülkemizde Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı'na bağlı olarak çalışan Reklam Kurulu, ticari reklam ve ilanlarda geçerli ilkeleri belirlemekte ve ilgililere duyurmaktadır. Mevcut reklam ve ilanları resen veya yazılı başvuru alması halinde incelemekte ve Tüketiciyi Koruma Kanunu'nun 16. Maddesine aykırılık görmesi halinde;

- Reklamı durdurmakta,
- Reklamı düzeltmekte,
- Bunların yanı sıra ulusal reklam ise 60.000 TL, yerel reklam ise, 6.000 TL para cezası da verebilmektedir.

İnceleme sırasında, Reklam Kurulu, reklamların kişilik haklarına uygun olmasını, tüketicilerin tecrübe ve bilgi noksanlığının istismar edilmemesi gereğini dikkate alır, reklamların örtülü olup, olmadığını inceler ve reklam aldatıcı ise, reklamı hazırlayan firma mal ve yahizmeti üreten firma ve reklamın yayımlandığı kuruluş ( tv, gazete, mecraya kuruluş ) cezalandırılır. Kurulun kararları tarafları bağlayıcıdır.

Reklam Kurulu dışında, Reklam Verenler Derneği, Reklamcılar Derneği ve Uluslararası Reklamcılar Derneği tarafından Reklam Özdenetim Platformu kurulmuştur. Anılan Platform, "Uluslararası Ticaret Odası'nın" reklam uygulama esaslarını tatbik etmek üzere "Reklam Özdenetim Kurulu"nu oluşturmuştur. Bu yeni örgütün temel hedefi, reklamların yasal, ahlaki, dürüst ve doğru olmasını sağlamaktır. Bu çerçevede, reklam ajanslarına, reklam verenlere ve reklam mecralarına özdenetim anlayışını benimsetmek ve Uluslararası Ticaret Odası'nın reklam konusun da geçerli ilkelerini, herhangi bir şikayetin ortaya çıkmasını engelleyecek bir biçimde ilgili kuruluşlara kendi iradeleriyle uygulatma alışkanlığı kazandırmak hedeflenmektedir. Reklam Özdenetim Kurulu'nun kararları bağlayıcı değil, tavsiye niteliğindedir. Bir diğer ifadeyle, sektör temsilcileri tarafından oluşturulan Reklam Özdenetim Kurulu, ilgili sektörlerin reklamları düzenleyen kurallar çerçevesinde hareket etmesini sağlamaya yönelik bulunmakta ve böylece resmi nitelikli Reklam Kurulu'nun üstündeki yükü hafifletmeye çalışmaktadır.

Benzer biçimde ve Avrupa Biracılar Konfederasyonu üyesi AB ülkelerinde de görüldüğü gibi bira sektörü itibarıyla de reklam ve bilgilendirme konularında sektörün özdenetimini sağlamak amacıyla hazırlıklar başlatılmıştır. Derneğimiz üyesi firmalarca "Uygulama Kodu" hazırlanmış olup, sistemin bütünüyle yürürlüğe girmesini teminen çalışmalar sürdürülmektedir. Burada da amaç, bira sektörünün hazırladığı reklam ve bilgilendirmelerin öncelikle kendisi tarafından denetlenmesi ve mümkün olduğu ölçüde Reklam Kurulu'nun resen veya şikayet üzerine çalışmasını azaltmaktır.

Diğer taraftan, Avrupalı Biracılar Konfederasyonuna üye olan ülkelerin uyması gereken 7 adet özdenetim kriteri aşağıda sıralanmaktadır.



- Bütün reklam ve diğer pazarlama araçları (satış, promosyon, sponsorluklar, doğrudan pazarlama, çevreye duyarlı reklam, elektronik mecralar, Pazar araştırması ve doğrudan satışlar) özdenetim kapsamında yer alacaktır.
- Bütün bira imalatçıları sisteme dahil edilecektir.
- Hazırlanacak kodun ruhu ve lafzına uyulacak ve bedelsiz biçimde konuya ilişkin danışmanlık hizmeti verilecektir.
- Denetim konusunda yetkili olacak organın (jüri) önemli bölümü ve başkanı “bağımsız nitelikte” olacaktır.
- Jüri çabuk karar verecek ve gerektiğinde reklam ve tanıtım derhal uygulamadan kaldırılacak veya değiştirilecektir.
- Öngörülecek yaptırımlar caydırıcı nitelikte olacak ve uygulayıcılar bakımından güvenilir ve inandırıcı kabul edilecektir.
- Tüketiciler (reklam ve tanıtımın hedef aldığı kitle) özdenetim sistemi hakkında bilgilendirilecek ve jüri kararları kamuoyuna duyurulmak üzere yayımlanacaktır.
- Sistemik gözetim sistemi planlanmış biçimde yürütülecek ve ilgili mevzuat (kod) ve tatbikatı sürekli olarak gözden geçirilecektir.

## 9. SEKTÖREL YAPILANMA

Bira sektörünün yapılanması hakkında endüstri yapısı, işletme sayısı, ekonomide yaratılan katma değer, kamu gelirlerine katkılar ve bira pazarı verileri gibi bölümlerde geniş bilgi verilmiştir.

## 10. SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTTIRILMASI VE VERİMLİLİK

Bilindiği üzere ülkemizde küreselleşmenin olumlu etkilerinin görüldüğü en önemli sektörlerden birisi bira sektörüdür. Sektör, iki büyük firmaya bağlı olarak kurulmuş ve gelişmiş, sonuç olarak uygulanan modern üretim teknolojisi ve pazarlama teknikleriyle mamul kalitesi ve ambalaj çeşitlendirmesi bakımından gelişmiş ülke standartlarına ulaşmıştır. Dernek üyelerimizden Efes Pilsen, Türkiye içindeki büyük piyasa payı dışında gerçekleştirdiği yatırımlarla Rusya, Orta Asya ve Güneydoğu Avrupa ülkelerinde gelişmektedir. Diğer üyemiz Türk Tuborg A.Ş. ise, Dünyanın başlıca bira firmalarından Calsberg A/S, know-how ve teknolojisiyle yatırım yapmıştır. Her iki firmamızda uluslararası rekabet kabiliyetine sahip üretici ve pazarlayıcıdır.

Bira endüstrisi yapısı itibarıyla geniş çapta tarıma dayalıdır. Önemli girdileri arpa ve arpadan elde edilen malt, şerbetçiotu ve kaliteli sudur. Ancak, bira sonuç olarak bir endüstri ürünüdür. Endüstri ürünü olan biranın elde edilmesinde ve ürünün kaliteli olmasında teknolojinin yanı sıra tarımsal girdilerin büyük payı bulunmaktadır.

Öte yandan, sektörün istihdam ettiği insan gücü incelendiğinde debira sektöründeki işgücü verimliliğinin diğer sektörlerden daha yüksek olduğu görülmektedir.

### 10.1 AR-GE Harcamaları ve İstihdam, Çevre Uygulamaları, Teknoloji ve Hammadde



Daha önce de değindiğimiz gibi, girdileri bakımından tamamen tarım sektörüne dayanan bu çerçevede arpa, şerbetçiotu ve su kullanılarak üretilen bira sektörü bakımından çevre uygulamaları ve genelde hükümetler tarafından yürütülen çevre politikaları büyük önem taşımaktadır. Bu kapsamda bira üretiminde çok kullanılan su ve enerjinin tasarruflu biçimde tüketilmesi ve atıkların kaynağında mümkünse önlenmesi ve azaltılması büyük önem taşımaktadır.

Nitekim biranın ana hammaddesini oluşturan arpa ve şerbetçiotu üretimi ve çiftçisi desteklenmekte olup, 2.050 'si sözleşmeli alım usulu ile toplam 3.000 çiftçi ailesi maltlık arpa ve şerbetçiotu üretimi ile geçinimi kazanmaktadır. Ayrıca genelde yaklaşık 10.000 kişiye iş olanağı temin edilmektedir.

Efes Türkiye'nin "Tarımsal Ürün Geliştirme Departmanı" tarafından sürdürülen arpa ve şerbetçiotu AR-GE çalışmaları ile 13 adet arpa ve 7 adet şerbetçiotu çeşidi geliştirilmiş ve tescillenmiştir. Tescillenen yeni çeşitler sayesinde % 30 'a varan verim artışları da sağlanmıştır. Bu kapsamda Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı'nın tohumculuk ve tarımsal araştırmalar ile ilgilenen kurum ve kuruluşları ile Efes Pilsen arasında sürekli irtibat da bulunmamaktadır.

Bu çerçevede, Efes Türkiye bünyesinde 2010 yılı içinde " Çevre Yönetim Birimi " kurulmuştur.

Ayrıca, su ve su kaynaklarının sorumlu yönetimini sağlamak amacıyla;

- Üretimin her aşamasında su kullanımı ayrı biçimde izlenmektedir.
- Birim ürün başına su tüketimi düzenli olarak üst yönetime bildirilmektedir.
- Su kullanımının iyileştirilmesi ve azaltılması için çeşitli projeler yürütülmektedir.

2005-2010 yıllarında yapılan çalışmalar sonucunda birim ürün başına kullanılan su miktarı bira fabrikalarında % 19 oranında azaltılmıştır. Son bir yıl içinde ise, bu azaltma bira fabrikalarında % 6, malt fabrikalarında % 1,3 olmuştur.

Aynı biçimde, bütün fabrikalarda bulunan arıtma tesislerinin anaerobik reaktör teknolojisi ile daha düşük enerji ve işletme malzemesi kullanılarak atık su arıtımı gerçekleştirilmektedir.

Enerji, su, kimyasal ürünler vb. kullanımını azaltmak için sürekli iyileştirme çalışmaları yürütülmekte ve örneğin 2005-2010 yıllarında ürün başına kullanılan eş değer enerji miktarı bira fabrikalarında % 28,3, malt fabrikalarında ise % 4,5 azaltılmıştır. Son bir yıllık tasarrufu % 7,4 olan Anadolu Efes, Türkiye'de ISO 50001 Enerji Yönetim Sistemi Belgesini alan ilk kuruluş olmuştur.

Öte yandan, gerek çevre dostu doğalgaz kullanımına geçilmesi ve buna paralel diğer enerji tasarruf projeleri sonucunda, birim ürün başına karbondioksit salınımı bira fabrikalarında % 26,7, malt fabrikaların da ise % 26,8 azaltılmıştır. Bu amaçla yeni ve verimli teknolojilerin sürekli kullanımı için her yıl 5 milyon ABD Doları üzerinde yatırım yapılmaktadır.

Efes Türkiye, cam ambalajın tekrar kullanımı ve ambalaj atıklarının geri kazanımının önemini bilincinde olarak piyasaya sürülen ürünlerde en fazla cam şişe kullanılmakta ve piyasaya sürülen tek yönlü ambalajlar ÇEVKO Vakfı aracılığıyla toplanarak geri dönüşümü sağlanmaktadır.





Diğer taraftan, Türk Tuborg Bira ve Malt Sanayi A.Ş.'nin 2003 -2011 yılları arasında yürüttüğü enerji verimlilik çalışmalarında aşağıda özetlenmektedir.

Enerjinin ancak ölçülerek azaltılabileceği ve verimli kullanılabilceği göz önüne alınarak, 2003 yılında fabrika içersindeki tüm tüketici noktaların tüketimlerini ölçen sayaç sistemi kurulmuştur. Bu sayaçlar Danfoss firmasından alınan enerji izleme ve yönetimi yazılımı ile entegre edilmiştir. Tüm tüketimler bu programdan çıkan raporlarla haftalık ve/veya aylık bazda izlenmekte ve tüm fabrikaya duyurulmaktadır.

Yalın üretime geçiş ile beraber departmanların tüketim miktarları panolara asılarak çalışanlara duyurulmakta ve enerji verimliliği bilincinin artması sağlanmaktadır.

Bira üretiminde kaynatma esnasında bacadan atılan buharın enerjisi alınıp depolanarak bir sonraki proseste ön ısıtma olarak kullanılması sağlanmıştır. Bu sayede hektolitreye başına 2,2 kwh enerji tasarrufu yapılmaktadır.

Atık su arıtma tesisinde elde edilen Biogaz'ın kazanda yakılması ile proses ısıtması yapılmaktadır. Böylece, yıllık olarak 8000 MWh yeşil enerji elde edilmektedir.

Atık Su Arıtma Tesisinin proses değişikliği yapılarak, yıllık çamur miktarı 2500 tonlardan 1500 ton seviyelerine düşürülmüştür. Ayrıca yapılan bu proses değişikliği ile aerobik havuzlardaki blowerlar kapatılmış ve yıllık 1.000.000 kWh elektrik enerjisi tasarruf edilmiştir.

Küspe transferinde kullanılan yüksek basınçlı kompresörler yerine yüksek debili, düşük basınçlı ve düşük güçte blowerlar monte edilmiş ve % 30 'a varan oranda enerji tasarruf edilmiştir.

Basınçlı hava kompresör dairesi tamamen yeniden dizayn edilmiş, hat çap dizaynı yeniden düzenlenmiş, emiş havası filtrelenip soğutulmuş kompresörlere verilmiştir. Hatta yeni ve yüksek verimli kurutucularda monte edilmiştir. Böylece, basınçlı hava kaçakları en alt düzeye indirilmiş ve toplamda 10 % 'a yakın tasarruf sağlanmıştır.

Soğutma sistemlerinde evaporasyon ve kondenzasyon basınçlarını otomatik olarak izleyecek ve sistemi sürekli yüksek verimlilikte tutacak otomasyon sistemi kurulmuştur. Amonyaklı evaporatif kondenselerden hava süpürme sistemi kurularak verimlilikleri artırılmıştır. Ayrıca glikollü soğutma devrelerinde filtrasyon ve kimyasal şartlandırma yapılmıştır.

Fabrikada kullanılan tüm büyük elektrik motorları ve çalışma rejimleri incelenmiş ve gerekli olanlara frekans konvertörü takılarak enerji tasarrufu sağlanmıştır.

2005 yılında kurulan CO<sub>2</sub> geri dönüşüm tesisi ile beraber fabrikanın ihtiyacı olan tüm CO<sub>2</sub> kendi imkanları ile üretilmektedir. Stok kapasitesinin de artırılması ile fermantasyon sırasında atmosfere atılan CO<sub>2</sub> miktarı sıfırlanmıştır.

2011 yılında devreye alınan Bira Geri Kazanım Tesisi ile beraber arıtmaya gidecek atık biranın sisteme geri kazanılması sağlanmıştır. Aynı zamanda kurulan maya kurutma tesisi sayesinde de arıtmaya gidecek mayanın kurutularak ekonomiye kazandırılması sağlanmış ve aynı zamanda atık kaynağında değerlendirilmiştir.

Diğer taraftan, Türk Tuborg Bira ve Malt Sanayi A.Ş. Atık Yönetimi ile ilgili olarak;



\*Miktarına bakılmaksızın bütün tehlikeli ve tehlikesiz atıklar çeşitlerine göre sınıflandırılarak, Bakanlıktan onay almış bertaraf tesislerine gönderildiği,

\*Türk Tuborg'un piyasaya sürdüğü tüm ambalajların kurucu üyesi olduğu ÇEVKO Vakfı aracılığı ile toplatılarak geri kazanımların sağlandığı,

\*ÇEVKO kanalıyla sosyal sorumluluk projeleri kapsamında vatandaşların ambalaj atıkları konusunda bilinçlendirilmesinin amaçlandığı belirtilebilir.

## 11. GENEL DEĞERLENDİRME

### 11.1 Türkiye Bira Sektörünün Ülke Ekonomisine Katkılarına İlişkin Önemli Sonuçlar;

Türkiye bira pazarına iki büyük şirket hakimdir. Anadolu Efes Biracılık ve Malt Sanayi A.Ş. ( Efes ) ve Türk Tuborg Bira ve Malt Sanayi A.Ş. ( Tuborg ), Ayrıca Türkiye bira pazarında faaliyet gösteren küçük ölçekli beş özel sektör kuruluşu daha bulunmaktadır.

2010 yılında Türkiye'deki toplam bira üretimi 2009 yılına göre % 0,6 artarak 10.278.536 hektolitreye ulaşmıştır.

Türkiye'de üretilen biranın her yıl yaklaşık % 10'u ihraç edilmektedir. Almanya, Lübnan, Irak ve Azerbaycan başlıca ihracat pazarlarıdır. 2010 yılında 51,6 milyon Euro tutarında, 1.077.333 hl ( 2009 yılı hacminin %9 üzerinde ) bira ihraç edilmiştir.

Türkiye'de bira ithalatı önemli boyutlarda değildir. 2010 yılında 1 milyon Euro tutarında, 13.800 hl bira ithal edilmiştir.

2010 yılında bira iç tüketim hacmi 9.215.003 milyon hl olarak gerçekleşmiştir. ( 2009 yılındaki tüketimin 20.100 hl altında). Türkiye'de kişi başına bira tüketiminin düşük bir seviyede olduğudüşünölmektedir. 2010'da AB-27 ülkelerindeki ortalama kişi başı tüketim 75,3 litre/kişi iken, bu miktar Türkiye'de 12,4 litre/kişi olarak gerçekleşmiştir.

2010 yılında bira üretim ve satışlarının toplam istihdama etkisi 53.570 iş olduğu tahmin edilmektedir. Bu rakam, bira fabrikalarındaki ve dolaylı olarak tedarik, perakende ve turizm/ eğlence sektörlerinde birayla bağlantılı işlerdeki istihdamı kapsamaktadır.2010 yılında istihdam edilen kişi sayısı, 2009'dakine göre 2.100 azalmıştır.

Tahminlere göre, 2009 – 2010 döneminde bira üretim ve satışı ile sağlanan toplam katma değer yaklaşık 763 milyon Euro 'dan 818 milyon Euro 'ya yükselmiştir. (% 7 artış)

Toplam devlet (kamu ) gelirleri de aynı dönemde 1,3 milyar Euro'dan 1,6 milyar Euro'ya yükselmiştir. Kamu gelirleri, kurumlar vergisi, ücret gelirleri üzerinden alınan gelir vergisi, KDV ve ÖTV hasılatı ile sosyal güvenlik katkı paylarını içermektedir.

Türkiye'de 1.000 hl'lik bira üretiminden devletin elde ettiği gelir, GSYH tutarı Türkiye'ninki ile kıyaslanabilir olan AB ülkelerindeki devlet gelirlerinden çok daha yüksektir. Mutlak rakamlarla, Türkiye'deki kamu geliri, alkollü içkilerin en yüksek oranda vergilendirildiği AB ülkelerinden İrlanda, Finlandiya ve İsveç'teki ile neredeyse aynı seviyededir.



Bira üzerinden alınan ÖTV, 2003 yılından itibaren sekiz kez arttırılmıştır. Türkiye’de biradaki ÖTV oranı AB ülkelerindeki ortalama orandan kayda değer düzeyde yüksek olup, AB ülkeleri arasında özel tüketim vergisinin en yüksek olduğu Finlandiya ‘daki orana neredeyse eşittir.

Türkiye’de her şişe biranın perakende satış fiyatının 70 senti, umuma açık yerlerdeki bira satış fiyatının ise 78 senti KDV ve ÖTV olarak devlete gitmektedir. AB üyeleriyle kıyaslandığında, bu rakamlar yüksek kalmaktadır.

Bira sektörünün Türkiye ekonomisine katkılarını etkileyebilecek güncel veya ileriye dönük olası gelişmeler;

- \*Tarımsal girdi fiyatlarının yükselmesi,
- \*Biralık arpa tedarikinde zorluklar,
- \*Bira üzerinden alınan verginin daha çok arttırılması,
- \*Bira reklam ve satışlarında yeni yasal kısıtlamalar,
- \* Tütün yasağı,
- \*Diğer alkollü içki sektörlerindeki kayıt dışılık,
- \*Yasa dışı şarap üretimi ve satışı,

#### • Ekonomik Gelişmeler

- Türkiye, dünya ekonomisindeki yavaşlamadan diğer AB ülkeleri kadar ciddi boyutlarda etkilenmemiştir.2009 yılında reel GSYH % 4,7 oranında küçülmüş ancak 2010 ‘da ekonomi hızla toparlanmış ve bu kez reel GSYH ‘deki artış oranı % 8,9 olarak gerçekleşmiştir.
- 2009 ve 2010 yıllarında Avrupa’da bira üretiminde kullanılan tarımsal girdi fiyatları artmıştır. Örneğin, hasadın kötü gitmesi nedeniyle şerbetçiotu üretiminde düşüş yaşanmış ve arz talebin gerisinde kalmıştır.
- Bilindiği üzere, Türkiye arpa üreticisi ülke olmakla birlikte, bira üretiminde kullanılacak yüksek kaliteli arpa ithali gerekmektedir.
- Kayıtdışı şarap üretiminin ve pazarlanmasının engellenmesi için yasal önlemlerin alınmış olmasına rağmen, sorun hala varlığını sürdürmektedir. Halen, yıllık üretimin% 20’sinin kayıtdışı olduğu tahmin edilmektedir.

#### • Yasal Gelişmeler

- Daha önce de belirttiğimiz gibi, son 8 yılda 8 kez arttırılan ÖTV özellikle bira sektörü bakımından satış fiyatlarının öngörülenden çok yükselmesine neden olmuştur. Son yapılan ÖTV artışıyla, Türkiye Avrupa kıtasında biranın en yüksek oranda vergilendirildiği ülkelerden biri haline gelmiştir.
- Kayıtdışı satışların önlenmesi amacıyla Türkiye Tütün ve Alkol Piyasası Düzenleme Kurumu bir izleme sistemi kurmuş ve toptancılar ile üreticiler için elektronik ortam üzerinden satış belgeli perakende satış noktalarının listesini yayınlamıştır. Ayrıca, tüm alkollü içkilerde bandrol ve barkod denetimi arttırılmıştır. Satış belgesiz perakende bira satışı yasalara aykırıdır.



- Bu arada, satış belgesi edinme şartları sıkılaştırılmıştır ve satılan içkinin içerdiği alkol oranına bakılmaksızın aynı yasal koşullar geçerli bulunmaktadır. 2008-2010 döneminde satış belgesi bedelleri de % 10 arttırılmıştır. Büyük kent merkezlerinde toptan satış belgesi bedeli halen 1.630 TL'dir. ( Yaklaşık 818 Euro )
- Turizm Bakanlığı'nın sınıflandırdığı bir kategori ( 18 yaş üzeri seyirciler için filmler) dışında Türkiye'de sinema filmleri gösterisi vasıtasıyla alkollü içki reklamı yasaktır. Ayrıca, reklamlarda alkollü içkinin, diğer gıda maddelerinin tüketiminin vazgeçilmez bir tamamlayıcısı olduğunu ima eden içerikler de kullanılamaz. Öte yandan, hatırlanacağı üzere, alkollü içki satışını ve tüketimini özendiren reklamların televizyon, kablolu yayın ve radyo kanallarında yayınlanması uzun zamandır kesinlikle yasaktır. Yazılı basın veya diğer kaynaklarda, ilan panolarında ve açık hava etkinliklerinde alkollü içki reklamlarının yer alması çok sıkı kurallara bağlıdır.
- Temmuz 2009 'da kapalı mekânlardaki lokantalar ile kahvehane, kafeterya, birahane gibi işletmelerde tütün ve tütün ürünlerinin tüketilmesi yasaklanmıştır. Bu yasağın alkollü içkiler ve bira sektörüne etkileri zaman içinde anlaşılacaktır. Örneğin, bazı Avrupa ülkelerinde müşteri sayısının azalması nedeniyle kamuya açık yerlerdeki cirolar düşmüş, bazılarında ise yükselmiştir.
- 2009 ve 2010 yıllarında reklamlara yeni kısıtlamalar getirilmiş, örneğin gazete ve dergilerde çocuklara ve gençlere yönelik hazırlanan sayfa ve eklerde alkollü içki reklamlarının yer alamayacağı hükmü getirilmiştir.
- Çok güncel bir gelişme, 7 Ocak 2011 tarihinde TAPDK'nın " Alkollü İçkilerin Satışına ve Sunumuna İlişkin Usul ve Esasların "açıkladığı bir Yönetmelik yayınlamasıdır. Bu Yönetmelik ile;
  - \*Öğrenci yurtlarında, spor kulüplerinde, her türlü eğitim ve öğretim kurumlarında, kahvehane, kırathane, pastane, bezik ve briç salonlarında her türlü alkollü içki satışı yasaktır.
  - \*Perakende satış noktalarında alkollü içkiler, sadece bu ürünlerin satışına tahsis edilmiş alanda bulunan satış ünitelerinde sergilenilecek ve alkollü içki reklamı da sadece bu alanda yapılabilecektir. Bu nedenle, özellikle küçük bakkal dükkanlarının ve büfelerin alkollü içki satışında promosyon ve reklamında sorunla karşılaşacakları düşünülmektedir. Buna karşın, süpermarketlerde ise alkollü içki satışı için özel bir alanın tahsis edilmesi daha kolaydır.
  - \*Alkollü içki reklamlarında, alkollü içki tüketimini " Sevgililer Günü" veya " Yılbaşı Gecesi " gibi özel günlerin bir parçası olarak gösteren bir içerik kullanılamaz.
  - \*Gazete ve dergilerin ilk ve son ve kapak sayfalarında alkollü içki reklamına yer verilemez.

**Not:** Bu Notun hazırlanmasında, 2011 yılında Ernst&Young Tax Advisors and Regioplan Policy Research (Amsterdam–Hollanda) Firmasına hazırlatılan ve Türk Bira Sanayi'nin Ekonomiye Katkıları'na ilişkin bulunan Rapor, TAPDK, Gıda Tarım ve Hayvancılık Bakanlığı, Ekonomi Bakanlığı verilerinden yararlanılmıştır.



## AMBALAJLI İÇME SUYU SEKTÖRÜ

### GİRİŞ

#### 1. SEKTÖRÜN EKONOMİDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Su, insan yaşamında hayati bir önem taşımaktadır. Sadece yaşam için gerekli bir nesne değil aslında yaşamın kendisidir su. Yeryüzünde ilk yaşamın başladığı yerdir ve bizi çevreleyen tabiat ana ve canlıların yaşamı için ikamesi olmayan çok değerli bir elementtir. Suyun bolluğu halinde değeri tam anlaşılabilir iken yokluğu halinde ölümle eş anlamlıdır.

Gerçekten de, insan vücudu büyük oranda sudan oluşmaktadır. Vücudumuzdaki su oranı yaşam sürecimiz boyunca değişim göstermektedir. Yeni doğan bir bebekte vücut ağırlığının % 75'i sudan oluşmakta iken bu oran çocuklarda % 70, yetişkinlerde % 60 ve yaşlılarda % 50 şeklindedir. Yetişkin bir insan bir kısmı gıdalardan karşılanmak üzere günde 2-3 litre suya ihtiyaç duymaktadır.

2011 yılı Sağlık Bakanlığının verilerine göre Türkiye'de 288 adet ruhsatlı Ambalajlı su tesisi bulunmakta olup bunun 224 adedi kaynak suyu, 50 adedi doğal mineralli su, ve 14'ü içme suyu ruhsatına sahiptir. Tesisler daha çok İstanbul, İzmir, Adapazarı ve Bursa illerinde yoğunlaşmaktadır.

Su sektörünün son 5 yıllık rakamlarına baktığımızda, 2007 yılında damacana pazarında yıllık %5, PET su perakende pazarında %34, PET su ev dışı tüketim kanalında ise %20 büyümüştür. 2007 yılında pazarda 8,11 milyar litre şişelenmiş su satılmıştır. Tonaj olarak damacana toplamının % 74' ünü, diğer ambalajlı sular ise % 26' sını oluşturmuştur. Sektördeki toplam ciro ise yaklaşık 2,5 milyar TL'ye ulaşmıştır.

2008 yılında Türkiye'de su pazarı hacmi 8,7 milyar litreye ulaşmış ve bu hacmin 6,3 milyar litresinin % 4'lük büyüme ile damacana satış kanalından, 2,4 milyar litresinin de %15'lik büyüme ile PET satış kanalından gelmiştir. Sektördeki toplam ciro ise yaklaşık 3 milyar TL'ye ulaşmıştır (Çizelge 1).

**Çizelge 1: Ambalajlı su sektörünün verileri:**

	2007	2008	2009	2010	2011 (Beklenti)
MİLYAR LİTRE	8,1	8,7	9,0	9,3	9,8
Milyon TL	2,5	3,0	3,1	3,3	3,45
Yıllık kişi başına tüketim lt	96	122	126	128	135
Damacana tüketimi Mil. lt	6,0	6,2	6,3	6,25 (%67)	
Pet şişe tüketimi Mil. lt				3,05 (%33)	
Büyüme %				%3	%5



**Kaynak:** SUDER verileri

2008 yılında TÜİK verilerine göre toplam ihraç edilen ambalajlı su 103.918 ton vetoplam ciro ise 19.000.000 US Dolardır.

2009 yılında Türkiye'de su pazarı hacmi 9 milyar litreye ulaşmış ve bu hacmin 6,25 milyar litresinin damacana satış kanalından, 2,75 milyar litresinin de %13'lük büyüme ile PET satış kanalından gelmektedir. Tonaj olarak damacana toplamının % 69' unu, diğer ambalajlı sular ise % 31' ini oluşturmuştur. 2009 yılında Sektördeki toplam ciro ise yaklaşık 3,1 milyar TL'ye ulaşmıştır.

2009 yılında TÜİK verilerine göre toplam ihraç edilen ambalajlı su 123.364 ton vetoplam ciro ise 19.663.246 Dolardır.

2010 yılında Türkiye'de ambalajlı su pazarı hacmi 9.300 milyon litreye ulaşmış ve bu hacmin 6.250 milyon litresinin %67'lik kısmı damacana satış kanalından, 3.050 milyon litresinin de %33'lük kısmı PET satış kanalından gelmiştir. 2010 yılında Pazar %3 büyüyerek 9.300 milyon litre olmuştur. 2010 yılında Sektördeki toplam ciro yaklaşık 3,3 milyar TL'ye ulaşmıştır. 2011 yılında sektörün %5 büyüyerek 9.800 milyon litre olması beklenmektedir. 2010 yılında Sektördeki toplam ciro yaklaşık 3,3 milyar TL'ye ulaşmıştır.

2010 yılında TÜİK verilerine göre toplam ihraç edilen ambalajlı su 128.451 ton vetoplam ciro ise 20.092.162 Dolardır. Başta Almanya olmak üzere Irak, İngiltere, Hollanda, Danimarka, İsviçre, KKTC, Malta, Azerbaycan, Fransa, Avusturya, ABD, Japonya, İsrail su ihraç edilen başlıca ülkelerdir.

2011 yılında Türkiye'de su pazarı hacminin yaklaşık 9,8 milyar litreye ulaşması ve sektördeki toplam cironun yaklaşık 3,45 milyar TL'ye ulaşması beklenmektedir. Ambalajlı su sektöründe mevcut endüstriyel kapasite kullanım oranının %40 seviyelerinde olduğu göz önüne alındığında, Türkiye'de ambalajlı su tüketiminin artması durumunda sektör mevcut kurulu kapasite ile bu ihtiyacı rahatlıkla karşılayabilecek durumdadır (Çizelge 1).

İtalya'dayılık kişi başı tüketimin, 189 litre, Almanya'da 165, İspanya'da 123 litre olduğunu göz önüne aldığımızda, Kişi başı tüketim oranı 189 litre olan İtalya, 165 litre olan Almanya, 123 litre olan İspanya ve 120 litre olan Belçika gibi AB ülkeleri ile karşılaştırıldığında, Türkiye'de ambalajlı su tüketiminin AB'deki tüketim seviyelerine yaklaşmaktadır. 2010 yılında yıllık kişi başına ortalama tüketimi 42 lt PET, 86 lt damacana olmak üzere toplam 128 litre olarak gerçekleşmiştir. 2011 yılında yıllık kişi başına ortalama tüketim 46 lt PET, 89 lt damacana olmak üzere toplam 135 litre olarak gerçekleşmesi beklenmektedir.

Türkiye Ambalajlı su pazarı, rakamlardan da görüleceği üzere devamlı artma eğilimi içindedir. Çünkü Türkiye'nin kişi başına su tüketimi gelişmiş ülkelere göre düşük olup gelir seviyesi arttıkça ve bilinçli tüketim arttıkça ambalajlı su tüketimi artmaktadır.



## 2. SU SEKTÖRÜNÜN ANA SORUNLARI

Su sektörü maalesef gerek toplum ve gerekse kamu otoritesi tarafından çok kolay yoldan ve büyük paraların kazanıldığı bir sektörmüş gibi algılanmaktadır. Bu algılamanın nedenlerini araştırdığınızda su hususlar öne çıkmaktadır:

- Sağlıklı ve ambalajlanmış suyun çeşmelerden akan sudan farklılığının bazı kesimlerce tam bilinmemesi veya yaratılan katma değer ve yatırımların boyutunun hesaba katılmaması.
- Eskiden Sokak çeşmelerinden bedava temin edilen ve sonuçta toplum bilinçaltına "Allah'ın suyu" olarak yerleşen "suyun ticari olarak satılıyor olmasının yarattığı psiko-sosyal kızgınlık.
- Pet suların yaygınlaşması ile tüketicinin paketlenmiş su ile hemen her noktada karşılaşması ve bu sektörü gözünde olduğundan çok daha büyük ve karlı görmesi.
- Bazı gayri-ciddi firmaların sektör hakkında toplumda ve medyada yarattığı kötü imaj.

Gerçek durum ise bu algılamanın çok uzağındadır. Ticari kazanç olarak baktığımızda örneğin Türkiye'de su işinden çok zengin olmuş ne bir şahıs vardır ne de şirket. Sektörde bulunan 200 civarında firma arasında ticari anlamda tatmin olan firmaların sayısı 20 adedi kesinlikle geçmez, yani bu sektörden makul ölçüde para kazanmayı başarabilen firmaların toplamdaki oranı en fazla % 10'dur. Hâlihazırda çok sayıda satılık ya da devretmeye hazır firmanın varlığı bu "kolay iş" algılmasının tuzağına çok sayıda yatırımcının da düştüğünü bize göstermektedir.

Diğer taraftan, bazı kamu yöneticileri ambalajlı suyu adeta bir rakip gibi algılamaktadır. Medya vasıtasıyla kamuoyuna verdikleri mesajlarda bazen "ambalajlı suya boşuna para ödemeyin, çeşme suyu en sağlıklı" tarzındaki yaklaşımlarından meseleyi adeta mesleki bir gurur meselesi haline getirdikleri anlaşılmaktadır. Gerçekler ise bu söylemden uzaktadır.

Türkiye'de artık ambalajlı su tüketimi çok uzun zamandan beri bir lüks olmaktan çıkmıştır. Şebeke sularına olan güvensizlikten dolayı, vatandaşlarımız, gelir durumu ne olursa olsun, ister lüks villada ister gecekonduya yaşıyor olsunlar, Sağlıklı ve Temiz İçme Suyu İhtiyacı'nı karşılayabilmek için ambalajlı suları yoğun biçimde tüketmektedir. Ancak, kamuda maalesef bu sektörün gerçekte bir vatandaşımızın vücudunun üçte ikisinden sorumlu olduğu gerçeğini (çünkü insan vücudunun 2/3'ü sudan oluşmaktadır) düşünen çok azdır. Kamu otoritesi tarafından su sektörünün genel toplum sağlığı üzerinde belki de ilaç sektöründen bile daha etkili ve önemli olduğunun artık anlaşılması gerekmektedir.

Su sektörü, özellikle şebeke su altyapısının genelde sağlıksız olduğu ve deprem, sel gibi doğal afetlerin sık sık yaşandığı ülkemizde büyük salgın hastalıkların ortaya çıkmamasında temel bir rol oynamaktadır. Ancak, yine de ambalajlı su tüketim alışkanlığı nispeten zayıf olan bölgelerde son zamanlarda sık sık ishal salgınları yaşanmaktadır. Özellikle en son Malatya'da yaşanan ve 10.000'i aşkın vatandaşımızın etkilendiği ishal salgınının sorumlusu olarak sağlıksız şebeke suyu ve altyapısı karşımıza çıkmıştır.

Su kiraya verme yetkisinin, Milli Emlak'tan İl Özel İdareleri'ne geçmesi pratikte eskiden beri süregelen sorunların çözümüne önemli bir katkı yapmamıştır.



Ambalajlı Su Sanayicileri'nin Özel İdare'ye ödedikleri litre/saniye bazındaki yıllık kiralarda doğru, mantıklı ve adaletli bir düzenleme getirilememiştir. Firmalar arasında litre/saniye bazındaki yıllık su kira bedellerinde aşırı farklılıklar oluşmuştur. Ortaya çıkan tablo; güvensiz bir yatırım ortamı nedeniyle yapılamayan yatırımlar, yıllarca süren idari davalar, icra takiplerine maruz kalan işletmeler, firmalar arasında büyük adaletsizlikler, haksiz rekabet ortamı, kirası ödenemediği için boşa akan su kaynaklarıdır.

Kamu idaresi, Ambalajlı Su Sektörü'nün toplum sağlığına olan büyük katkısını göz ardı etmekte ve sadece parasal kaynak yönüyle ilgilenmektedir.

Yer altı suları ile ilgili kanunlarımız sosyo-ekonomik faydalar gözetilerek kamu ve toplum yararına yeniden düzenlenmeli ve eski kanunlardaki kavram karmaşalarına son verilmelidir. Türkiye'de kullanılan yer altı suları, yukarıda da bahsi geçen, halen 45 sene öncesinde çıkartılan, 16.12.1960 tarihli ve 167 sayılı Yeraltı Suları Hakkında Kanun'un 4.maddesinin 3. fıkrasında yer alan, "Kuyu açan kimse, bulunan suyun ancak kendi faydalı ihtiyaçlarına yetecek miktarını kullanmaya yetkilidir" ibaresinde yer alan, "faydalı ihtiyaç" gibi muğlak bir kavramla yönetilmektedir.

Bu fıkraya yukarıda da bahsi geçen 03.07.2003 tarih, 4916 sayılı kanunun 22. maddesi ile ilave edilen "Bu miktarı aşan sular ile sulama, kullanma ve islenerek veya doğal haliyle içme suyu olarak satılmak üzere çıkarılan yeraltı suları, Hazinesinin özel mülkiyetinde veya Devletin hüküm ve tasarrufu altında bulunan yerlerdeki kaynak suları, 2886 sayılı Kanun hükümlerine uyularak il özel idarelerince kiraya verilir" ibaresiyle yeni bir düzenleme getirilmeye çalışılmış, ancak kavram karmaşası daha da büyümüştür. Çünkü neyin "faydalı ihtiyaç" neyin "faydalı ihtiyaç miktarını aştığı" konusu çok tartışmalı bir konu haline gelmiştir.

Örneğin, bugünkü uygulamada bir meşrubat firmasının sondajla çıkardığı su eğer meşrubat üretiminde dolduruluyorsa "faydalı ihtiyaç" kabul edilmekte; eğer ilgili su, su üretiminde dolduruluyorsa "faydalı ihtiyacı aşan" kabul edildiği için Özel İdare tarafından kira tahakkuku yapılmaktadır. İster meşrubat olsun (%99'u zaten sudur) ister ambalajlanmış su olsun bu farklı uygulamaların hiçbir mantığı yoktur. Veya her ikisi de yer altı suyu kullanan bir tekstil boyahane firmasının bir yer altı suyu dolum firmasından tamamen çok farklı uygulamalara tabi tutulmasının dahi bir mantığı yoktur. Sonuçta, her iki işletme de kar amacı güden ve su kullanmak zorunda olan işletmelerdir. Üstelik bu ikisinden yer altı suyu dolum işletmesi toplum sağlığı açısından katkı sağladığı halde sırtına büyük yükler konmakta iken, diğer tekstil boyahane işletmesi DSI'den aldıkları kuyu izinleriyle (veya kaçak olarak) özgürce, istediği miktarda suyu (kullanım miktarları ile ilgili denetimler uygulamada hemen hiç yoktur) bedava kullanmakta ve en kötüsü bu firmaların bir kısmı, kullandığı suyu kimyasal atıklarıyla birlikte doğaya bırakmaktadır.

Diğer taraftan 22.11.2001 tarih ve 4721 sayılı Türk Medeni Kanunu'nun aşağıda yer alan 756.maddesi "Kaynak ve Yeraltı Sularının Mülkiyet ve İrtifak Hakkı" hususuna açıklık getirmektedir. Özellikle ilgili maddenin 3'üncü fıkrasına göre "Yeraltı suları, kamu yararına ait sularındandır. Arza malik olmak, onun altındaki yeraltı sularına da malik olmak sonucunu doğurmaz." denilmektedir. Ancak, pratikte yer altı sularının kamu yararına ait olduğu hususu Ambalajlı Su Sanayicileri'nin ilgili yer altı suyunu ambalajlayıp satması söz konusu olduğu zaman Özel İdare tarafından işletilmektedir. Yer altısularını, ortalama bir su dolum işletmesiyle





kıyaslandığında 3 - 5 kati daha fazla kullanan ve hatta kullandıkları suyu kirletip doğaya bırakan pek çok sanayi işletmesinin (tekstil, gıda vb.) özgürce ve bedava kullandığı suların "faydalı ihtiyaç" kapsamında değerlendirilmesi sosyal ve ekonomik eşitlik kavramına ve kamu yararına tamamen aykırı bir durumdur. Özetle, her işletme kullandığı yer altı suyun bedelini kullandığı miktar kadar devletimize mutlaka ödemelidir.

Diğer taraftan, tarımsal nüfusun özellikle tarla sulama pratiklerinde çok değerli temiz su kaynaklarının değerlendirilmesi anlamında büyük israflar söz konusudur. Çoğu kez karşılaşılan yöntem, bir boru dahi kullanılmadan toprak kazılarak kanal oluşturulması ve bu kanaldan tarlalara su salınması yöntemidir. Bu yöntemde suyun çoğu toprakta kaybolduğu için tarlaya ulaşan su miktarı çok azalmaktadır. Diğer taraftan, tarlalarda su tüketimlerinde yaklaşık 7 kati tasarruf sağlayan ve ürün verimli liginde de büyük artış sağlayan damlatma sistemi genelde hiç kullanılmamaktadır. Ayrıca, bu değerli sular bir depo veya gölette stoklanmadığı için sulamanın yapılmadığı zamanlarda sürekli boşa yani derelere akmaktadır.

Köylerdeki evsel kullanımlarda da büyük israflar söz konusudur. Çoğu kez köyün içme suyu deposuna gelen kaynak suyu bedava olduğu için köylü vatandaşımız suyunu sürekli açık bırakmaktadır.

Suyun çok bol olduğu, ihtiyacın ise az olduğu bazı bakir bölgelerimizde bu israfın hiçbir önemi olmayabilir, ancak temiz su kaynaklarının en iyi şekilde değerlendirilmesi gereken büyük şehirlerimizde ihtiyaçların da arttığı düşünülerek bu israfların asgariye indirilmesi gerekir.

### 3. AB DİREKTİFLERİNE UYGUN YENİ YÖNETMELİKLERİN YARATACAĞI ETKİLER

Sağlık Bakanlığı'nın AB direktiflerine uyum çerçevesinde 1.12.2004 tarihinde Resmi Gazete'de yayınlanan "Doğal Mineralli Sular Hakkında Yönetmelik" ve yine resmi gazetede 17.02.2005 tarihinde yayınlanan "İnsani Tüketim Amaçlı Sular Hakkında Yönetmelik", geçiş süreleri tamamlandığında ve tam olarak uygulamaya geçildiğinde, su sektöründe önemli bir değişim yaşanacaktır.

Bu yönetmelikleri, AB'nin mevcut direktifleri ile karşılaştırarak bir değerlendirme yapmamız durumunda bakanlığın bu yönetmeliklerin hazırlanmasında tamamen AB direktiflerini temel baz olarak aldığını söyleyebiliriz.

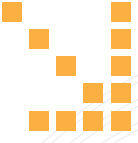
"Doğal Mineralli Sular" yönetmeliğimiz AB'nin 15.07.1980 tarihli, 80/777 nolu ve "Doğal Mineralli Suların tüketimi ve pazarlanması ile ilgili olarak üye ülkelerin yasalarını yakınlaştırmaya dair konsey direktifi" şeklinde tercüme edebileceğimiz direktifini esas almaktadır.

Diğer taraftan 'İnsani Tüketim Amaçlı Sular' yönetmeliğimiz ise AB'nin 3.11.1998 tarihli, 98/83 nolu ve "İnsan tüketimi için düşünülen suların kalitesi üzerine konsey direktifi" şeklinde tercüme edebileceğimiz direktifini esas almaktadır.



Yeni çıkan söz konusu yönetmelikler gerek su sektörü ve gerekse biz su üreticileri için büyük çaplı bir dönüşüm anlamını taşımaktadır. Bazı firmalar için bu dönüşüm bir tehdit olarak algılanabilecekken bazı firmalar için ise yeni fırsatlar ortaya çıkacaktır. İlgili yönetmelikler hayata geçtiğinde sektörde su değişikliklerinin olması beklenebilir:

- Öncelikle, "Doğal Mineralli Sular" adıyla kendi başına bir yönetmelik ve tanım getirilmektedir. Doğal mineralli suların belirli parametre zorunluklarının yanında, evsafının değişmemesi ve değiştirilmemesi (bazı istisnalar dışında) temel özellik olarak kabul edilmektedir. Bu gelişmenin sektörümüze olası etkisini değerlendirdiğimizde, bu kategoride yer alarak kendini farklılaştırabilen firmalar için bir fırsatın varlığından söz edebiliriz. Diğer taraftan, suları bu kategoride yer alabilen ve bu kategoride yer almak isteyen firmalar; ozon, membran filtre dahil her nevi dezenfeksiyon amaçlı yöntemleri kullanamayacak ve suyu ilk çıktığı tamamen doğal haliyle dolum yapmak zorunda kalacaklardır. Bu da sonuçta, bu firmalar için çok üst seviyede bir hijyen standardı ve yüksek maliyet anlamını taşıyacaktır.
- Doğal mineralli sular haricindeki diğer sular "İnsani Tüketim Amaçlı Sular" yönetmeliğinde tanımlanmaktadır. "Kaynak Suyu" ve "İçme Suyu" ilgili bu 2.yönetmelikte tanımlanmıştır. Bazı firmalar sularının özelliği itibariyle "Kaynak Suyu" kategorisinde yer alabilecektir; bazı firmalar ise sularını ozonlama, ters osmoz vb. işlemlerden geçirmek istiyorlarsa "İçme Suyu" kategorisinde yer alabileceklerdir.
- Artık yeni yönetmeliklerle, suların kendiliğinden yeryüzüne çıkması ya da sondaj yöntemi ile çıkartılması suları ayırıştırın ve sonuçta farklı tanımlara yerleştiren bir özellik olmayacaktır. Suları farklılaştıran temel özellikler, suyun bakteriyolojik, kimyasal vb. parametrik özellikleri, evsafının değişip değişmediği ya da değiştirilip değiştirilmediği hususlarına odaklanmıştır. Bu durumda, örneğin sondaj yöntemi ile su çıkaran firmalar eğer diğer kriterleri de sağlarsa "Doğal Mineralli Sular" kategorisinde dahi yer alabilecektir.
- Diğer taraftan, eski yönetmeliğe göre bir suyun "Doğal Maden Suyu" tanımında yer alabilmesi için bir miktar da olsa doğal olarak karbondioksit gazı ihtiva ediyor olması gerekmektedir. Çoğu kez, bu kategoride yer alan firmalar yönetmelik de izin verdiğinden dışarıdan satın aldıkları karbondioksit gazını da ilave ederek bu kategori içinde üretim yapmaktadırlar. Artık yeni yönetmeliklerde "Doğal Maden Suyu" diye bir tanım yoktur. Suların doğal gazlı olup olmaması "Doğal Mineralli Sular" yönetmeliği içinde tali bir özellik olarak yer almaktadır. Eğer, doğal mineralli bir su doğal olarak karbondioksit gazlı ise ve bu suya sonradan gaz ilave edilmemiş ise "doğal karbondioksitli doğal mineralli su" denilecektir. Eğer doğal mineralli bir su, doğal olarak gazlı değil veya doğal gaz miktarı yetersiz olduğundan dışarıdan satın alınarak karbondioksit gazı ilave edilirse "karbondioksit ile zenginleştirilmiş doğal mineralli su" denilecektir. İlgili yönetmelikler hayata geçtiğinde, doğal mineralli su kategorisinde yer alabilen mevcut maden suyu firmaları eğer sularına dışarıdan satın aldıkları karbondioksit gazı ilave ederlerse yine doğal mineralli su kategorisinde yer alan ve çıkardığı su doğal karbondioksit gazı içermediği için içine karbondioksit gazı ilavesi yapan başka bir firmayla tamamen aynı ana kategoride (doğal mineralli su) ve alt



kategoride (karbondioksit ile zenginleştirilmiş doğal mineralli su) buluşmuş olacaklardır.

- Mevcut "İşlenmiş İçme Suları" suyun evsafı değiştirildiği için sadece "İçme Suyu" tanımı içinde yer bulacaktır.
- Mevcut "Doğal Kaynak Suyu" veya "İçme Suyu" üreticisi firmalar da gerekli kriterlere uygunluk durumlarına göre "Doğal Mineralli Sular" içinde yer alabileceği gibi "Kaynak Suyu" veya "İçme Suyu" kategorisinde de yer alabilecektir.



## MADENSUYU SEKTÖRÜ

### GİRİŞ

#### 1. SEKTÖRÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

##### 1.1. Endüstri Yapısı ve Üretim

Alkolsüz içecek olarak tanımlanan kategori içerisinde birçok ürün olmasına karşın bu raporda değerlendirmeye alınacak olan ürün sade ve aromalı olmak üzere madensuyudur. Madensuyunu değerlendirirken de gazlı içecek olarak tanımlayabileceğimiz meşrubat ve ayrıca meyve sularından da kıyaslama yapabilmek için bahsedilecektir.

Ülkemizde alkolsüz içecek sektörünün büyüklüğü 35 milyar dolar mertebesindedir. Bu toplam rakam içerisinde sular %31'ini oluşturur, ancak değer olarak %5'ine karşılık gelir yine bu toplam rakam içerisinde gazlı içeceklerin payı litre olarak % 6.4, değer olarak ise %9.6'dır.

Türkiye'de 2010 yılında kişi başına madensuyu tüketimi 7 litre, meyve suyu tüketimi 12 litre ve su tüketimi ise 23 litreye ulaşmıştır.

Yukarıda bahsedilen rakamlar her geçen yıl alkolsüz içecek kategorisinin büyüyen bir pazar olduğunu ifade etmektedir. Sektörde markaların pazara sürdükleri yeni ürünler pazarın büyümesinde önemli rol oynuyor. Rekabetin yoğun olduğu sektör gelişim gücünü ve dinamizmini rekabetten alıyor.

Sektör kendi adına ekonomide canlılık sağlamanın yanında diğer önemli bir özelliği de ilişkili olduğu diğer sektörlerle de lokomotif görevi yaparak dolaylı yoldan istihdama da önemli katkı sağlıyor.

##### 1.2. Tüketim

##### 1.2.1. Ürün Bazında Tüketim

Çizelge 1'de Alkolsüz içecek pazarı ve bu pazarda aromalı ve sade maden suyunun litre olarak satış rakamları verilmektedir. Çizelge 2'de de bir önceki yıla göre satış miktarları verilmektedir.

ÇİZELGE 1. ALKOLSÜZ İÇECEK PAZARI			
SATIŞ HACMİ (1000 Litre)			
	2008	2009	2010
Alkolsüz içecekler	11.915.946	12.158.735	12.950.333
Madensuyu	469.000	600.000	750.000
Aromalı madensuyu	117.000	150.000	187.000
Sade madensuyu	352.000	450.000	563.000
Paketli su	1.165.922	1.253.200	1.532.067
Enerji spor içecekleri	10.728	12.323	15.921
Gazlı içecek	1.871.855	1.780.805	1.941.909
Meyve suyu	417.066	436.344	488.660
Meyveli içecek	43.777	34.920	45.886



Limona	9.680	41.174	54.200
Limonasız meyveli içecek	43.777	34.920	45.886

Çizelge 2: Önceki Yıla Göre Hacim Artışı		
	2009	2010
Alkolsüz içecekler	2,0	6,5
Madensuyu	22	26
Paketli su	7,5	22,3
Enerji spor içecekleri	14,9	29,2
Gazlı içecek	-4,9	9,0
Meyve suyu	4,6	12,0
Meyveli içecek	-20,2	31,4
Limona	325,4	31,6

### 1.3. Türkiye Gıda ve İçecek Pazar Verileri

#### 1.3.1. Pazar Büyüklüğü

Çizelge 3’de Alkolsüz içecek pazarının büyüklüğü ve bu pazarda maden suyunun TL cinsinden satış rakamları verilmektedir.

ÇİZELGE 3: ALKOLSÜZ İÇECEK PAZARI			
SATIŞLAR (1000 TL)			
	2008	2009	2010
Alkolsüz içecekler	6.430.224	6.639.963	7.575.193
Madensuyu	422.100	540.000	675.000
Paketli su	495.037	533.902	664.319
Enerji spor içecekleri	100.323	116.983	155.656
Gazlı içecek	2.153.593	2.107.180	2.369.672
Meyve suyu	792.239	821.753	925.892
Meyveli içecek	59.615	48.576	69.776
Limona	17.799	69.060	87.809

#### 1.3.2. Büyüme Oranları

Çizelge 4’de de alkolsüz içecekler ve maden suyunun bir önceki yıla göre satış miktarlarındaki artış oranları verilmektedir.



**Çizelge 4: Önceki Yıla Göre Satış Artışı %**

	2009	2010
Alkolsüz içecekler	3,3	14,1
Madensuyu	22,4	25
Paketli su	7,9	24,4
Enerji spor içecekleri	16,6	33,1
Gazlı içecek	-2,2	12,5
Meyve suyu	3,7	12,7
Meyveli içecek	-18,5	43,6
Limonata	288,0	27,1

## 2. SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ

Türkiye, madensuyu sektörü için önemli bir pazardır. Ülkenin genç nüfusu madensuyu sektörünün gelişmesi için önemli fırsatlar sunmaktadır. Bunun yanında Türkiye'nin sergilediği ekonomik büyüme tüm dünyada gelir seviyesi ile paralellik gösteren madensuyu tüketiminin artması için oldukça uygun bir ortam oluşturmaktadır.

Türkiye'de kişi başı madensuyu tüketimi halen istenilen seviyeye ulaşmamıştır. Madensuyu tüketiminin Gelişmiş ülkelerle kıyaslanması durumunda çok gerilerde olduğumuz görülmektedir. Avrupa'da kişi başı yıllık tüketim 120 litre civarlarında olmasına karşın ülkemizdeki tüketim sadece 7 litredir.

### Güçlü Yönler:

- Madensuyu üretimi yapan firmaların belli başlıları, teknolojik gelişmeleri takip etme ve uygulamada gelişmiş ülke standardındadır.
- Üretim AB normlarında ve Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği ile Sağlık Bakanlığı tarafından yayınlanan Doğal Mineralli Sular Yönetmeliğine uygun yapılmaktadır.
- AR-GE çalışmalarına önem verilmektedir.

### Zayıf Yönler:

- Ambalaj maliyetlerinin yüksek olması ve bu maliyetin ürün fiyatlarına yansımaları sonucu satışların azalması ve pazarın gerilemesi.
- Mevsimsel olarak özellikle kış aylarında düşük kapasite kullanımı
- 5686 sayılı kanuna göre üreticilerden alınan idare payının mesnetsiz ve yüksek oluşu

### Sektörün önündeki fırsatlar:

-Kişi başı yıllık tüketim, gelişmiş ülkeler ve AB ortalamasının çok gerisindedir. Genç nüfusun çoğunlukta olduğu Türkiye'de ekonomik gelişme ve sektörün tanıtımı neticesinde pazarın büyümesi beklenmektedir.



-Turizm sektöründeki gelişmeler sektör için olumlu değerlendirilmektedir..

### **3. YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR**

Madensuyu kaynaklarına yönelik yapılan yatırımlarda iyileştirme ve teşvik önem arz etmektedir Zira bu kaynaklar genellikle meskün mahallere uzakta bulunmaktadır. Dolayısı ile ilk yatırım maliyetlerine alt yapı hizmetlerinin de ilave edilmesi ile yatırım maliyeti yükselmektedir.

Bakir bir alana yapılan yatırımın orada yarattığı istihdam ve ülkeye sağladığı katma değer düşünülerek yatırımcı teşvik ve yardımlardan yararlandırılmalıdır.

### **4. SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER**

Sektör, gelişmiş ülkelerdeki teknolojileri takip edip genellikle aynı yıl uygulayabilmektedir. Ayrıca tüketimin arttırılması yönü ile ürün çeşitliliği sağlanmaktadır.

### **5. SEKTÖRDE DIŞ PİYASALARDAKİ DURUM**

Madensuyu ihracatında şu an için önemsenmeyecek rakamlardayız ancak üreticilerin fabrikalarına yeni yatırım yapmaları ve mevzuatın AB'ye uyumlu hale getirilmesi sonucu ihracatta önemli artışlar olacağı tahmin edilmektedir. Gene de ihracatın artmasında ambalaj maliyetlerinin aşağı çekilmesi ve teşvik uygulaması önem arz etmektedir.

### **6. SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI**

Sektörün yaşadığı en önemli sorunlar yürürlükteki, kanun, tüzük, yönetmelik ve tebliğ gibi mevzuat konularında olmaktadır. Bu tür mevzuatların hazırlanış aşamasında sektör temsilcilerinin hazır bulunuşu gerçekleştirildiğinde sorunlar baştan büyük miktarda çözülmektedir. Şayet hazırlanış aşamasında sektörden temsilci yok ise mevzuattaki hükümlerle uygulama aşamasında önemli sorunlar doğmakta ve bunların düzeltilmesine kadar geçen süreçte de önemli ekonomik kayıplar yaşanmaktadır.

Bu noktada sektörün talebi; mevzuat hazırlık çalışmalarında sektörün sorunları ve uygulamadaki deneyimlerinin yansıtılacağı ortamın hazırlanmasıdır.

### **7. SEKTÖREL YAPILANMA**

Sektörel bazda sivil toplum kuruluşları olarak önemli sayılabilecek etkinlikler gözlenmektedir. Madensuyu sektörünün bir derneği mevcut olup, bu dernek aynı zamanda bir üst örgüt olan Gıda dernekleri federasyonuna üyedir. Madensuyu üreticileri derneği aynı konuda faaliyet gösteren Avrupa'daki EFBW'ya üyedir.



## 8. GENEL DEĞERLENDİRME

Madensuyu ülkemizin jeolojik yapısından kaynaklanan bir yer altı zenginliği olup, kaynaklar kalite ve potansiyel olarak dünya sıralamasında ilk 10'a girmektedir. Yapılan envanter çalışmaları sonucu ülkemizde günlük boşalımın 63 milyon litre olduğu madensuyu kaynaklarına sahibiz.

İnsan sağlığı açısından son derece yararlı olduğu bilimsel olarak kanıtlanmış olan madensularının ülkemizde yeterince tüketilmediği bir gerçektir. Ancak son yıllarda sektör olarak yapılan atılımlar sonucu tüketim artışının hızlı yükseldiği görülmektedir. 2002 yılında 2.2 litre olan yıllık kişi başı madensuyu tüketimi 2010 yılında yaklaşık 3.5 kat artarak 7 litre seviyesine çıkmıştır. Ancak gene de tüketim oranlarının Avrupa'ya göre çok geride olması üzerinde durulması gereken önemli bir konudur.

Madensuyu sektörü kar marjı çok düşük ve aynı zamanda ilk yatırım maliyetleri çok yüksek olan bir durum arz etmektedir. Bunların yanında bir de mevzuatlar neticesinde sektör üzerine idare payı ve diğer harçlar şeklinde mali külfet yüklenmesi sektörün önünü tıkamaktadır.

Sektörün gelişmesini temin için mevzuatlarda sektöre yüklenen vergilerin olabilecek seviyelere çekilmesi, dolayısı ile idare payı olarak belirlenen yıllık gayri safi hasılanın %1 rakamı ambalaj malzemelerinin maliyetin düşülmesinden sonra alınması şekli ile yeniden düzenlenmelidir.





## MEŞRUBAT SEKTÖRÜ

### GİRİŞ

#### 1. SEKTÖRÜN TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

##### 1.1. Endüstri Yapısı ve Üretim

Alkolsüz içime hazır içecek olarak tanımlayabileceğimiz meşrubatlar gazlı veya gazsız olabilir. Bunun dışında aromalı içecek (gazoz), meyveli içecek, kola, aromalı ve meyveli doğal mineralli içecek, buzlu çay, enerji içeceği ve sporcu içeceği gibi çok farklı ürün kategorileri mevcuttur.

Alkolsüz içecek sektörünün büyüklüğü 35 milyar Dolara ulaştı, bunun içerisinde su litre olarak % 31'ini oluştursa da değer olarak % 5'ini oluşturuyor. Gazlı içeceklerin payı litre olarak % 6,4 değer olarak ise % 9,6'dır. Türkiye'de kişi başına yıllık gazlı içecek tüketimi 170 şişe, ABD'de ise bu rakam 750'leri buluyor. Ülkemizde yıllık 9 milyar TL'ye ulaşan meşrubat sektörünün 2,8 milyar TL'lik kısmını kolalı içecekler oluşturuyor. 2010 yılında Türkiye'nin meyve suyu tüketimi 800 milyon litreye çıkmıştır. Kişi başına tüketim ise 12 litreye ulaştı, kişi başına su tüketimi ise 2010 yılında 23 litreye, madensuyu tüketimi ise 7 litreye ulaşmıştır.

Söz konusu rakamlar bize her geçen yıl olumlu yönde her kategoride büyüyen bir pazarı ifade ediyor. Pazardaki markalarımızın yeni ürün geliştirmeleri ve pazara sundukları yeni tatlar hızlı büyümede önemli rol oynuyor, bu anlamda rekabetin yoğun olduğu sektör gelişim gücünü de bu dinamizmden alıyor.

##### 1.2. Tüketim

###### 1.2.1. Ürün Bazında Tüketim

Çizelge 1'de satış hacmi bakımından alkolsüz içecek pazarında tüketilen ürünler verilmektedir.

ÇİZELGE 1: SATIŞ HACMİ BAKIMINDAN ALKOLSÜZ İÇECEK PAZARI			
(1000 Litre)			
	2008	2009	2010
Alkolsüz içecekler	11.915.946	12.158.735	12.950.333
Hazır kahveler	255.189	244.285	248.621
Özel kahveler	16.629	17.593	24.431
Türk kahvesi	46.132	49.528	50.584
Siyah çay	7.138.620	7.388.597	7.629.743
dökme	6.848.616	7.073.080	7.261.284
demlik poşet	208.752	231.297	276.863
bardak poşet	80.594	83.416	91.520
bitki-meyve çayı	46.767	52.310	58.630
Buzlu çay	19.489	23.154	33.218
Enerji spor içecekleri	10.728	12.323	15.921
Hazır çikolatalı içecekler	19.760	19.965	20.353



<b>Gazlı içecek</b>	<b>1.871.855</b>	<b>1.780.805</b>	<b>1.941.909</b>
<b>Meyve suyu</b>	<b>417.066</b>	<b>436.344</b>	<b>488.660</b>
<b>%100-nektar</b>	<b>363.610</b>	<b>360.250</b>	<b>388.574</b>
<b>meyveli içecek</b>	<b>43.777</b>	<b>34.920</b>	<b>45.886</b>
<b>limonata</b>	<b>9.680</b>	<b>41.174</b>	<b>54.200</b>
<b>limonatasız meyveli içecek</b>	<b>43.777</b>	<b>34.920</b>	<b>45.886</b>
<b>Konsantre içecekler</b>	<b>19.065</b>	<b>12.120</b>	<b>10.404</b>
<b>Süt</b>	<b>558.060</b>	<b>557.386</b>	<b>543.663</b>
<b>Madensuyu(Nielsen raporlaması, yerinde tüketim ve cash&amp;carry kapsamıyor)</b>	<b>176.496</b>	<b>174.422</b>	<b>215.349</b>
<b>aromalı</b>	<b>57.065</b>	<b>58.717</b>	<b>78.953</b>
<b>sade</b>	<b>119.431</b>	<b>115.704</b>	<b>136.396</b>
<b>Ayran</b>	<b>56.063</b>	<b>57.198</b>	<b>63.161</b>
<b>Paketli su</b>	<b>1.165.922</b>	<b>1.253.200</b>	<b>1.532.067</b>
<b>Toz içecekler</b>	<b>97.520</b>	<b>78.506</b>	<b>72.698</b>
<b>Malt</b>	<b>584</b>	<b>1.000</b>	<b>922</b>

2009 ve 2010 yıllarında alkolsüz içecek pazarının bir önceki yıla göre hacim olarak artış miktarları Çizelge 2'de verilmektedir.

**ÇİZELGE 2: ALKOLSÜZ İÇECEK PAZARININ ÖNCEKİ YILA GÖRE HACİM ARTIŞI**

	<b>2009</b>	<b>2010</b>	
<b>Alkolsüz içecekler</b>	<b>2,0</b>	<b>6,5</b>	
<b>Hazır kahveler</b>	<b>-4,3</b>	<b>1,8</b>	
<b>Özel kahveler</b>	<b>5,8</b>	<b>38,9</b>	
<b>Türk kahvesi</b>	<b>7,4</b>	<b>2,1</b>	
<b>Siyah çay</b>	<b>3,5</b>	<b>3,3</b>	
<b>dökme</b>	<b>3,3</b>	<b>2,7</b>	
<b>demlik poşet</b>	<b>10,8</b>	<b>19,7</b>	
<b>bardak poşet</b>	<b>3,5</b>	<b>9,7</b>	
<b>Bitki-meyve çayı</b>	<b>11,9</b>	<b>12,1</b>	
<b>Buzlu çay</b>	<b>18,8</b>	<b>43,5</b>	
<b>Enerji spor içecekleri</b>	<b>14,9</b>	<b>29,2</b>	
<b>Hazır çikolatalı içecekler</b>	<b>1,0</b>	<b>1,9</b>	
<b>Gazlı içecek</b>	<b>-4,9</b>	<b>9,0</b>	
<b>Meyve suyu</b>	<b>4,6</b>	<b>12,0</b>	
<b>%100-nektar</b>	<b>-0,9</b>	<b>7,9</b>	
<b>meyveli içecek</b>	<b>-20,2</b>	<b>31,4</b>	
<b>limonata</b>	<b>325,4</b>	<b>31,6</b>	
<b>limonatasız meyveli içecek</b>	<b>-20,2</b>	<b>31,4</b>	
<b>Konsantre içecekler</b>	<b>-36,4</b>	<b>-14,2</b>	
<b>Süt</b>	<b>-0,1</b>	<b>-2,5</b>	



Madensuyu	-1,2	23,5	
aromalı	2,9	34,5	
sade	-3,1	17,9	
Ayran	2,0	10,4	
Paketli su	7,5	22,3	
Toz içecekler	-19,5	-7,4	
Malt	71,3	-7,8	

### 1.3. Türkiye Gıda ve İçecek Pazar Verileri

#### 1.3.1. Pazar Büyüklüğü

Çizelge 3'de de TL cinsinden alkolsüz içecek pazarının büyüklüğü verilmektedir.

ÇİZELGE 3: SATIŞLAR BAKIMINDAN ALKOLSÜZ İÇECEK PAZARI			
SATIŞLAR (1000 TL)			
	2008	2009	2010
Alkolsüz içecekler	6.430.224	6.639.963	7.575.193
Hazır kahveler	264.813	282.666	297.795
Özel kahveler	6.638	7.530	11.984
Türk kahvesi	59.394	71.540	76.138
Siyah çay	969.108	1.059.123	1.197.139
dökme	859.352	938.520	1.053.237
demlik poşet	57.602	64.085	79.620
bardak poşet	51.915	56.229	64.253
Bitki-meyve çayı	50.271	55.733	63.510
Buzlu çay	49.692	55.007	79.914
Enerji spor içecekleri	100.323	116.983	155.656
Hazır çikolatalı içecekler	25.520	28.851	32.213
Gazlı içecek	2.153.593	2.107.180	2.369.672
Meyve suyu	792.239	821.753	925.892
%100-nektar	714.826	704.117	768.308
meyveli içecek	59.615	48.576	69.776
limonata	17.799	69.060	87.809
limonatasız meyveli içecek	59.615	48.576	69.776
Konsantre içecekler	5.379	3.554	3.124
Süt	982.539	998.838	1.077.961
Madensuyu	325.569	351.113	459.718
aromalı	144.936	157.763	217.208
sade	180.632	193.350	242.510
Ayran	110.479	110.498	127.202
Paketli su	495.037	533.902	664.319
Toz içecekler	37.408	32.137	29.853
Malt	2.223	3.557	3.101



### 1.3.2. Büyüme Oranları

Çizelge 4’de alkolsüz içecek pazarını satış bakımından bir önceki yıla göre satış miktarındaki artış oranları verilmektedir.

<b>ÇİZELGE 4: SATIŞLAR BAKIMINDAN ALKOLSÜZ İÇECEK PAZARI ÖNCEKİ YILA GÖRE SATIŞ ARTIŞI %</b>			
	<b>2009</b>	<b>2010</b>	
<b>Alkolsüz içecekler</b>	<b>3,3</b>	<b>14,1</b>	
<b>Hazır kahveler</b>	<b>6,7</b>	<b>5,4</b>	
<b>Özel kahveler</b>	<b>13,4</b>	<b>59,1</b>	
<b>Türk kahvesi</b>	<b>20,5</b>	<b>6,4</b>	
<b>Siyah çay</b>	<b>9,3</b>	<b>13,0</b>	
dökme	9,2	12,2	
demlik poşet	11,3	24,2	
bardak poşet	8,3	14,3	
<b>Bitki-meyve çayı</b>	<b>10,9</b>	<b>14,0</b>	
<b>Buzlu çay</b>	<b>10,7</b>	<b>45,3</b>	
<b>Enerji spor içecekleri</b>	<b>16,6</b>	<b>33,1</b>	
<b>Hazır çikolatalı içecekler</b>	<b>13,1</b>	<b>11,7</b>	
<b>Gazlı içecek</b>	<b>-2,2</b>	<b>12,5</b>	
<b>Meyve suyu</b>	<b>3,7</b>	<b>12,7</b>	
%100-nektar	-1,5	9,1	
meyveli içecek	-18,5	43,6	
limonata	288,0	27,1	
limonatasız meyveli içecek	-18,5	43,6	
<b>Konsantre içecekler</b>	<b>-33,9</b>	<b>-12,1</b>	
<b>Süt</b>	<b>1,7</b>	<b>7,9</b>	
<b>Madensuyu</b>	<b>7,8</b>	<b>30,9</b>	
aromalı	8,8	37,7	
sade	7,0	25,4	
<b>Ayran</b>	<b>0,0</b>	<b>15,1</b>	
<b>Paketli su</b>	<b>7,9</b>	<b>24,4</b>	
<b>Toz içecekler</b>	<b>-14,1</b>	<b>-7,1</b>	
<b>Malt</b>	<b>60,0</b>	<b>-12,8</b>	

## 2. SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ

Türkiye, meşrubat sektörü için çok önemli bir pazardır. Türkiye’nin genç ve dinamik nüfusu sektörün gelişimi için büyük fırsatlar sunuyor. Aynı zamanda Türkiye’nin sergilediği ekonomik büyüme, tüm dünyada gelir seviyesi ile paralel seyreden gazlı içecek tüketiminin artması için



oldukça uygun bir ortam oluşturuyor. Ancak Türkiye’de kişi başı gazlı içecek tüketiminin halen beklenen seviyeye ulaştığı söylenemez. Türkiye ile paralel ekonomik ve demografik özellikler sergileyen benzer diğer ülkelerde tüketim seviyeleri ülkemizin çok üstünde. Örnek olarak İspanya’da kişi başı gazlı içecek tüketimi Türkiye’deki tüketimin iki katı. Dolayısıyla, Türkiye’de sektörün önünde fırsatlarla dolu uzun bir yol olduğuna inanıyoruz.

#### **Güçlü Yönler:**

- Teknolojik gelişmeleri takip etme ve uygulamada gelişmiş ülke standardındadır.
- Üretim AB normlarında ve Türk Gıda Kodeksi Yönetmeliği’ne uygun yapılmaktadır.
- AR-GE çalışmalarına önem verilmektedir.

#### **Zayıf Yönler:**

- Şişeleme anlaşmaları ile üretilen yabancı kaynaklı markaların ihracat olanağının olmayışı.
- Kolalı içeceklerin lüks tüketim maddesi olarak kabul edilmesi ve ÖTV ile birlikte % 47,5 oranında vergiye tabi oluşu.
- Yüksek maliyetin ürün fiyatlarına yansımaları sonucu satışların azalması ve pazarın gerilemesi.
- Meşrubatta ham madde girdi fiyatlarının çok yüksek olması ve şeker kotası uygulaması.

#### **Sektörün önündeki fırsatlar:**

- Kişi başı yıllık tüketim, AB ortalamasının çok gerisindedir. Genç nüfusun çoğunlukta olduğu Türkiye, Alkolsüz İçecek Sektörü için potansiyeli yüksek bir pazardır. Ekonomik gelişme ile birlikte pazarın büyümesi beklenmektedir.
- Turizm sektöründeki gelişmeler sektör için olumlu sinyaller vermektedir.

#### **Engeller:**

Özellikle meşrubat için, katkı maddesi ve katkılı gıdalardan uzaklaşma eğilimi.

### **3. YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR**

Son dönemde sektörde gerek üretim, gerekse satış ve dağıtım kanallarında önemli yatırımlar yapıldı ve yapılmaya da devam ediyor. Türkiye’nin farklı bölgelerinde kurulan üretim tesisleri, yaygınlaşan satış ve dağıtım ağları ve altyapı yatırımları ile tüketim potansiyelinin en etkin şekilde değerlendirilmesi hedefleniyor. Bu kapsamda alkolsüz içecek sektörüne yapılan yatırımlarda iyileştirme ve teşvik önem arz etmektedir.



#### 4. SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER

Sektöre gelişmiş ülkelerdeki teknolojileri takip edip genellikle aynı yıl uygulayabilmektedir. Ayrıca tüketimin artırılması yönü ile ürün çeşitliliği sağlanmaktadır.

#### 5. SEKTÖRDE DIŞ PİYASALARDAKİ DURUM

Türkiye’de uluslararası büyük firmalar bu sektörde yer aldığından bu firmalar her ülkede aynı koşullarda üretim yaptıkları için ihracat olanakları kısıtlıdır.

#### 6. SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI

Sektöre yönelik sorunlar ve öneriler aşağıda verilmektedir.

##### 6.1 Özel Tüketim Vergisi

Bilindiği üzere ÖTV Kanununun Eki II Sayılı Liste A Cetvelinde 2202.10.00.00.13 Gümrük Tarife İstatistik Pozisyonunda yer alan Kolalı Gazozlar üzerinden % 25 oranında Özel Tüketim Vergisi alınması hüküm altına alınmıştır.

Özel Tüketim Vergisi Kanununun III Sayılı Listesi Alkollü içecekler ve Tütün ve Tütün Mamullerinden oluşmaktadır. III Sayılı Listedeki ürünlerin vergilenmesinin temel amacı da Devletin alışkanlık yapabilecek ve insan sağlığına zarar verebilecek ürünlere yönelik yaptığı bir vergilemedir.

Avrupa Birliği ile uyum amacıyla çıkartılan ÖTV Kanununda Avrupa Ülkelerinde olmayan bir vergileme türü mevcuttur.

ÖTV Kanununun Gerekçesi de incelendiğinde fiskal amaçların sağlanmasının yanı sıra enerji tasarrufundan taşımacılığa ve çevreye kadar çok geniş bir alanda tüketici tercihlerinin de bu Kanun ile etkilenebileceği belirtilmektedir. Kolalı içecekler ise istisnai olarak II Sayılı listede yukarıdaki amaçlara uygun olmayan bir vergilemedir.

Keza Kolalı içeceklerin de yer aldığı ürün kategorilerinde KDV Oranının % 18’den %8’e indirilmesi de devletin bu ürünlerin tüketimini etkilemeye yönelik bir amacı olmadığını göstermektedir.

Bu sebeplerle Kolalı içeceklerin bu listeden çıkartılması Kanunun amacına da uygun olacaktır.

Kolalı içecekler, fabrika çıkış fiyatı üzerinden % 25 oranında Özel Tüketim Vergisine tabidir. Bir sınıflamaya değil tat unsuruna bağlı olarak uygulanan bu vergi, 20 yıldır, farklı dayanaklar altında dahi olsa ayrımcı olma özelliğini sürdürmüştür. Kolalı içecekler Avrupa’da Özel Tüketim Vergisine tabi değildir ve mevcut vergi sistemi Avrupa Dolaylı Vergi Sistemi ile paralel değildir. Günümüzde Avrupa’da kolalı içeceklere uygulanan ortalama vergi oranı %8 iken, Türkiye %8’lik KDV üzerine %25 oranında özel tüketim vergisi uygulamakta olan dünyadaki neredeyse tek ülkedir. Kolalı içecekler dahil gazlı içecekler lüks tüketim malı değil beslenme maksadıyla kullanılan günlük tüketim mallarıdır. Bu ürünlerin toplam satış hacminin % 80’i orta ve alt gelir grupları tarafından tüketilmektedir. Bu ürünlerin hacminin artması başka alanlarda yapılabilecek yatırımların tetikleyicisi olacaktır ki bu da cam sanayi, ambalaj sanayi, nakliye



şirketleri ve bunun gibi bizim sektörümüze mal ya da hizmet sağlayan birçok alanda yeni istihdam imkânları yaratacaktır. Vergi indirimi iş hacmimizde artışa sebep olacak ve böylelikle başka yatırımlara kaynak oluşturacaktır. Özel Tüketim Vergisinin kaldırılması, ekonomik değer yaratan ticari faaliyetlere canlılık getirecek ve kapasite artırımına dönük yatırımları teşvik edecek, birçok yeni istihdam olanağı sağlayacak ve toplamda daha çok vergi geliri sağlayacaktır.

## 6.2. Hızlı Tüketim Ürünleri Sektöründe Sahtecilik Sorununun Boyutları ve Çözüm Önerileri

### 6.2.1 Genel Değerlendirme:

Hızlı Tüketim Ürünleri (HTÜ) sektöründe sahte ürünler, gerek haksız rekabet yoluyla kayıtlı ticari markalara, gerek vergi ve sosyal güvencesiz istihdam yoluyla ülke ekonomisine ve gerekse de sağlıksız ve kalitesiz koşullarda üretim yoluyla diğer sektörlerdeki sahte ürünlerden en önemli fark olarak tüketici sağlığına zarar vermektedir. Tescilli bir ticari markanın sahte ve taklidi, marka hakkı sahibinin fikri ve sınai mülkiyet haklarını doğrudan ihlal eden ve tüketiciyi aldatma yoluyla tüketici haklarına da aykırı tüm uygulamalar olarak değerlendirilebilir.

Fikri mülkiyet haklarının iyileştirilmesi, ülkemizde sahte ürünlerle mücadelede en temel unsurlardan biri olmasının yanı sıra, uluslararası ve özellikle de yüksek teknolojili, AR-GE bazlı yatırımların ülkeye çekilmesi açısından da büyük önem taşımaktadır. Özellikle kolay kopyalanabilen teknoloji ve/veya ürünlere sahip HTÜ gibi sektörler, yatırım amacıyla fikri mülkiyetin korunmasında etkin ülkeleri tercih etmektedirler. (YASED 08).

Marka Koruma Grubu'nun 2008 tarihli raporunda tüketici verilerine dayandırılan analizler doğrultusunda, Türkiye'de sahte ürünlerin oranının HTÜ sektöründe ve özellikle temizlik ve kişisel bakım ürünlerinde oldukça yüksek ve % 11-14 Aralığında olduğu tahmin edilmektedir. Keza gıda, alkolsüz ve alkollü içeceklerde bu oran % 4-6 civarındadır.

### 6.2.2 Sektörel Sorunlar:

- Kayıt içi firmaların üstlendiği yüksek vergi (ÖTV, KDV, vb), "kayıt içi ticaret" maliyetleri (AR-GE, pazarlama, tanıtım), kayıt dışı üretilen ürünlerin fiyat düşüklüğü, denetim eksikliği nedeniyle tüketiciye erişim kolaylığı ve tüketici bilincinin eksikliği dolayısıyla sahtecilere karşı haksız rekabet,
- Sahte ürünlerin sebep olduğu ziyanlara bağlı tescilli ticari marka itibar kayıpları,
- Kayıt dışı çalışanların denetimi yapılamadığından her türlü denetimin kayıt içi firmalara yönelik olması, gereksiz işgücü kaybına, adaletsiz vergilendirmeye, bu yükten kaçınmak için yatırımın ve istihdamın azalmasına sebep olması,
- Kalitesiz ve sağlıksız koşullarda üretilen HTÜ; sahtelerinin tüketici sağlığı ve çevre sağlığı açısından tehlikeleri; tüketici haklarının doğrudan ihlali,
- Ülke ekonomisinde vergiler, SSK primleri kaybı yoluyla önemli gelir kaynağı eksikliği,
- Ülkeye gelebilecek doğrudan ve yüksek teknolojili yatırımların artırılmaması,
- Mevzuat altyapısındaki eksiklikler ve buna bağlı cezaların caydırıcı olmaması,



### 6.2.3 Çözüm Önerileri:

Ekonomimiz ve toplumumuz için önemli bir sorun olan sahtecilikle mücadelede kamu iradesinin önceliği olacak şekilde Maliye Bakanlığı'nın "Kayıt dışı Ekonomi ile Mücadele Stratejisi Eylem Planı" için özel sektör, tüketici(ler) / dernekleri, akademisyenler, medya ve fikir önderlerinin de dahil olduğu tüm tarafları içeren bir plan çerçevesinde hareket edilmelidir. Bu kapsamda;

1-Fikri ve sınai mülkiyet haklarının korunmasına yönelik özellikle tasarı halindeki ilgili mevzuat (Marka Kanunu, Patent ve Faydalı Model Kanunu, Endüstriyel Tasarımlar, Coğrafi İşaretler ve Entegre Devre Topografyalarının Korunması Hakkında Kanun) dahilinde ki eksiklikler giderilmelidir.

Sahtecilikle mücadelede diğer engeller de gümrük sahasında ve depolarda bulunan ürünlerin müdahale alanı dışında bırakılması, marka ihlallerinin acele iş olmaktan çıkarılması, el konulan sahte ürünlerin muhafaza edilme güçlüğü nedeniyle kolluk güçlerinin operasyon yapmaktan kaçınmaları, tutuklama kararlarının etkin uygulanmaması vs nedenler.

2-İlgili tüm mevzuat amacına uygun olarak düzenlenmelidir. Bu amacın başında cezai yaptırımlar aracılığı ile caydırıcılık unsurunu sağlamak gelmektedir. Caydırıcılık unsuru bakımından da cezalar tecil edilmeden infaz edilmeli ve ceza sürelerinde hiçbir suretle indirime gidilmemelidir. Etkin piyasa denetimlerinin ivedilikle hayata geçirilmesi, bu denetimlerde görev alacak denetçilerin standart ve güncel eğitimlere tabi tutulması da caydırıcılık amacı ile doğrudan ilgilidir.

3-Etkin yargı denetiminin sağlanabilmesi için fikri mülkiyet hukukunda uzman ihtisas mahkemelerinin sayılarının artırılması gerekmektedir. Uzman hakim ve savcıların uygulamada karşılaşılan sorunları daha yakından takip etmesi ve adli kolluk güçleri ile birlikte bu sorunlara çözüm arayışı içerisinde olması önemlidir. Yargı süreci boyunca el konulan ürünlerin yeddi-emin depolarında muhafazası ile ilgili olarak da ürün sahiplerinin yanısıra savcılık birimlerinin de destek sağlaması, kendilerine bu yönde bir bütçe sağlanması gerekmektedir.

4-Fikri mülkiyet haklarının ihlali, sadece ürün/marka sahiplerinin haksız menfaat nedeniyle zarara uğramasına değil, devletin de vergi ve istihdam anlamında büyük kayıplara uğramasına neden olduğundan ve hepsinden önemlisi tüketicinin sağlığını da tehdit eder bir boyut aldığından şikayete bağlı bir suç olmaktan çıkartılarak re'sen kovuşturulmalıdır.

5-İstanbul Emniyet Müdürlüğü nezdinde oluşturulmuş olan Fikri Sınai Haklar Şube Müdürlüğü gibi diğer emniyet müdürlükleri nezdinde de şube müdürlükleri oluşturulmalı ve ilgili emniyet mensubu sektör temsilcileri tarafından eğitilmelidir.

6-Meclis içerisinde de fikri mülkiyet haklarının korunmasına yönelik özel bir komisyon oluşturulmalıdır.





### 6.3 Hızlı Tüketim Ürünlerinde Vergi ve Harçlarla İlgili Sorunlar ve Çözüm Önerileri

#### 6.3.1 Özel Tüketim Vergisi Kanunu (ÖTVK) ile İlgili Görüşler

2009 yılında elde edilen toplam vergi gelirinin %25.3'ünü oluşturan Özel Tüketim Vergisinin alt kırımlarına bakıldığında, “Kolalı Gazozlar” kategorisinin ÖTV gelirlerinin %0.5'ini oluşturması nedeniyle bu ürünlerin ÖTV kapsamından çıkarılması önerilmektedir.

Bireysel ya da toplumsal herhangi bir fayda yaratmayacak şekilde birbirine denk ürünler üzerinde eşitsizliğe sebep olan, orta ve alt gelir grubu aleyhine vergi yükünü arttıran, günlük temel ihtiyaçlardan sayılabilecek ve sağlığı ilgilendiren (kişisel bakım/temizlik ürünleri gibi) ürünlerin talebini daraltan, tüketici tercihinin kayıtdışı ve sahte ürüne doğru kaymasına zemin hazırlayan ÖTV'nin hızlı tüketim malları üzerinden kaldırılması kanımızca tüketiciler ve üreticiler açısından en faydalı karar olacaktır. ÖTV'nin kaldırılmasından doğacak gelir kaybı talebin artması ve kayıt içine doğru kayması ile birlikte yükselecek KDV, gelir vergisi ve istihdam üzerinden alınacak vergilerle telafi edilebilecektir.

#### 6.3.2 Kaynak Suları Harcı ile İlgili Görüşler

Halkımızın sağlığı için en temel şart olan sağlıklı ve temiz içme suyu ihtiyacına ağır bir yük getiren 2464 sayılı Belediye Gelirleri Kanunu'nda yer alan “Kaynak Suları Harcı” ölçsüz ve adaletsiz harç tarifesi ile ambalajlı su sektörünü ve sonuçta halk sağlığını çok olumsuz etkilemektedir. Bir firmanın doğal kaynak suyu üretimi yapabilmesi için halen kullanmakta olduğu ambalaj etiketleri Sağlık Bakanlığı tarafından onaylanmakta ve bu ambalaj etiketleri üzerinde kaynak suyunun hangi kaynaktan doldurulduğu açıkça belirtilmektedir. Hal böyle iken belediyeler tarafından gerçekleştirilen işlemler, ilgili mevzuata ve Sağlık Bakanlığı açıklamalarına da aykırılık teşkil etmektedir.

Kanunda yer alan harç tarifesi çok aşırı ve ölçsüzdür. Kar marjlarının % 5-%10 aralığında dolaştığı bir sektörden, satış cirolarına oranla bu derece büyük bir oranda harç istenmesi gerçekten de çok aşırı ve ölçsüzdür.

Halkımızın en temel ihtiyacı olan “Sağlıklı ve Temiz Su İhtiyacı” nı karşılamasına ağır bir yük getiren; ambalajlı su sektörüne büyük bir darbe indiren; merdiven altı, sağlıksız ve kayıt dışı üretimleri teşvik eden; binlerce kişinin işsiz kalmasına yol açabilecek olan bu harcın ilgili kanundan tamamen çıkarılması sektörde yaratılan bu olumsuz etkilerin önüne geçilmesini sağlayacaktır.

### 6.4 Gıda Sektöründe Şeker Kanunu'ndan Kaynaklanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Türkiye'de 2001 yılında yürürlüğe giren 4634 Nolu Şeker Kanunu ile pancar şekerindeki arz fazlası önlenmiş ve Hazine tarafından finanse edilen, yaklaşık 1 milyar Dolar dolayında olan görev zararı ortadan kalkmış, ancak ülkemiz Dünya'da şekerin en yüksek fiyatla satıldığı ülkeler arasında yer almış, nişasta bazlı şekerlere uygulanan ve talebi karşılamayan kota uygulamaları nedeni ile ülkemizde yaklaşık 1,5 milyar Dolar dolayında bir kayıtdışı ekonomi yaratılmasına,



dolayısıyla oluşan haksız rekabetten dolayı kayıtlı çalışan firmaların ve sektörün gelişmesine engel olunmuştur.

Şeker Kanunu'nun 1 nolu amaç maddesinde belirtilen "yurt içi talebin yurt içi üretimle karşılanması" amacı gerçekleşmediği gibi ülkemiz kaynaklarının, resmi ya da gayri resmi yollardan yapılan nişasta bazlı şeker ithalatı nedeni ile gereksiz yere harcanmasına ve ülkemiz firmalarının düşük kapasite kullanım oranıyla ve bunun sonucunda oluşan yüksek maliyetle çalışmalarına da neden olmuştur.

Başta kayıtdışı uygulamalardan dolayı vergi ve sosyal güvenlik primi kayıpları nedeni ile devletimiz, çiftçilerimiz ve sanayicilerimize zarar veren bu sorunların çözümü için kısa ve orta, uzun vadeli önerilerimizin hayata geçirilmesini önemle rica ediyoruz.

- **Orta ve uzun vadeli çözüm önerilerimiz:**
  - AB de 2006 yılından itibaren başlatılan şeker reformuna benzer uygulamaların ülkemizde de başlatılması ve Şeker Kanunu'nu AB'ye uyumunun sağlanması. Bu nedenle öncelikle glikozun kanun kapsamından çıkarılması ve daha sonra kota uygulamalarının tamamen kaldırılması,
  - Şeker fabrikalarının özelleştirilmesinin en kısa zamanda yapılması ve sektörde serbest ekonomi kurallarının çalıştığı rekabetçi bir ortamın oluşturulmasıdır.

## 7. TEMEL STRATEJİ, AMAÇ VE POLİTİKALAR

Tüketicilerin kaliteli ve hijyenik ortamda üretilmiş ürünlere ulaşması temel amaçlardandır. Tüketicilerin ihtiyaç ve beklentilerine göre içecek çeşitliliğinin artması sektöründe büyümesi anlamı taşıyor. Tüketicilerin bilinçli seçimler yapabilmeleri için etiket bilgilerini okumalarını ve Bakanlıkça onaylı üreticilerin ürünlerini tercih etmeleri önem arz etmektedir.



## YUMURTA SEKTÖRÜ

### GİRİŞ

#### 1. TÜRKİYE EKONOMİSİNDEKİ YERİ VE ÖNEMİ

Türkiye’de Gıda, Tarım ve Hayvancılık Bakanlığına kayıtlı **1072 ticari** yumurta işletmesi ve bu işletmeler bünyesinde **3162 kümes** bulunmaktadır. Ülkemizin damızlık ihtiyacının tamamı yurt dışı kaynaklardan sağlanmaktadır.2010 yılında, 655.776 adet yumurtacı damızlık civciv ithalatı yapılmış ve 49 milyon adet ticari yumurtacı civciv üretilmiştir. 2010 yılı verilerine göre Türkiye’nin yumurtacı **tavuk varlığı 66 milyon, yumurta üretimi ise 12,8 milyar adettir**. 2009 yılında 100,2 milyon Dolar değerinde 71,4 ton yumurta ihraç edilmiş, 2010 yılında ise yaklaşık % 57 artış göstererek yumurta ihracat miktarı **134.143 tona ve 157 milyon** Dolara yükselmiştir.2006 yılından beri sürekli ihracatını artıran yumurta sektörünün bu yıl 250 milyon Dolar civarında ihracat yapması beklenmektedir. \_Sektörün yıllık cirosu yaklaşık 1,2 milyar Dolar’dır. 2006 yılında kişi başına 114 adet, yumurta üretilirken bu rakam 2010 yılında 174 adete yükselmiştir. 2006 yılından bu yana sektördeki büyüme oranı % 10 civarındadır. Yumurta sektöründe doğrudan çalışan, hizmet ve girdi sağlayan olmak üzere yaklaşık 300 bin kişi çalışmaktadır.

#### 2. SEKTÖRÜN SWOT ANALİZİ

##### 2.1 Yumurta Sektörünün Güçlü Yönleri

- Modern ve yenilenebilir üretim alt yapısı,
- Bilgi birikimi yüksek üreticilerin varlığı,
- Temel ve vazgeçilmez bir gıda olan yumurtayı ürettiği için,

##### 2.2 Yumurta Sektörünün Sanayinin Zayıf Yönleri

- Damızlık, bazı yem hammaddeleri, ilaç ve aşıda dışa bağımlılık,
- Zayıf pazarlama ağı,

##### 2.3 Yumurta Sektörü için Tehditler

- Bilinen bazı tavuk hastalıklarının beklenmedik salgınları (Kuş gribi gibi),
- Virüslerin genetik değişimi sonucu bilinmeyen hastalıkların ortaya çıkması,
- Dışa bağımlı olduğumuz girdilerin temininde ortaya çıkabilecek sıkıntılar,
- Dioksin benzeri krizlerin ortaya çıkması,
- Yem fiyatlarındaki artışlar,

##### 2.4 Yumurta Sektörünün Önündeki Fırsatlar

- Kişi başına tüketim düşük olmasından dolayı, sektör büyümeye açıktır,
- Komşu ve civar ülkelerin potansiyel pazar olması,
- Yumurta ürünleri ( likit, toz) ve yumurtalı yemek sanayinin gelişime açık olması,



### 3. YATIRIM ORTAMININ İYİLEŞTİRİLMESİ İLE BÖLGESEL TEŞVİK VE YARDIMLAR

Yumurta sektöründe 3 tip teşvik bulunmaktadır.

1. Ziraat Bankasının sağladığı düşük faizli yatırım ve teşvik kredileri
2. Kırsal Kalkınma kapsamında proje destekleri
3. İhracat destekleri

### 4. SEKTÖRDE YENİ YÖNELİMLER

Tüketici bilincin artması ve taleplerinin (sağlıkla ilgili; mutfak alışkanlıkları ile ilgili) değişmesine bağlı olarak üretimi sistemlerini yenilemek.

Nitelikli yumurta (selenyumlu, Organik vs.) üretimi, markalaşmaya önem vermek.  
Yeni hayvan sağlığı kuralları ve hayvan refahı

### 5. SEKTÖRÜN YAPISAL SORUNLARI VE ÇÖZÜM YOLLARI

#### 5.1 Önemli Sorunlar ve Çözüm Önerileri

Yumurta sektöründe gerek kapasite gerekse üretim alt yapısı anlamında önemli gelişmeler yaşanmakla birlikte; yapısal, ekonomik, kanatlı sağlığının sürdürülebilirliği gibi birçok sorun henüz çözüme kavuşturulamamıştır. Yüksek maliyet, damızlık, yem ham maddeleri, aşı ve ilaçta dışa bağımlılık, hastalıkların oluşturduğu ekonomik kayıplar, Biyogüvenlik zaafı, üretim planlamasının olmayışı, zayıf pazarlama ağı, hedef pazarın gelir düzeyinin düşüklüğü ve tüketim azlığı gibi bir dizi sorun bulunmaktadır. Bu noktada Yumurta Üreticileri Merkez Birliği olarak önemli gördüğümüz sorunları ve buna ilişkin çözüm önerilerimizi kısaca özetlemek istiyoruz.

- Üretici Birlikleri Yasasının yeniden düzenleme ihtiyacı
- Yem güvenliğini sağlanmada yaşanan sıkıntılar
- Bazı yem hammaddelerinin ithalatında karşılaşılan sorunlar
- Üretimin pazara göre planlanamaması, tüketim azlığı, fiyat istikrarsızlığı
- Tavuk gübresinin yarattığı çevre kirliliği ve biyogüvenlik riski
- Yumurta tavukçuluğu verilerinin yetersizliği
- Bakanlıkça yapılan denetimlerin yetersizliği ve farklı uygulamalar
- Ülkemizde hayvansal protein açığına rağmen kişi başına tüketilen yumurtanın az olması
- Çevre mevzuatından kaynaklanan sorunlar



## **6. SEKTÖRÜN AB UYUM SÜRECİNDE GELDİĞİ NOKTA VE AB KARŞILAŞTIKLARI UYUM SORUNLARI**

Yumurta sektörünün AB uyum sürecinde karşılaşılabileceği en önemli sorun, kümeslerin hayvan refahına uygun hale getirilmesi için gerekli finansı bulmakta zorlanacaktır.

## **7. SEKTÖRÜN REKABET GÜCÜNÜN ARTIRILMASI VE VERİMLİLİK**

- AR-GE harcamaları ve istihdamı, çevre uygulamaları, teknoloji ve hammadde
- Sektörde kamunun rolü, özelleştirme faaliyetleri ve muhtemel etkileri

## **8. GENEL DEĞERLENDİRME**

Son olarak şu değerlendirmede bulunulabilir: Son dönemde yaşanan olumlu ve olumsuz gelişmeler göstermektedir ki yumurta sektörü sürdürülebilir bir yapıya kavuşmuştur. Gelecek dönemde Yumurta üreticisinin temel hedefi, artan nüfusu beslemek, çevreyi gözeterek kaliteli ve güvenilir yumurta üretmek olup, birlikteliğini ticari oluşumlarla güçlendirmektir. Birlikler öncülüğünde oluşan şirketler aracılığı ile girdilerini daha ucuza temin edecek, ürününü hak ettiği fiyata satacak ve uluslararası rekabet gücü artacaktır